



PERANAN KOMUNIKASI DALAM KELUARGA TERHADAP

POLA MENONTON TELEVISI REMAJA

SMP SHAFIYYATUL AMALIAH

MEDAN SUNGGAL

SKRIPSI

OLEH

NOVA AULIANDA

11.853.0030



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2014

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PERANAN KOMUNIKASI DALAM KELUARGA
TERHADAP POLA MENONTON TELEVISI
REMAJA SMP SHAFIYYATUL AMALIYYAH
MEDAN SUNGGAL**

Nama : **Nova Aulianda**

NPM : **11.853.0030**

Program Studi : **Ilmu Komunikasi**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing**


Dra. Effiati Juliana Hasibuan, Msi.
Pembimbing I


Drs. Novri, MM.
Pembimbing II

Dr. Abdul Kadir, Msi.
Dekan

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area (repository.uma.ac.id)12/8/24

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala karuniaNya sehingga skripsi ini berhasil di selesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian ini adalah mengenai pengaruh televisi terhadap perkembangan remaja dengan Judul Peranan Komunikasi Dalam Keluarga Terhadap Pola Menonton Televisi Remaja SMP Shafiyatul Amaliyyah Medan Sunggal.

Terima kasih penulis sampaikan kepada Dra.Effiati Juliana Hasibuan,Msi dan Drs. Novri, MM, selaku pembimbing serta Sutrisno, S.sos,MA yang telah banyak memberikan saran, kepada Bapak Dra.Abdul Khadir, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Di samping itu penghargaan penulis sampaikan kepada kedua Orangtua saya, abang, kakak, adik, bembeng serta seluruh keluarga atas segala Do'a dan perhatiannya. Ungkapan terimakasih juga kepada semua Teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi Stambuk 2011 dan yang teristimewa untuk Sahabat seperjuangan penulis yaitu Team Hore-hore khususnya Thina Anggara, Samsul Anwar (Nunuk), dan James yang telah membuat hidup ini lebih berwarna. Thaks for all, Moga kita sukses selalu, amiin. Semoga skripsi ini bermanfaat nantinya.

Medan, Juni 2014

Nova Aulianda

11.853.0030

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBARAN PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iv
ABSTRAK	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Perumusan Masalah	5
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Uraian Teori	7
2.1.1 Pengertian Komunikasi	7
2.1.2 Tujuan Komunikasi	10
2.1.3 Fungsi Komunikasi	10
2.1.4 Proses Komunikasi	12
2.1.5 Komunikasi Orangtua dan Anak	13
2.1.6 Pengertian Komunikasi Massa	17
2.1.7 Pengertian Media Massa	23

2.1.8	Pengertian Televisi	25
2.1.9	Sejarah Televisi.....	25
2.1.10	Jenis Program Televisi	26
2.1.11	Pengertian Remaja	29
2.1.12	Karakteristik Perkembangan Remaja	30
2.1.13	Tugas Perkembangan Remaja	32
2.2	Kerangka Pemikiran	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		41
3.1	Jenis, Sifat, Lokasi dan Waktu Penelitian	41
3.1.1	Jenis	41
3.1.2	Sifat	41
3.1.3	Lokasi dan Waktu Penelitian	42
3.2	Populasi dan Sampel	42
3.2.1	Populasi	42
3.2.2	Sampel	42
3.3	Teknik Pengumpulan Data	43
3.4	Defenisi dan Operasional Variabel	44
3.5	Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		46
4.1	Analisa Tabel Tunggal	46
4.1.1	Identitas Responden	46
4.2	Pembahasan	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		60
5.1	Kesimpulan.....	61
5.2	Saran	62

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 : Operasional Variabel	44
Tabel 3.2 : Operasional Variabel	45
Tabel 4.1 : Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 : Distribusi Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.3 : Distribusi Responden Berdasarkan Kelas	47
Tabel 4.4 : Frekuensi Menonton Televisi	48
Tabel 4.5 : Kesesuaian Tayangan Terhadap Umur	48
Tabel 4.6 : Kepatuhan Pengarahan Orangtua	49
Tabel 4.7 : Pendampingan Orangtua	49
Tabel 4.8 : Nasehat Orangtua Terhadap Adegan Kekerasan	50
Tabel 4.9 : Mengisi Waktu Luang Dalam Menonton Televisi	50
Tabel 4.10 : Rutinitas Dalam Menonton Televisi	51
Tabel 4.11 : Ketergantungan Terhadap Televisi	52
Tabel 4.12 : Pengaruh Tayangan Televisi Terhadap Tingkah Laku.....	53
Tabel 4.13 : Frekuensi Diskusi dengan Orangtua	54
Tabel 4.14 : Kebiasaan Menonton	55
Tabel 4.15 : Durasi Dalam Menonton Televisi	55
Tabel 4.16 : Waktu Dalam Menonton Televisi	56
Tabel 4.17 : Pembatasan Durasi Dalam Menonton	57
Tabel 4.18 : Jenis Tayangan Yang di Gemari	58

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul *Peranan Komunikasi Dalam Keluarga Terhadap Pola Menonton Televisi Remaja SMP Shafiyatul Amaliyyah*. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana peranan komunikasi dalam keluarga terhadap pola menonton televisi anak remajanya di SMP Shafiyatul Amaliyyah Medan Sunggal.

Teori yang digunakan adalah teori komunikasi, komunikasi orangtua dan anak, komunikasi massa dan karakteristik perkembangan remaja. Penelitian ini merupakan studi deskriptif sebuah studi yang bertujuan untuk mengetahui sejauhmana peranan komunikasi dalam keluarga terhadap pola menonton televisi remaja SMP.

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa-siswi SMP Shafiyatul Amaliyyah Medan Sunggal yang duduk di kelas VII, VIII, dan IX dengan jumlah 270 orang. Untuk menghitung jumlah sampel digunakan rumus Arikunto dengan presisi 25% maka diperoleh 54 orang.

Setelah melakukan penelitian lapangan dengan cara kuesioner (angket) berupa pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Maka Orang tua memiliki tanggungjawab untuk mengawasi, mendampingi dan menseleksi acara-acara televisi yang menjadi tontonan anak-anaknya agar menjadi remaja yang positif. Karena pada masa transisi dimana remaja belum mampu berfikir kritis yang tinggi, besar kemungkinan terpengaruh oleh apa yang ditampilkan melalui televisi.

Keywords : Komunikasi, Pola menonton, Remaja.

ABSTRACT

This study, entitled *The Role of Family Communication Patterns Of Watching Television Youth junior Shafiyyatul Amaliyyah*. The purpose of this study was to determine the extent of the role of communication in the family television viewing patterns of teenagers in junior Shafiyyatul Amaliyyah Sunggal field .

The theory used is the theory of communication, parent-child communication, mass communication and characteristics of adolescent development. This research is a descriptive study of a study that aims to determine the extent of the role of communication in the family of the teen television viewing patterns SMP .

The population in this study were junior high school students Shafiyyatul Amaliyyah field Sunggal sitting in class VII , VIII , and IX with the number 270 . To calculate the number of samples used Arikunto formula with a precision of 25% is obtained 54 .

After conducting field research by means of a questionnaire in the form of questions to be filled in by the respondent . Parents then have the responsibility to supervise , assist and selecting television programs are a spectacle of her children to become positive youth . Because of the transition period in which adolescents have not been able to think critically high, most likely influenced by what is shown on television .

Keywords : Communication, Viewing Patterns, Teen.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Televisi sebuah media telekomunikasi terkenal yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara. Televisi merupakan produk modernisasi yang memberikan dampak terhadap kehidupan dan perubahan besar terhadap transformasi nilai-nilai yang ada di masyarakat. Khususnya masyarakat dengan budaya dan adat ketimuran seperti Indonesia. Dapat kita saksikan begitu besar pengaruh kemajuan teknologi terhadap nilai-nilai kebudayaan yang dianut masyarakat, baik masyarakat perkotaan maupun pedesaan. Akibatnya, segala informasi baik yang positif maupun negative dapat dengan mudah di akses oleh masyarakat. Perkembangan pertelevisian di Indonesia sudah sedemikian dahsyat, sehingga secara sadar atau tidak perlahan-lahan mampu mengubah pola hidup dan pola pemikiran serta nilai-nilai di tengah masyarakat.

Kemajuan teknologi saat ini tidak bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Berbagai informasi yang terjadi di berbagai belahan dunia kini telah dapat langsung kita ketahui berkat kemajuan teknologi (globalisasi). Kalau dahulu kita mengenal kata pepatah “ dunia tak selebar daun kelor”, sekarang pepatah itu selayaknya berganti, dunia saat ini selebar daun kelor, karena cepatnya akses informasi di berbagai belahan dunia membuat dunia ini seolah semakin sempit dikarenakan kita dapat melihat apa yang terjadi di negara manapun meski kita berada di Indonesia. Kemajuan teknologi ini menyebabkan perubahan yang begitu besar pada kehidupan umat manusia dengan segala peradaban dan kebudayaannya.

Hal ini juga melanda kalangan remaja, dimana memang pada masa ini adalah masa dimana mereka para remaja mengalami masa transisi dari masa kanak-kanak menuju dewasa. Dalam masa transisi ini tentu banyak hal yang dialami remaja. Bagaimana remaja berfikir dan bersikap telah menjadi identitas baku kaum remaja yang pada prakteknya selalu mendapat pengaruh dari lingkungannya. Mencari sesuatu yang dipandang bernilai pantas di junjung tinggi dan dipuja, serta menjadikan *role* modelnya itu sebagai identitasnya. Tak heran jika kita dapati banyak para remaja meniru gaya para selebritis idola mereka, dari mulai gaya rambut, gaya berbusana, gaya hidup dari publik figur bahkan gaya pacaran para artis yang mereka saksikan lewat televisi. tanpa peduli apakah gaya hidup selebritis ataupun publik figur yang mereka tiru dan mereka jadikan sebagai *role* model itu sesuai dengan kondisi dan situasi dimana mereka tinggal atau tidak.

Dan sekarang ini, akibat produk modernisasi tersebut dapat kita lihat bahwa tak ada bedanya gaya hidup para remaja kota dengan remaja desa. Budaya barat yang dulunya hanya di adaptasi dan di tiru oleh remaja kota, dengan adanya kemajuan teknologi juga telah melanda remaja di pedesaan. Tidak semua budaya barat baik dan cocok diterapkan di Indonesia. Budaya yang negatif yang mulai menggeser budaya asli adalah anak tidak lagi hormat pada orang tua, kehidupan bebas remaja dan budaya santun serta lugu yang juga menjadi ciri khas mereka perlahan mulai pudar dan berganti dengan budaya urakan yang dengan bangga mereka sebut dengan istilah gaul. Itulah yang sangat kita sayangkan dari remaja kini, yang seharusnya mereka menjadi peran penerus pahlawan bangsa.

Disadari di zaman globalisasi sekarang ini, para orang tua lebih banyak

sebelumnya. Orangtua di era globalisasi ini terpaksa melakukan lebih banyak daripada sekedar memberikan asuhan dasar bagi anak remajanya, sebuah pendidikan yang baik, etika moral yang teguh terutama pada anak-anak remaja mereka yang dengan mudah meniru apa yang mereka lihat, tidak menutup kemungkinan perilaku dan sikap para remaja tersebut akan mengikuti acara televisi yang ia tonton. Apabila yang ia tonton merupakan acara yang lebih edukatif, maka akan bisa memberikan dampak positif tetapi jika ia tonton lebih kepada hal yang tidak memiliki arti bahkan yang mengandung unsur-unsur negatif atau penyimpangan bahkan sampai kepada kekerasan, maka hal ini akan memberikan dampak yang negatif pula terhadap perilaku para remaja yang menonton acara televisi tersebut.

Oleh sebab itu, sudah seharusnya setiap orang tua mengawasi acara televisi yang menjadi tontonan anaknya sehingga dapat melakukan proteksi terhadap dampak-dampak yang akan ditimbulkan oleh acara televisi tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, penulis merasa tertarik untuk meneliti sejauh manakah peranan komunikasi dalam keluarga terhadap pola menonton televisi remaja di SMP Shafiyatul Amaliyyah. Bagaimana para orangtua mampu mengontrol dan mengawasi anak remajanya agar tidak terpengaruh terhadap siaran televisi yang mungkin memberikan dampak negatif bagi mereka. Peneliti memilih remaja sebagai objek penelitian karena usia remaja merupakan masa yang labil dimana mereka para remaja mengalami masa transisi dari masa kanak-kanak menjadi dewasa. Sehingga di butuhkan peran orangtua untuk membuat anak remajanya menjadi remaja yang positif.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam masa transisi banyak hal yang dialami remaja. Bagaimana remaja berfikir dan bersikap telah menjadi identitas baku kaum remaja yang pada prakteknya selalu mendapat pengaruh dari lingkungannya. Akibat produk modernisasi dapat kita lihat bahwa tak ada bedanya gaya hidup para remaja kota dengan remaja desa. Budaya barat yang dulunya hanya di adaptasi dan di tiru oleh remaja kota, dengan adanya kemajuan teknologi juga telah melanda remaja di pedesaan.

Orangtua di era globalisasi ini terpaksa melakukan lebih banyak daripada sekedar memberikan asuhan dasar bagi anak remajanya, sebuah pendidikan yang baik, etika moral yang teguh terutama pada anak-anak remaja mereka yang dengan mudah meniru apa yang mereka lihat, tidak menutup kemungkinan perilaku dan sikap para remaja tersebut akan mengikuti acara televisi yang ia tonton. Apabila yang ia tonton merupakan acara yang lebih edukatif, maka akan bisa memberikan dampak positif tetapi jika ia tonton lebih kepada hal yang tidak memiliki arti bahkan yang mengandung unsur-unsur negatif atau penyimpangan bahkan sampai kepada kekerasan, maka hal ini akan memberikan dampak yang negatif pula terhadap perilaku para remaja yang menonton acara televisi tersebut.

Sudah seharusnya setiap orang tua mengawasi anaknya menonton acara televisi sehingga dapat melakukan proteksi terhadap dampak-dampak yang akan ditimbulkan oleh acara televisi tersebut.

Oleh sebab itu, identifikasi permasalahan dalam penelitian ini ialah penulis meneliti bagaimana peranan komunikasi dalam keluarga terhadap pola menonton

UNIVERSITAS MEDAN AREA
televisi remaja di SMP Shafiyatul Amaliyyah. Bagaimana para orangtua mampu

mengontrol dan mengawasi anak remajanya agar tidak terpengaruh terhadap siaran televisi yang mungkin memberikan dampak negatif bagi mereka.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan juga identifikasi masalah yang telah diuraikan terdahulu, maka perlu pula dilakukan pembatasan atas masalah yang diajukan agar tidak timbul penafsiran yang berbeda tentang batasan dari rumusan masalah yang telah diajukan. Adapun pembatasan masalah tersebut :

1. Penelitian hanya dilakukan pada remaja SMP Shafiyatul Amaliyyah Medan Sunggal.
2. Penelitian ini hanya membahas tentang bagaimana peranan komunikasi dalam keluarga terhadap pola menonton televisi pada remaja SMP Shafiyatul Amaliyyah Medan Sunggal.
3. Objek penelitian ini adalah remaja-remaja SMP Shafiyatul Amaliyyah Medan Sunggal.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

“Bagaimana peranan komunikasi dalam keluarga terhadap pola menonton televisi para remaja, di SMP Shafiyatul Amaliyyah Medan Sunggal?”.

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana peranan komunikasi dalam keluarga terhadap pola menonton televisi para remaja, di SMP Shafiyatul Amaliyyah Medan Sunggal.
2. Untuk mengetahui apa saja dampak negatif yang bisa di timbulkan oleh televisi.
3. Untuk mengetahui usaha-usaha apa saja yang harus dilakukan orangtua untuk mengatasi dampak negatif dari acara televisi.

Adapun manfaat penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah penelitian dan sumber bacaan di lingkungan FISIP UMA.
2. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan atau memperluas pengetahuan peneliti mengenai peranan komunikasi dalam keluarga terhadap pola menonton televisi pada remaja.
3. Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi para orangtua untuk dapat mengontrol dan mengawasi anak remajanya agar tidak terpengaruh terhadap siaran televisi yang mungkin memberikan dampak negatif bagi mereka. Tetapi orangtua dapat mengontrol dan mengawasi anak remajanya menjadi remaja yang positif.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Uraian Teori

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah hubungan kontak antara manusia baik individu maupun kelompok. Dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tidak komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia itu sendiri. Sejak dilahirkan manusia sudah berkomunikasi dengan lingkungannya. Selain itu komunikasi diartikan pula sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang ada kaitannya dengan masalah hubungan. Atau dapat pula diartikan bahwa komunikasi adalah saling tukar menukar pikiran atau pendapat.

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya ialah sama makna. Menurut Wilbur Schramm, “komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*), yakni panduan pengalaman dan pengertian (*collection of experience and meanings*) yang pernah diperoleh komunikan” (Effendy, 2000 , 13).

Carl I Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah “suatu proses dimana seseorang memindahkan perangsang yang biasanya berupa lambang kata-kata untuk mengubah tingkah laku orang lain” (Widjaja, 2000 , 26). Adapun pengertian komunikasi yang lain menurut Rogers bersama D.Lawrance Kincaid,

1961 mendefinisikan komunikasi “sebagai suatu proses dimana dua orang atau

lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam” (Cangara, 2005 , 19).

Laswell memberikan sebuah formulasi yang banyak digunakan dalam ilmu komunikasi yakni “*Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect*” yang menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yakni :

1. Komunikator (*communicator, source, sender*) adalah orang yang menyampaikan pesan atau informasi.
2. Pesan (*message*) adalah pernyataan yang didukung oleh lambang, bahasa, gambar dan sebagainya.
3. Media (*channel*) adalah sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikasi jauh tempatnya atau banyak jumlahnya, maka diperlukan media sebagai penyampai pesan.
4. Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*) adalah orang yang menerima pesan atau informasi yang disampaikan komunikator.
5. Efek (*effect, impact, influence*) adalah dampak sebagai pengaruh dari pesan.

Jadi, berdasarkan paradigma Laswell tersebut komunikasi adalah “suatu proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu” (Effendy, 2000, 10).

Defenisi-defenisi yang dikemukakan diatas tentunya belum mewakili semua defenisi komunikasi yang telah dibuat oleh banyak pakar, namun sedikit banyaknya telah menggambarkan seperti apa yang diungkapkan oleh Shanon dan Weaver, 1949 bahwa komunikasi adalah “bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi” (Cangara, 2005, 20).

Jika komunikasi dipandang sebagai suatu proses, maka komunikasi yang dimaksud adalah suatu kegiatan yang berlangsung secara dinamis. Sesuatu yang didefenisikan sebagai proses, berarti unsur-unsur yang ada di dalamnya bergerak aktif, dinamis, dan tidak statis.

Menurut Onong komunikasi sebagai proses terbagi dua tahap yakni :

1. Proses komunikasi primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.
2. Proses komunikasi sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Proses ini termasuk sambungan dari proses primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu, dalam prosesnya komunikasi sekunder ini akan semakin efektif dan efisien karena didukung oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih, yang ditopang oleh teknologi-teknologi lainnya.

2.1.2 Tujuan Komunikasi

Dalam berkomunikasi tidak hanya untuk memahami dan mengerti satu dengan yang lainnya tetapi juga memiliki tujuan dalam berkomunikasi. Umumnya komunikasi mempunyai beberapa tujuan antara lain (Effendy, 2003, 8) :

1. Untuk mengubah sikap (*to change the attitude*)
Memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat akan berubah sikapnya. Misalnya memberikan informasi mengenai bahaya dari seks bebas pada remaja khususnya dan tujuannya adalah agar masyarakat dan remaja khususnya tidak melakukan hubungan seks bebas dan agar terhindar dari penularan HIV AIDS.
2. Untuk mengubah opini/ pendapat / pandangan (*to change the opinion*)
Memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan akhir supaya masyarakat mau berubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi yang disampaikan, misalnya informasi mengenai pemilu.
3. Untuk mengubah perilaku (*to change the behaviour*)
Memberi berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat akan berubah perilakunya. Misalnya kegiatan tawuran yang sering dilakukan para remaja yang dapat merugikan masyarakat umum disekitar tempat tawuran tersebut.
4. Untuk mengubah masyarakat (*to change the society*)
Memberikan berbagai informasi pada masyarakat, yang pada akhirnya bertujuan agar masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi yang disampaikan.

2.1.3 Fungsi Komunikasi

Dalam terjadinya komunikasi tidak terlepas dari bentuk dan fungsi komunikasi, dimana komunikasi yang baik, tidak jauh dari fungsi yang mendukung keefektifan komunikasi. Adapun fungsi komunikasi itu sendiri adalah sebagai berikut :

1. Menginformasikan (*to inform*)

Kegiatan komunikasi itu memberikan penjelasan, penerangan mengenai bentuk informasi yang disajikan dari seorang komunikator kepada

komunikasikan. Informasi yang akurat diperlukan oleh beberapa bagian masyarakat untuk bahan dalam pembuatan keputusan.

2. Mendidik (*to educate*)

Penyebaran informasi tersebut sifatnya memberi pendidikan atau menganjurkan sesuatu pengetahuan, menyebarluaskan kreatifitas untuk membuka wawasan dan kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal di sekolah maupun di luar sekolah.

3. Menghibur (*to entertain*)

Penyebaran informasi yang disajikan kepada komunikan untuk memberikan hiburan. Menyampaikan informasi dalam lagu, lirik dan bunyi maupun gambar dan bahasa membawa setiap orang pada situasi menikmati hiburan.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

Komunikasi sebagai sarana untuk mempengaruhi khalayak untuk memberi motivasi, mendorong untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang dilihat, dibaca, dan didengar. Serta memperkenalkan nilai-nilai baru untuk mengubah sikap dan perilaku ke arah yang baik dan modernisasi.

Mengenai fungsi komunikasi Mc Bride (Widjaja, 2000 , 64-66): menjelaskan dalam arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita atau pesan tetapi sebagai kegiatan individu atau kelompok mengenai tukar menukar data, fakta dan ide.

Maka fungsinya dalam setiap sistem sosial adalah sebagai berikut :

1. Informasi

Pengumpulan, penyampaian, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi internasional, lingkungan dan orang lain, kemudian agar dapat mengambil keputusan yang tepat.

2. Sosialisasi (pemasyarakatan)

Penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat.

3. Motivasi

Menjelaskan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong untuk menentukan pilihan dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan di kerjakan.

4. Perdebatan dan diskusi

Menyediakan dan saling tukar menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perdebatan pendapat mengenai masalah public dan pendidikan. Pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong intelektual, pembentukan watak, pendidikan, keterampilan serta kemahiran yang diperlukan dalam semua bidang kehidupan.

5. Memajukan Kebudayaan

Penyebarluasan hasil budaya dan seni dengan melestarikan warisan masa lalu, membangun imajinasi dan mendorong kreatifitas serta kebutuhan estetika.

6. Hiburan

Penyebarluasan sinyal, symbol, suara, citra (*image*) dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, music, komedi, olahraga, permainan, dan sebagainya untuk rekreasi dan kesenangan individu atau kelompok.

7. Integrasi

Menyediakan bagi bangsa, kelompok dan individu kesempatan memperoleh berbagai pesan yang diperlukan agar mereka dapat saling kenal, mengerti dan menghargai kondisi, pandangan dan keinginan orang lain.

2.1.4 Proses komunikasi

Komunikasi tidak berjalan begitu saja, sebab satu kegiatan komunikasi harus menjalani proses komunikasi sehingga baru terlaksana kegiatan komunikasi tersebut. Edward J. Robinson mengungkapkan dalam tulisannya mengenai proses komunikasi, gambaran proses komunikasi meliputi : (1) *the sender*, (2) *the message*, (3) *the media*, (4) *the recipient*. Keempat bagian tersebut bersama-sama

Gambar 2.1

Terjadinya Proses komunikasi

Sender	Message	Media	Recipient =	Communication process
--------	---------	-------	-------------	-----------------------

Sumber : Lubis, suwardi : 12

1. Tahap Pertama, sender

Sender atau komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan atau informasi.

2. Tahap Kedua, Message

Message atau pesan adalah pernyataan yang berupa kata-kata tercetak, kata-kata lisan gambaran dari suatu imajinasi dan setiap kejadian yang pada dasarnya dapat menciptakan suatu kode.

3. Tahap Ketiga, Media

Media adalah sarana yang dapat membentuk ciri atau karakteristik pesan komunikasi dan sebagai sarana yang dapat menyebarkan pesan komunikasi dalam jarak jauh.

4. Tahap Keempat, Recipient

Recipient atau penerima atau komunikan adalah orang yang menerima pesan komunikasi yang disampaikan komunikator.

2.1.5 Komunikasi Orangtua dan Anak

Bentuk-bentuk komunikasi dalam keluarga menurut (Prasetyo, 2000, 24): salah satunya adalah “komunikasi orangtua dengan anak. Komunikasi yang terjalin antara orangtua dan anak dalam satu ikatan keluarga dimana orangtua bertanggungjawab dalam mendidik anak. Hubungan yang terjadi antara orangtua dan anak disini bersifat dua arah, disertai dengan pemahaman bersama terhadap

sesuatu hal dimana orangtua dan anak berhak menyampaikan pendapat, pikiran, informasi atau nasehat”.

Hubungan interpersonal antara orangtua dan anak muncul melalui transformasi nilai-nilai. Transformasi nilai dilakukan dalam bentuk sosialisasi. Pada proses sosialisasi dimasa kanak-kanak orangtua adalah membentuk kepribadian anak-anaknya dengan menanamkan nilai-nilai yang dianut oleh orangtua. Hal yang dilakukan orangtua pada anak dimasa awal pertumbuhannya sangat mempengaruhi berbagai aspek psikologis anak-anak.

Keluarga merupakan wadah dalam hubungan interpersonal antara orangtua dan anak yang membawa suatu proses aktivitas transformasi nilai yang terkait dengan perkembangan anak. Hubungan interpersonal muncul dalam bentuk komunikasi keluarga antara orangtua dan anak. Hubungan interpersonal dalam keluarga dikembangkan dalam tahapan hubungan interpersonal untuk mencapai tujuan komunikasi keluarga.

Pola Komunikasi Orangtua dan Anak

McLeod dan Chaffee memfokuskan studi mereka pada bagaimana lingkungan komunikasi anak-anak itu lebih ditekankan pada pandangan mereka tentang realitas sosial. Kedudukan itu telah disesuaikan bahwa anak-anak belajar suatu gaya komunikasi melalui pengulangan dari interaksi mereka dengan teman sebaya, guru dan orangtua mereka. Gaya komunikasi itu anak-anak pertahankan kemudian membentuk suatu struktur pengalaman interaksi interpersonal. Struktur pengalaman dan interaksi interpersonal anak tersebut membantu mendefinisikan

kepribadian mereka, bagaimana mereka akan mempersepsi, bereaksi dan menghadapi situasi kehidupan.

Konsep dari pola komunikasi keluarga M. Leod ini dipengaruhi kuat oleh penelitian bidang sosiologi sebelumnya yang telah mengkonseptualisasikan secara luas hubungan keluarga dalam bentuk dimensi kekuatan "Power" (demokrasi dan otoriter). MC Leod dan Chaffee beragumen bahwa pelaksanaan "Power" termanifestasi dalam lingkungan komunikasi keluarga itu sendiri. Pengukuran yang dirancang untuk menekankan antisipasi perbedaan dalam keluarga dengan menekankan pada (1) keharmonisan keluarga, (2) keputusan hirarki vs egaliter, (3) pluralis, (4) fokus pada antisipasi konsekuensi sosial.

Komunikasi keluarga yang dikemukakan oleh Mc Leod dan Chaffee dalam Turner dan West (2006), mengemukakan komunikasi yang berorientasi sosial dan komunikasi berorientasi konsep. Komunikasi yang berorientasi sosial adalah komunikasi yang relatife menekankan hubungan keharmonisan dan hubungan sosial yang menyenangkan dalam keluarga. Dalam pola ini secara langsung atau tidak anak diajari menghindari perselisihan dan menekankan perasaannya agar bisa menghindari perdebatan dengan orang yang lebih dewasa atau menghindari penyerangan perasaan orang lain. Dimensi sosial ini mencerminkan *absolute* atau *unquestioned parental*/otoritas orang dewasa. Komunikasi yang berorientasi konsep adalah komunikasi yang mendorong anak-anak untuk mengembangkan pandangan dan mempertimbangkan masalah. Komunikasi yang berorientasi konsep lebih memperhatikan aspek fungsi dan mendorong anak menimbang semua alternatif sebelum mengambil keputusan serta membiarkan anak berada

konsep ini mencerminkan diskusi terbuka dari permasalahan-permasalahan dan mempertanyakan pendapat orang lain.

Dalam komposisi tinggi rendahnya kedua orientasi tersebut, baik sosial maupun konsep, maka melahirkan empat tipe pola komunikasi keluarga sebagai berikut ;

1. Komunikasi keluarga dengan pola *laissez faire*, ditandai dengan rendahnya komunikasi yang berorientasi konsep, artinya anak tidak diarahkan untuk mengembangkan diri secara mandiri, dan juga rendah dalam komunikasi yang berorientasi sosial. Artinya anak tidak membina keharmonisan hubungan dalam bentuk interaksi dengan orangtua. Anak maupun orangtua kurang atau tidak memahami objek komunikasi, sehingga dapat menimbulkan komunikasi yang salah.
2. Komunikasi keluarga dengan pola protektif, ditandai dengan rendahnya komunikasi dengan orientasi konsep, tetapi tinggi komunikasinya dalam orientasi sosial. Kepatuhan dan keselarasan sangat dipentingkan. Anak-anak yang berasal dari keluarga yang menggunakan pola protektif dalam berkomunikasi mudah dibujuk, karena mereka tidak belajar bagaimana membela atau mempertahankan pendapat sendiri.
3. Komunikasi keluarga dengan pola pluralistik merupakan bentuk komunikasi keluarga yang menjalankan model komunikasi yang terbuka dalam membahas ide-ide dengan semua anggota keluarga, menghormati minat anggota lain dan saling mendukung.
4. Komunikasi keluarga dengan pola konsensual, ditandai dengan adanya musyawarah mufakat. Bentuk komunikasi keluarga ini menekankan komunikasi berorientasi sosial maupun berorientasi konsep. Pola ini mendorong dan memberikan kesempatan untuk tiap anggota keluarga mengemukakan ide dari berbagai sudut pandang, tanpa mengganggu struktur kekuatan keluarga.

Dari uraian tersebut diatas yang dimaksud pola komunikasi dalam penelitian ini adalah pola komunikasi yang sering dipakai terhadap penerapan fungsi sosialisasi keluarga dalam memperhatikan tumbuh kembang anak, yang meliputi, pola *laissez faire*, pola protektif, pola pluralistic dan pola konsensual.

Sumber : (Portal Garuda, 2010,04).

2.1.6 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak atau komunikan yang tersebar, heterogen dan anonym melalui media massa yaitu media cetak (surat kabar, majalah, tabloid, dll) dan media elektronik (radio, televisi dan film) sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat, dalam hal ini melalui media televisi.

Menurut De vito (Effendy,2005,21) komunikasi massa adalah “yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi”.

Menurut Michael dan Teri (Nurudin, 2003,7), ada beberapa batasan untuk suatu defenisi komunikasi massa, yaitu :

1. Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan yang modern untuk menyampaikan atau menyebarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas dan tersebar, melalui media modern antara lain surat kabar, televisi, dan sebagainya.
2. Komunikator dalam komunikasi massa dalam menyebarkan pesan-pesannya bermakna mencoba berbagai pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling kenal atau mengetahui satu dan lainnya. Hal inilah yang membedakan komunikasi massa dengan jenis komunikasi lainnya. Bahkan antara pengirim dan penerima pesan tidak saling mengenal antara satu dan yang lainnya.
3. Pesan adalah publik, maksudnya bahwa pesan bisa didapatkan dan diterima oleh orang banyak, karenanya pesan diartikan sebagai pemilik publik.
4. Sebagai sumber, komunikator massa biasanya organisasi formal seperti jaringan, ikatan, atau perkumpulan. Dengan kata lain komunikatornya tidak berasal dari satu orang saja, namun lembaga-lembaga tersebut juga bisa berorientasi pada keuntungan bukan organisasi sukarela atau nir-laba.
5. Komunikasi massa dikontrol oleh gatekeeper, artinya pesan-pesan disebarkan atau siarkan dikontrol oleh individu dalam lembaga tersebut terlebih dahulu sebelum sampai kepada khalayak.
6. Umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda, hal ini dimaksudkan bahwa dalam suatu proses komunikasi massa yang menggunakan media untuk mencapai khalayak, menyebabkan khalayak tidak bias memberikan umpan balik secara langsung.

Bila sistem komunikasi massa diperbandingkan dengan sistem komunikasi interpersonal, secara teknis kita menunjukkan empat tanda pokok dari komunikasi massa menurut Elizabeth-Noelle Neuman dalam (Rakhmat, 2000,189) yaitu :

1. Bersifat tidak langsung, artinya harus melewati media teknis.
2. Bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara peserta-peserta komunikasi.
3. Bersifat terbuka, artinya ditujukan kepada public yang tidak terbatas dan anonym.
4. Mempunyai public yang secara geografis tersebar.

Komunikasi massa berfungsi untuk menyebarkan informasi, meratakan pendidikan, merangsang pertumbuhan ekonomi dan menciptakan kegembiraan dalam hidup seseorang atau sekelompok orang. Tetapi dengan perkembangan teknologi komunikasi yang begitu cepat terutama dalam bidang penyiaran dan media pandang, dengar (audio visual), menyebabkan fungsi media massa telah mengalami banyak perubahan. Berdasarkan hal tersebut maka komunikasi massa dapat berfungsi :

1. Informasi, yakni kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang terjadi di luar dirinya, apakah itu dalam lingkungan daerah, nasional atau internasional.
2. Sosialisasi, yakni menyediakan dan mengajarkan ilmu pengetahuan bagaimana orang bersikap sesuai nilai-nilai yang ada serta bertindak sebagai anggota masyarakat secara efektif.
3. Motivasi, yakni suatu hasrat atau keinginan dari dalam diri seseorang yang mendorong orang untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang mereka baca, lihat dan dengar lewat media massa.

4. Bahan diskusi, yakni menyediakan informasi sebagai bahan diskusi untuk mencapai persetujuan dalam hal perbedaan pendapat mengenai hal-hal yang menyangkut orang banyak.
5. Pendidikan, yakni membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal di sekolah maupun di luar sekolah. Juga meningkatkan kualitas penyajian materi yang baik, menarik dan mengesankan.
6. Memajukan kebudayaan, yakni media massa menyebarluaskan hasil-hasil kebudayaan melalui pertukaran program siaran radio dan televisi, atau bahkan tercetak seperti buku, surat kabar, majalah, dan penerbitan lainnya. Pertukaran ini akan memungkinkan peningkatan daya kreativitas guna menunjukkan kebudayaan nasional masing-masing Negara serta mempertinggi kerjasama hubungan antar negara, artinya pertukaran budaya senantiasa terjadi dalam komunikasi massa.
7. Hiburan, yakni media massa telah menyita banyak waktu luang manusia dari segala golongan usia dengan difungsikan sebagai alat hiburan dalam rumah tangga. Sifat estetika yang dituangkan dalam bentuk lagu, lirik atau syair serta bunyi dan irama maupun gambar dan bahasa membawa orang pada situasi menikmati hiburan seperti halnya kebutuhan pokok untuk kehidupan mereka lainnya.
8. Integrasi, yakni banyak bangsa di dunia dewasa ini diguncangkan oleh kepentingan-kepentingan tertentu karena perbedaan etnis dan ras. Komunikasi seperti satelit dapat dimanfaatkan untuk menjembatani,

mempererat dan memperkokoh perbedaan-perbedaan antar kebudayaan tersebut sehingga tercipta persatuan bangsa.

Efek komunikasi massa, yakni sering sekali tidak diketahui khalayak yang mengkonsumsi media komunikasi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Efek Kehadiran Media Massa

Bentuk media saja sudah mempengaruhi kita, yakni mempengaruhi kita bukan apa yang disampaikan media, tetapi jenis media komunikasi yang kita pergunakan, misalnya komunikasi interpersonal, surat kabar maupun televisi.

2. Efek Kognitif Komunikasi Massa

Pesan komunikasi massa mengakibatkan khalayak berubah dalam hal pengetahuan, pandangan dan pendapat terhadap sesuatu yang diperolehnya. Komunikasi yang dilakukan secara tidak langsung akan menimbulkan suatu perilaku tertentu, akan tetapi lebih memiliki kecenderungan untuk mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan, dan citra inilah nantinya yang akan mempengaruhi bagaimana cara kita berperilaku kepada lingkungan atau orang yang ada disekitar kita.

3. Efek Afektif Komunikasi Massa

a. Pembentukan dan Perubahan sikap

Ada lima prinsip umum yang diperoleh dalam hubungannya dengan pengaruh media massa dalam pembentukan dan perubahan sikap, yaitu :

- 1) Pengaruh komunikasi massa diantarai oleh faktor-faktor seperti predisposisi personal, proses selektif dan keanggotaan kelompok.
- 2) Karena faktor-faktor ini, komunikasi massa biasanya berfungsi memperkokoh sikap dan pendapat yang ada, walaupun kadang-kadang berfungsi sebagai media pengubah (*agent of change*).
- 3) Bila komunikasi massa menimbulkan perubahan sikap, perubahan kecil pada intensitas sikap lebih umum terjadi dari pada konversi (perubahan pada seluruh sikap) dari satu sisi masalah ke sisi yang lain.
- 4) Komunikasi massa cukup efektif dalam mengubah sikap pada bidang-bidang dimana pendapat orang lemah, misalnya pada iklan komersil.
- 5) Komunikasi massa cukup efektif dalam menciptakan pendapat tentang masalah-masalah baru bila tidak ada predisposisi yang harus diperteguh.

b. Rangsangan Emosional

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi intensitas rangsangan emosional pesan media massa setelah para peneliti mengalami kesukaran untuk mengukur emosi sedih, gembira atau takut sebagai akibat pesan media massa antara lain suasana emosional (*mood*), skema kognitif, suasana terpaan, predisposisi individual dan tingkat identifikasi khalayak dengan tokoh dalam media massa.

c. Rangsangan Seksual

Sejenis rangsangan emosional yang banyak dibicarakan orang adalah rangsangan seksual akibat adegan-adegan merangsang dalam media massa. Selain itu manusia juga terangsang karena imajinasi. Byrne dan Lambert mengatakan “imajinasi hampir dua kali lebih

UNIVERSITAS MEDAN AREA
Merangsang dari pada gambar (*slides*) dan cerita”.

4. Efek Behavioral Komunikasi Massa

Pada waktu membicarakan efek kehadiran media massa, secara sepintas kita juga telah menyebutkan efek behavioral seperti pengalihan kegiatan dan penjadwalan pekerjaan sehari-hari. Efek pesan media massa yang sering dibicarakan ialah efek komunikasi massa pada perilaku social yang diterima (efek proposial *behavioral*) dan pada perilaku agresif yang sering terjadi pada diri khalayak.

a. Efek Prososial Behavioral

Pada dunia modern, sebagian dari tugas mendidik telah dilakukan oleh media massa. Buku, majalah, surat kabar, radio dan televisi sudah diketahui mengajarkan kepada pembaca dan pendengarnya berbagai keterampilan. Belajar dari media massa memang tidak bergantung hanya pada unsure stimuli dalam media massa saja. Suatu proses belajar yang rumit berlangsung. Perilaku merupakan hasil faktor-faktor kognitif dan lingkungan. Artinya, kita mampu memiliki keterampilan tertentu, bila terdapat jalinan positif antara stimuli yang kita amati dan karakteristik diri kita. Sehingga tindakan teladan akan kita lakukan bila diri kita sendiri mendorong tindakan itu.

b. Agresif sebagai Efek Komunikasi Massa

Khalayak cenderung meniru perilaku yang diamatinya, stimuli menjadi teladan untuk perilakunya. Selanjutnya, kita juga dapat menduga bahwa penyajian cerita atau adegan kekerasan dalam media massa akan menyebabkan orang melakukan kekerasan pula, dengan kata lain mendorong orang menjadi agresif. Sedangkan agresif itu sendiri adalah setiap bentuk perilaku yang diarahkan untuk merusak atau melukai orang lain yang menghindari perlakuan seperti itu.

2.1.7 Pengertian Media Massa

Media massa merupakan media yang digunakan dalam proses komunikasi massa dalam menyampaikan pesan, seperti yang telah penulis jelaskan sebelumnya mengenai komunikasi massa, maka berikut ini penulis mencoba menjelaskan mengenai media massa. Media massa adalah alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan dari sumber atau komunikator kepada khalayak atau komunikan dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis yang merupakan media yang bersifat massa, seperti surat kabar, radio, televisi, film dan sebagainya.

Menurut (Cangara, 2002,134) media massa adalah “alat yang digunakan dalam penyampain pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi”.

Menurut (Muhtadi, 2004, 34) ada lima hal yang menunjukkan sifat dari media massa, yaitu :

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian iformasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dengan penerima. Kalau terjadi reaksi atau umpan balik biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
4. Memakai peralatan tekhnis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan semacamnya.
5. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin dan suku bangsa.

Menurut (Mc.Quail, 2001, 3) media massa memiliki 5 fungsi penting dalam kehadirannya ditengah-tengah kehidupan manusia modern, adapun hal tersebut adalah sebagai berikut :

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

1. Media merupakan suatu bentuk produksi yang berubah-ubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang dan jasa serta menghidupkan industri lain yang terkait.
2. Media massa merupakan sumber kekuatan sebagai alat Kontrol, manajemen dan alat informasi masyarakat yang dapat didaya gunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber lain.
3. Media merupakan lokasi (forum) yang semakin berkembang untuk menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat baik yang bertaraf nasional maupun internasional.
4. Media seringkali berperan wahana pengembangan kehidupan, bukan saja dalam pengertian pengembangan tata cara, mode dan simbol, tetapi juga dalam pengembangan gaya hidup dan norma-norma.
5. Merupakan sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran citra realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif. Media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian *normative* yang dibaurkan dengan berita dan hiburan.

Steven H.Chaffee (Cangara, 2002: 143) mengatakan ada 5 efek media massa jika kita memosisikannya sebagai suatu bentuk benda fisik atau jika media massa tersebut hanya dipandang sebagai media semata, antara lain ialah :

1. Efek ekonomis, bahwa kehadiran media massa menggerakkan berbagai usaha produksi, distribusi, dan konsumsi "jasa" media massa. Kehadiran surat kabar berarti menghidupkan pabrik yang *mensuplay* Koran, menyuburkan pengusaha dan grafika, memberi pekerjaan pada wartawan, ahli rancang grafis, pengedar, pengecer pencari iklan dan sebagainya.
2. Efek sosial, berkenaan dengan perubahan pada stuktur atau interaksi sosial akibat kehadiran media massa. Sudah diketahui bahwa kehadiran televisi meningkatkan status sosial pemiliknya. Di pedesaan televisi telah membentuk jaringan-jaringan interaksi sosial yang baru.
3. Efek pada penjadwalan kegiatan, hal ini dapat terjadi pada televisi, surat kabar, radio transistor, *video recorder*, radio *paging*, *device* terminal komputer yang dihubungkan dengan pusat informasi dan media komunikasi massa kontemporer lainnya dapat mengorganisasikan kegiatan khalayak. Surat kabar sore akan menyebabkan pelanggan menyisakan waktu membaca Koran pada sore hari, *video recorder* mengurangi frekuensi orang menonton bioskop dan sebagainya.
4. Efek pada penyaluran atau penghilangan perasaan tertentu, umumnya orang menggunakan media untuk memuaskan kebutuhan psikologis. Ada juga orang menggunakan media untuk menghilangkan perasaan tidak enak, misalnya kesepian, marah, kecewa dan sebagainya. Media digunakan tanpa mempersoalkan isi pesan yang disampaikannya. Gadis yang kesepian membaca cerpen di surat kabar untuk menghibur hatinya.
5. Efek pada perasaan orang terhadap media, orang memiliki perasaan positif atau negative pada media tertentu. Tumbuhnya perasaan senang atau percaya pada media massa tertentu mungkin erat kaitannya dengan pengalaman individu terhadap media yang dikonsumsi, boleh jadi

faktor isi pesan yang dihadirkan media mula-mula memberikan pengaruh, tetapi kemudian jenis media itu yang diperhatikan, apapun yang disiarkan.

Menurut Katz (Rahmat, 2000,203) tipologi kebutuhan manusia yang berkaitan dengan media yang diklasifikasikan dalam lima kelompok, yaitu :

1. Kebutuhan Kognitif, yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan usaha-usaha untuk memperkuat informasi, pengetahuan serta pengertian tentang lingkungan dan keinginan ini terpenuhi oleh adanya dorongan-dorongan seperti keingintahuan dan penjelajahan pada diri kita.
2. Kebutuhan afektif, yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk memperkuat pengalaman-pengalaman yang bersifat keindahan, kesenangan dan emosional. Mencari kesenangan dan hiburan merupakan motivasi yang ada umumnya dapat diperoleh melalui media dan hal ini sudah sangat sering dilakukan oleh manusia sebagai khalayak.
3. Kebutuhan Integratif/Personal, yaitu kebutuhan yang berhubungan untuk memperkuat kepercayaan, kesetiaan dan status pribadi dan diperoleh dari adanya keinginan setiap individu untuk meningkatkan harga diri.
4. Kebutuhan Integratif Sosial, yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan usaha untuk memperkuat kontak dengan keluarga, teman dan dengan alam sekitar serta keinginan tersebut didasarkan oleh adanya keinginan setiap individu untuk berafiliasi.
5. Kebutuhan dan pelarian, yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan hasrat untuk melarikan diri dari kenyataan, melepaskan ketegangan dan kebutuhan akan hiburan.

2.1.8 Pengertian Televisi

Televisi adalah sebuah media telekomunikasi terkenal yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang monokrom (hitam-putih) maupun berwarna. Kata “televisi” merupakan gabungan dari kata *tele* (jauh) dari bahasa Yunani dan *visio* (penglihatan) dari bahasa Latin, sehingga televisi dapat diartikan sebagai “alat komunikasi jarak jauh yang menggunakan media visual atau penglihatan.

2.1.9 Sejarah Televisi

Pada masa awal perkembangannya, televisi menggunakan gabungan teknologi optik, mekanik, dan elektronik untuk merekam, menampilkan, dan menyebarkan gambar visual. Bagaimanapun pada akhir 1920-an, sistem

pertelevisian yang hanya menggunakan teknologi optic dan elektronik saja telah dikembangkan, dimana semua sistem televisi modern menerapkan teknologi ini. Walaupun sistem mekanik akhirnya tidak lagi digunakan, pengetahuan yang didapat dari pengembangan system elektromekanis sangatlah penting dalam pengembangan system televisi elektronik penuh.

Gambar pertama yang berhasil dikirimkan secara elektrik adalah melalui mesin facsimile mekanik sederhana (seperti pantelegraf) yang dikembangkan pada akhir abad ke-19. Konsep pengiriman gambar bergerak yang menggunakan daya elektrik pertama kali diuraikan pada 1878 sebagai "*teleponoskop*" (konsep gabungan telepon dan gambar bergerak), tidak lama setelah penemuan telepon. Pada saat itu, para penulis fiksi ilmiah telah membayangkan bahwa suatu hari nanti cahaya juga akan dapat dikirimkan melalui medium kabel, seperti halnya suara.

Ide untuk menggunakan system pemindaian gambar untuk mengirim gambar pertama kali dipraktikkan pada 1881 menggunakan *pantelegraf*, yaitu menggunakan mekanisme pemindaian pendulum. Semenjak itu, berbagai teknik pemindaian gambar telah digunakan di hampir setiap teknologi pengiriman gambar, termasuk televisi. Inilah konsep yang bernama "*perasteran*", yaitu proses merubah gambar visual menjadi arus gelombang elektrik.

2.1.10 Jenis Program Televisi

Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program acara yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya sangat beragam. Pada dasarnya apa saja dapat dijadikan program untuk ditayangkan di televisi selama program itu menarik dan disukai oleh *audience*, dan selama tidak bertentangan dengan

kesusilaan, hukum, dan peraturan berlaku.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin

Dari berbagai macam program yang disajikan stasiun penyiaran jenis-jenis program terbagi menjadi dua bagian yaitu :

1. **Program Informasi**, adalah segala jenis siaran yang bertujuan untuk memberitahukan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak *audience*.
 - a. **Berita keras (*Hard News*)**, adalah segala bentuk informasi yang penting dan menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui oleh khalayak *audience* secepatnya.
 - a.1. ***Straight News***, suatu berita singkat (tidak detail) yang hanya menyajikan informasi terpenting saja terhadap suatu peristiwa yang diberitakan.
 - a.2. ***Feature***, adalah berita yang menampilkan berita-berita ringan namun menarik.
 - a.3. ***infotainment***, adalah berita yang menyajikan informasi mengenai kehidupan orang-orang yang dikenal masyarakat (*celebrity*).
 - b. **Berita Lunak (*Soft News*)**, adalah informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (*indepth*) namun tidak bersifat tidak harus segera ditayangkan.
 - b.1. ***Current Affair***, adalah program yang menyajikan informasi yang terkait dengan suatu berita penting yang muncul sebelumnya namun dibuat secara lengkap dan mendalam.
 - b.2. ***Magazine***, adalah program yang menampilkan informasi ringan dan mendalam. Magazine menekankan pada aspek menarik suatu informasi ketimbang aspek pentingnya.
 - b.3. **Dokumenter**, adalah program informasi yang bertujuan untuk pembelajaran dan pendidikan namun disajikan dengan menarik.

- b.4. *Talk Show*, adalah yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara.
2. Program Hiburan, adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur *audience* dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, musik dan permainan (*game*).
- a. Drama, adalah pertunjukan (*show*) yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa orang (tokoh) yang diperankan oleh pemain (artis) yang melibatkan konflik dan emosi.
1. Sinetron merupakan drama yang menyajikan cerita dari berbagai tokoh secara bersamaan. Masing-masing tokoh memiliki alur cerita mereka sendiri-sendiri tanpa harus dirangkum menjadi suatu kesimpulan.
2. Film, televisi menjadi media paling akhir yang dapat menayangkan film sebagai salah satu programnya karena pada awalnya tujuan dibuatnya film untuk layar lebar. Kemudian film itu sendiri didistribusikan menjadi VCD atau DVD setelah itu film baru dapat ditayangkan di televisi.
- b. Permainan atau *game show*, adalah suatu bentuk program yang melibatkan sejumlah orang baik secara individu atau kelompok yang saling bersaing untuk mendapatkan sesuatu.
- c. Musik, program ini merupakan pertunjukan yang menampilkan kemampuan seseorang atau beberapa orang pada suatu lokasi baik di studio ataupun di luar studio. Program musik di televisi sangat ditentukan artis menarik *audience*. Tidak saja dari kualitas suara namun juga

berdasarkan bagaimana mengemas penampilannya agar menjadi lebih menarik.

- d. Pertunjukan, merupakan program yang menampilkan kemampuan seseorang atau beberapa orang pada suatu lokasi baik di studio ataupun di luar studio.

Stasiun televisi nasional di Indonesia : TVRI, RCTI, MNC TV, SCTV, ANTV, Indosiar, MetroTV, Trans 7, Trans TV, TvOne, Global TV, RTV, dan Nett.

Sumber : (Gunawan, 2009, 04,28)

2.1.11 Pengertian Remaja

Masa remaja merupakan masa transisi atau peralihan dari masa anak-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 tubuh orang dewasa yang disertai pula dengan berkembangnya kapasitas reproduktif. Selain itu remaja juga berubah secara kognitif dan mulai mampu berfikir abstrak seperti orang dewasa. “Pada periode ini pula remaja mulai melepaskan diri secara emosional dari orangtua dalam rangka menjalankan peran sosialnya yang baru sebagai orang dewasa, demikian menurut (Agustini, 2006 , 28)”.

Remaja dituntut untuk menampilkan tingkah laku yang dianggap pantas atau sesuai bagi orang-orang seusianya. Adanya perubahan baik di dalam maupun di luar dirinya membuat kebutuhan remaja semakin meningkat terutama kebutuhan sosial dan kebutuhan psikologisnya. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut remaja memperluas lingkungan sosialnya di luar lingkungan keluarga, seperti lingkungan teman sebaya dan lingkungan masyarakat lain.

Secara umum masa remaja dibagi menjadi tiga bagian (Agustini, 2006;29),

UNIVERSITAS MEDAN AREA
yaitu sebagai berikut:

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

1. Masa remaja awal (12-15 tahun)

Pada masa ini individu mulai meninggalkan peran sebagai anak-anak dan berusaha mengembangkan diri sebagai individu yang unik dan tidak tergantung pada orangtua. Fokus dari tahap ini adalah penerimaan terhadap bentuk dan kondisi secara fisik serta adanya konformitas yang kuat dengan teman sebaya.

2. Masa remaja pertengahan atau madya (15-18 tahun)

Masa ini ditandai dengan berkembangnya kemampuan berfikir yang baru. Pada masa ini remaja mulai mengembangkan kematangan tingkah laku, belajar mengendalikan impulsivitas, dan membuat keputusan-keputusan awal yang berkaitan dengan tujuan vokasional yang ingin dicapai, selain itu penerimaan dari lawan jenis menjadi penting bagi individu.

3. Masa remaja akhir

Masa ini ditandai oleh persiapan akhir untuk memasuki peran-peran orang dewasa. Selama periode ini remaja berusaha memantapkan tujuan vokasional dan mengembangkan *sense of personal identity*.

Penelitian ini ditujukan pada remaja pertengahan karena pada masa ini kedekatan remaja dengan orangtua dalam keluarga sudah mulai berkurang bila dibandingkan dengan teman sebaya yang lebih memiliki peran penting dalam kehidupan mereka sekarang. Selain itu remaja pada usia ini juga lebih mampu mengarahkan diri sendiri (*self-directed*) dibandingkan pada remaja usia awal yang masih erat dengan sifat kekanak-kanakan.

2.1.12 Karakteristik Perkembangan Remaja

Remaja bila ditinjau dari segi fisiknya, mereka sudah bukan anak-anak lagi melainkan sudah seperti orang dewasa, tetapi jika mereka diperlukan sebagai orang dewasa, ternyata belum dapat menunjukkan sikap dewasa.

Oleh karena itu ada sejumlah sikap yang sering ditunjukkan oleh remaja, menurut (Ali, 2004, 16) yaitu sebagai berikut :

1. Kegelisahan

Sesuai dengan fase perkembangannya, remaja mempunyai banyak idealism, angan-angan atau keinginan yang hendak diwujudkan di masa depan. Namun sesungguhnya mereka belum memiliki banyak kemampuan yang memadai untuk mewujudkan semua itu. Tarik-menarik antara angan-angan yang tinggi dengan kemampuannya yang masih belum memadai mengakibatkan mereka diliputi oleh perasaan gelisah.

2. Pertentangan

UNIVERSITAS MEDAN AREA

Pada umumnya, remaja sering mengalami kebingungan karena sering terjadi pertentangan pendapat antara mereka dengan orangtua. Pertentangan yang sering terjadi itu menimbulkan keinginan remaja untuk melepaskan diri dari orangtua kemudian ditentangnya sendiri karena di dalam diri remaja ada keinginan untuk memperoleh rasa aman. Akibatnya, pertentangan yang sering terjadi itu akan menimbulkan kebingungan dalam diri remaja itu sendiri maupun pada orang lain.

3. Mengkhayal

Keinginan untuk menjelajah dan bertualang tidak semuanya tersalurkan. Biasanya hambatannya dari segi keuangan atau biaya. Akibatnya mereka lalu mengkhayal, mencari kepuasan, bahkan menyalurkan khayalannya melalui dunia fantasi. Khayalan ini tidak selamanya bersifat negatif. Sebab khayalan ini kadang-kadang menghasilkan sesuatu yang bersifat konstruktif, misalnya timbul ide-ide tertentu yang dapat direalisasikan.

4. Aktifitas Berkelompok

Adanya bermacam-macam larangan dari orangtua sering kali melemahkan atau bahkan mematahkan semangat para remaja,. Kebanyakan remaja menemukan jalan keluar dari kesulitannya setelah mereka berkumpul dengan rekan sebaya untuk melakukan kegiatan bersama.

5. Keinginan Mencoba Segala Sesuatu

Pada umumnya, remaja memiliki rasa ingin tahu yang tinggi. Karena didorong oleh rasa ingin tahu yang tinggi, remaja cenderung ingin bertualang, mencoba semua yang mereka inginkan tanpa melihat efek dari apa yang mereka perbuat. Peran orangtua disini sangat diperlukan untuk mengontrol anak/remajanya tanpa harus mengekang dan melarang apa yang mereka inginkan.

Menurut John Hill, terdapat tiga komponen dasar dalam membahas periode remaja, yaitu :

1. Perubahan fundamental remaja yang bersifat universal

a. Perubahan biologis menyangkut tampilan fisik (ciri-ciri secara primer dan sekunder)

Perubahan ini mengakibatkan remaja harus menyesuaikan diri terhadap lingkungan sekitarnya. Perubahan sikap ini juga berpengaruh terhadap *self image* remaja dan juga menyebabkan perasaan tentang diripun berubah.

b. Transisi kognitif

Perubahan dalam kemampuan berfikir, remaja telah memiliki kemampuan yang lebih baik dari anak dalam berfikir mengenai situasi secara hipotesis, memikirkan sesuatu yang belum terjadi tetapi akan

terjadi. Ia pun telah mampu berfikir tentang konsep-konsep yang abstrak seperti pertemanan, demokrasi, moral.

c. Transisi sosial

Perubahan dalam status sosial membuat remaja mendapatkan peran-peran baru dan terikat pada kegiatan-kegiatan baru. Semua masyarakat membedakan antara individu sebagai anak dan individu yang siap memasuki masa dewasa.

2. Konteks dari remaja

Perkembangan psikologis selama masa remaja merupakan hasil dari perubahan-perubahan yang mendasar dan bersifat universal dengan konteks dimana pengalaman terjadi.

3. Perkembangan psikososial

Terdapat lima kasus dari psikososial yaitu *identity, autonomy, intimacy, sexuality dan achievement*.

- Identity* : mengemukakan dan mengerti siapa diri sebagai individu.
- Autonomy* : menetapkan rasa yang nyaman dalam ketidak-ketergantungan.
- Intimacy* : membentuk relasi yang tertutup dan dekat dengan orang lain.
- Sexuality* : mengekspresikan perasaan-perasaan dan merasa senang jika ada kontak fisik dengan orang lain.
- Achievement* : mendapatkan keberhasilan dan memiliki kemampuan sebagai anggota masyarakat.

Sumber : (Stromlah, 2008, 01-04)

Menurut Erikson, 1968 dikutip oleh (Agustiani, 2006 , 33), “seorang remaja bukan sekedar mempertanyakan siapa dirinya, tapi bagaimana dan dalam konteks apa atau dalam kelompok apa dia bisa menjadi bermakna dan dimaknakan”. Dengan kata lain, identitas seseorang tergantung pula pada bagaimana orang lain mempertimbangkan kehadirannya. Karena bisa lebih dipahami mengapa keinginan untuk diakui, keinginan untuk memperkuat kepercayaan diri, dan keinginan untuk menegaskan kemandirian menjadi hal yang sangat penting bagi remaja, terutama mereka yang akan mengakhiri masa itu.

2.1.13 Tugas Perkembangan Remaja

Pada setiap tahapan perkembangan manusia terdapat tugas-tugas tertentu yang harus dipenuhi oleh individu, dan ini

sering disebut tugas-tugas perkembangan. Heymans, 1991 dikutip (Agustini, 2006, 53), mendefinisikan bahwa “tugas perkembangan merupakan peristiwa-peristiwa ketika seorang individu mampu mengatasi suatu transisi dalam hidupnya”.

Pikunas mengungkapkan pendapat Willian Kay, yaitu bahwa tugas perkembangan utama remaja adalah “memperoleh kematangan sistem moral untuk membimbing prilakunya. Kematangan remaja belumlah sempurna, jika tidak memiliki kode moral yang dapat diterima secara universal”. Selanjutnya Willian Kay mengemukakan tugas-tugas perkembangan remaja itu sebagai berikut (Yusuf, 2004, 72) :

- a. Menerima fisiknya sendiri berikut keragaman kualitasnya.
- b. Mencapai kemandirian emosional dari orangtua atau figur-figur yang mempunyai otoritas.
- c. Mengembangkan keterampilan komunikasi interpersonal dan belajar bergaul dengan teman sebaya atau orang lain, baik secara individual maupun kelompok.
- d. Menemukan manusia model yang dijadikan identitasnya.
- e. Menerima dirinya sendiri dan memiliki kepercayaan terhadap kemampuannya sendiri.
- f. Memperkuat *self control* (kemampuan mengendalikan diri) atau dasar skala nilai, prinsip-prinsip atau falsafah hidup.
- g. Mampu meninggalkan reaksi dan penyesuaian diri (sikap/perilaku) kekanak-kanakan.

Sumber : (Arihdya Caesar, 2010, 04-02)

Tugas perkembangan remaja menurut Havighurst adalah (Agustini, 2004, 62):

I. Mencapai relasi baru dan lebih matang bergaul dengan teman seusia dari kedua jenis kelamin.

- a. Tujuan Utama : belajar melihat anak perempuan sebagai wanita dan anak laki-laki sebagai pria; untuk menjadi manusia dewasa diantara orang dewasa lainnya. Belajar bekerja bersama orang lain dengan tujuan umum atau tujuan bersama tanpa memperdulikan perasaan pribadi, belajar untuk menjadi pimpinan tanpa mendominasi.
- b. Dasar Biologis : kematangan seksual telah dicapai selama masa remaja, daya tarik seks menjadi kekuatan yang dominan dalam kehidupan individu.
- c. Dasar psikologis : pada masa akhir dari usia anak-anak, anak tumbuh dan

UNIVERSITAS MEDAN AREA

kelompok dari satu jenis kelamin. Pembeneran dari kelompok sebaya merupakan pengaruh yang sangat penting selama usia remaja.

d. Tingkat Pencapaian Tugas Perkembangan

1. **Tinggi.** Indikatornya : memiliki sahabat dekat dua orang atau lebih sebagai anggota “klik” dari jenis kelamin yang sama secara mantap, dipercaya oleh teman sekelompok dalam posisi tanggung jawab tertentu, memiliki penyusuaian sosial yang baik, banyak meluangkan waktu untuk berinteraksi dengan teman sebaya, beradaptasi dalam acara teman sebaya, memahami dan dapat melakukan keterampilan sosial dalam bergaul dengan teman sebaya, mau bekerja sama dengan orang lain, berusaha memahami pandangan orang lain dalam diskusi kelompok, kadang-kadang tepuk tangan kepada lawan dalam suatu permainan.
2. **Sedang.** Indikatornya : memiliki seorang teman dekat menjadi anggota “klik” atau “gang” namun kurang mendapat perhatian, memiliki kemampuan sosial yang sedang, kadang-kadang mau menghadiri acara dengan teman lawan jenis, merasa tidak percaya diri, apabila berada dalam kelompok yang beragam, mempunyai peran yang netral dalam kegiatan kelompok.
3. **Rendah.** Indikatornya : tidak memiliki teman akrab, tidak pernah di undang untuk menghadiri acara kelompok, sering dikambing hitamkan oleh kelompok sebaya, sering balas dendam dengan sikap bermusuhan, berperilaku penyimpangan penyesuaian sosial, dan sangat malu bergaul dengan lawan jenis.

II. Mencapai maskulinitas dan femininitas dari peran sosial.

- a. Tujuan Utama : Menerima dan belajar mengenai peran sosial maskulinitas dan femininitas yang dibenarkan dalam lingkungan orang dewasa.
 - b. Dasar Biologis : Terjadi perbedaan secara fisik antara laki-laki dan wanita dalam konteks kekuatan fisik.
 - c. Dasar psikologis : Peran mengenai maskulinitas dan femininitas yang berbeda dalam lingkungan sosial tidak sulit, baik bagi laki-laki maupun wanita untuk menjalani peran sebagai laki-laki dewasa dan wanita dewasa. Akan tetapi, banyak wanita yang kurang menyukai peran femininitas yang tradisional. Mereka ingin memiliki kebebasan untuk memilih apa yang dilakukan oleh laki-laki, mereka menginginkan “karir dan berkeluarga”.
- d. Tingkat Pencapaian Tugas Perkembangan
1. **Tinggi.** Indikatornya : remaja pria matang seksualnya dan melalui siklus perkembangan pubertas menyenangi acara-acara yang diadakan kelompok yang beragam jenis kelamin, menyenangi lawan jenis, memelihara diri secara baik, aktif dalam berolahraga, dan mempunyai minat untuk mempersiapkan diri dalam suatu pekerjaan yang sesuai dengan jenis kelaminnya. Remaja wanita memiliki fisik yang matang dan bersifat feminine dalam penampilan dan berpakaian, menunjukkan sifat mau menerima pernikahan dan peran sebagai istri / ibu, dan menunjukkan minat dan sikap senangnya untuk memelihara bayi.

2. **Sedang.** Indikatornya : remaja pria matang seksualnya namun kurang mempunyai perhatian terhadap remaja wanita, mempunyai perhatian untuk menghadiri acara dalam kelompok yang beragam jenis kelaminnya, menampilkan ciri-ciri maskulinitas, namun masih ragu, hanya menyenangi olahraga yang ringan, dan kurang perhatian untuk memelihara diri.
3. **Rendah.** Indikatornya : remaja pria tidak matang fisiknya tidak mempunyai interest terhadap remaja wanita, tidak menyenangi olahraga, tubuh atau penampilannya kurang maskulin, remaja wanita kematangannya terlambat, mungkin tidak menstruasi, penampilannya seperti anak kecil, penampilannya “tomboy”, dan senang bergaul dengan pria.

III. Menerima perubahan fisik dan menggunakannya secara efektif.

- a. Tujuan Utama : merasa bangga atau memiliki toleransi terhadap kondisi fisiknya, serta dapat menggunakan dan memelihara dirinya secara efektif dengan kepuasan pribadi.
- b. Dasar Biologis : pada masa ini remaja belajar mengantisipasi kondisi fisiknya, apakah dia akan lebih tinggi atau lebih pendek dari orang-orang dewasa yang ada disekitarnya. Wanita tampak lebih matang secara fisik di banding laki-laki pada usia 10-16 tahun.
- c. Dasar Psikologis : setiap orang selama masa remaja menaruh minat yang kuat terhadap perkembangannya atau perubahan fisiknya. Individu secara konstan akan membandingkan dirinya dengan teman seusianya.
- d. Tingkat pencapaian tugas perkembangan
 1. **Tinggi.** Indikatornya : mampu mengarahkan diri dan memelihara kesehatan secara rutin, memiliki keterampilan dalam berolahraga; mempersepsi tubuh dan jenis kelaminnya secara tepat, merasa senang untuk menerima dan memanfaatkan fisiknya, memiliki pengetahuan tentang reproduksi, menerima penampilan fisiknya secara feminine (wanita) dan maskulin (pria), memelihara dirinya secara hati-hati.
 2. **Sedang.** Indikatornya : mampu mengarahkan diri dalam memelihara kesehatan, namun tidak dalam waktu lama, memiliki persepsi yang sedang terhadap tubuh manusia dan keragaman seksual, kadang-kadang bersikap menolak terhadap tubuhnya atau jenis kelaminnya, memiliki pengetahuan tentang reproduksi, namun memiliki rasa takut yang tidak rasional tentang hal itu (bagi wanita), tubuhnya matang, dan memiliki sedikit keterampilan untuk memelihara rumah.
 3. **Rendah.** Indikatornya : kurang memiliki kebiasaan untuk memelihara kesehatan, tidak dapat mengendalikan diri, cenderung fisiknya kurang matang, memiliki distorsi persepsi tentang tubuhnya dan keragaman seks, menampakkan ketidak senangan terhadap tubuhnya, merasa cemas tentang kematangannya atau penampilan fisiknya yang menyimpang, tidak memiliki pengetahuan yang tepat tentang reproduksi, dan menyatakan kesenangannya untuk menjadi lawan jenis kelaminnya.

IV. Mencapai dan diharapkan untuk memiliki tingkah laku sosial secara bertanggung jawab.

- a. Tujuan Utama : untuk mengembangkan ideologi sosial, untuk berpartisipasi sebagai orang dewasa yang bertanggung jawab dalam kehidupan bermasyarakat, agama, dan nasionalisme. Untuk mendapatkan nilai-nilai dari lingkungan, dalam menampilkan tingkah lakunya.
- b. Dasar Psikologis : loyalitas dan kemauan untuk melayani orang lain merupakan dasar bagi tingkah laku sosial yang bertanggung jawab. Remaja harus mengembangkan ideologi yang harmonis dengan nilai-nilai dan kenyataan-kenyataan dilingkungan social.

Dari tugas-tugas tersebut, tampak bahwa secara umum tugas perkembangan remaja berkaitan dengan diri sendiri dan juga dengan lingkungan sosial yang dihadapinya. Semua yang terjadi pada remaja dalam masa ini menuntut individu untuk melakukan penyesuaian di dalam dirinya, menerima perubahan-perubahan itu sebagai bagian dari dirinya, dan membentuk suatu *sense of self* yang baru tentang siapa dirinya, untuk mempersiapkan diri menghadapi masa dewasa.

2.2 Kerangka Pemikiran

Sebelum terjun ke lapangan atau melakukan pengumpulan data, peneliti diharapkan mampu menjawab permasalahan melalui suatu kerangka pemikiran atau *literature review*. Kerangka pemikiran merupakan kajian tentang bagaimana hubungan teori dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi dalam perumusan masalah. Sehingga masalah yang diteliti menjadi jelas penyelesaiannya.

Teori adalah seperangkat dalil atau prinsip umum yang kait mengkait (Hipotesis yang diuji berulang kali) mengenai suatu aspek realitas yang berfungsi untuk menerangkan, meramalkan atau memprediksikan dan menentukan keterpautan fakta-fakta secara sistematis.

Pengaruh televisi terhadap sistem komunikasi tidak lepas dari pengaruhnya terhadap aspek-aspek kehidupan pada umumnya. Yang mempengaruhi sikap, persepsi perilaku pandangan dan perasaan para penonton.

Jadi jika hal-hal yang mengakibatkan penonton terharu, terpesona bukanlah suatu hal yang istimewa. Sebab salah satu pengaruh psikologis dari televisi adalah seakan-akan menghipnotis penonton sehingga penonton dihanyutkan dalam suatu suasana pertunjukan televisi. Peniruan yang negatif yang sering sekali dipermasalahkan apabila para remaja menonton televisi. Televisi mempunyai kekuatan yang tersembunyi untuk menggambarkan apa yang terjadi, apa yang penting dalam berbagai kejadian serta menjelaskan hubungan dan makna yang ada dari kejadian-kejadian. Lewat kekuatan televisi, proses “mencuci” otak dengan cara mengubah pola pikir, merombak sikap mental dan tatanan moral masyarakat relatif menjadi lebih mudah.

Pada dasarnya televisi merupakan media masa elektronik yang mampu menyebarkan berita secara cepat dan memiliki kemampuan mencapai khalayak dalam jumlah yang tak terhingga pada waktu yang bersamaan. Televisi dengan berbagai acara-acara yang ditayangkan telah mampu menarik minat pemirsanya, dan membuat pemirsanya “ketagihan” untuk selalu menyaksikan acara-acara yang ditayangkan, bahkan bagi anak-anak sekalipun sudah merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas kesehariannya, bahkan acara “nonton tv” sudah menjadi agenda wajib bagi mereka.

Televisi telah membius pemirsanya baik dari anak-anak, remaja, dan orangtua untuk terus menyaksikan acara demi acara yang dikemas sedemikian rupa, dan di bumbui dengan asesoris-asesoris yang menarik, sehingga membuat pemirsanya terkagum-kagum dengan acara yang disajikan. Tidak jarang sekarang ini banyak anak remaja lebih suka berlama-lama di depan televisi dari pada

belajar, bahkan hampir-hampir lupa akan waktu makannya. Ini merupakan suatu problematika yang terjadi di lingkungan kita sekarang ini, dan perlu diperhatikan khusus bagi setiap orangtua untuk selalu mengawasi aktivitas anaknya.

Jika kita kaji lebih jauh sebenarnya media masa televisi memiliki fungsi utama yang selalu harus diperhatikan yaitu fungsi informatif, edukatif, entertaint, rekreatif dan sebagai sarana mensosialisasikan nilai-nilai atau pemahaman-pemahaman baik yang lama maupun yang baru, namun jika kita lihat kenyataannya sekarang ini, acara-acara televisi lebih kepada fungsi informatif dan rekreatif saja, sedangkan fungsi edukatif yang merupakan fungsi yang sangat penting untuk disampaikan, sangat sedikit sekali. Hal ini bisa kita lihat dari susunan acara-acara televisi, kebanyakan hanya acara-acara sinetron dan infotainment saja. Sedangkan acara-acara yang mengarah kepada edukatif atau pendidikan sangat kecil sekali frekuensinya.

Dwyer menyimpulkan, “sebagai media audio visual, Televisi mampu merebut 94% saluran masuknya pesan-pesan atau informasi ke dalam jiwa manusia yaitu lewat mata dan telinga. Televisi mampu membuat orang pada umumnya mengingat 50% dari apa yang mereka lihat dan dengar di layar televisi walaupun hanya sesekali ditayangkan”. Atau secara umum orang akan ingat 85% dari apa yang mereka lihat di Televisi setelah 3 jam kemudian. Dengan demikian anak-anak akan meniru apa yang mereka lihat, tidak menutup kemungkinan perilaku dan sikap remaja tersebut akan mengikuti acara televisi yang ia tonton.

Sumber : (Publikasi Jurnal, 2002, 03).

Pengaruh televisi terhadap anak bagaimanapun dibatasi oleh rumusan tiga “Instink Khalayak” terhadap pesan-pesan yang disampaikan oleh media yakni :

1. Insting “*Selective Attention*”, khalayak atau penonton akan secara sendiri-sendiri menyeleksi acara-acara yang disukai.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id) 12/8/24

2. Insting “*Selective Perception*”, khalayak atau penonton akan membuat persepsi mengenai pesan-pesan yang disampaikan media menurut norma nilai dan logika yang dipahami.
3. Insting “*selective Retention*”, khalayak atau penonton akan mengingat hal-hal yang berdasarkan kemampuan ingatannya dan perlu diingat oleh dirinya.

Bila kita kaitkan dengan keberhasilan belajar sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor ulangan atau latihan berulang-ulang, maka tidak disangkal televisi mempunyai hal ini. Pola perulangan atau pelaziman sebenarnya terdapat juga pada acara-acara televisi yang disiarkan baik itu sinetron, infotainment, dan berita yang tanpa disadari banyak para remaja meniru tingkah laku gaya para selebritis idola mereka, dari mulai gaya rambut, gaya berbusana, gaya hidup dari publik figur bahkan gaya pacaran para artis yang mereka saksikan lewat televisi.

Untuk memberikan kejelasan pada penelitian ini, penulis mengemukakan teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, adapun teori yang dianggap relevan *Teori S-O-R*.

Teori S-O-R Merupakan singkatan dari Stimulus Organism Response, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan.

Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah :

1. Pesan (stimulus, S)
2. Komunikan (organism, O)

3. Efek (response, R)

UNIVERSITAS MEDAN AREA

Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “*HOW*” bukan “*WHAT*” dan “*WHY*”. Jelasnya *How Communicate*, dalam hal ini *How To Change The Attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikasi dalam proses perubahan sikap, bahwa sikap dapat berubah hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis, Sifat, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yaitu metode yang hanya memaparkan situasi dan peristiwa. Tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesa atau membuat prediksi. Metode deskriptif bertujuan “untuk melukiskan secara sistematis karakteristik populasi atau bidang-bidang tertentu secara faktual dan cermat tanpa mencari atau menjelaskan suatu hubungan” (Rahmat, 2004, 27).

Ciri-ciri pokok metode deskriptif menurut (Nawawi, 2000, 63) adalah :

- “ 1. Memutuskan perhatian pada masalah-masalah yang ada pada penelitian, dilakukan saat sekarang atau ada masalah-masalah yang bersifat aktual.
2. Menggunakan fakta-fakta tentang masalah yang diselidiki sebagaimana adanya, diiringi dengan interpretasi rasional”.

Penelitian deskriptif ini ditujukan untuk :

1. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku.
2. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada.
3. Membuat perbandingan atau evaluasi.

3.1.2 Sifat

Penelitian ini bersifat memaparkan situasi dan peristiwa dengan menganalisis data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang menggunakan analisis tabel tunggal.

Document Accepted 12/8/24

3.1.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah SMP Shafiyatul Amaliyyah Medan Sunggal yang berada di Jalan Setia Budi No.191 Medan 20122. SMP swasta yang didirikan pada tahun 1997.

Penelitian ini dilakukan selama dua bulan, dimulai pada bulan Februari 2014 s/d Maret 2014.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono, dalam buku (Rachmat Kriyantono, 2010, 153) populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik suatu kesimpulan”.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah anak remaja SMP Shafiyatul Amaliyyah Medan, Sunggal kelas 7,8 dan 9 SMP, dengan jumlah keseluruhan 270 orang.

3.2.2 , Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu. Sampel dalam penelitian ini diambil dari sebagian jumlah populasi. Sampel yang diambil dari sebagian populasi mencerminkan semua unsur dalam populasi, sehingga dapat mewakili keadaan yang sebenarnya dalam keseluruhan populasi.

Menurut pendapat (Suharsimin Arikunto, 2006, 130) yang mengatakan bahwa “jika jumlah populasinya lebih dari 100 maka dapat diambil 10%-15%,

UNIVERSITAS MEDAN AREA
atau 20%-25% atau lebih dari populasi”.

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Berdasarkan pendapat diatas, maka dapat diambil sampel penelitian yaitu 20% dari 270 siswa-siswi SMP Shafiyatul Amaliyyah Medan, Sunggal yaitu 54 siswa-siswi, sehingga dengan demikian jumlah sampel penelitian ini adalah 54 siswa-siswi SMP Shafiyatul Amaliyyah.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan dalam proses pengumpulan data adalah :

1. **Penelitian Lapangan** yaitu peneliti berangkat ke “lapangan” untuk mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah. Adapun yang dilakukan peneliti dilapangan untuk mendapatkan data dengan cara, yaitu :
 - **Kuesioner (Angket)**
Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Penulis memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk mendapatkan informasi. Dalam hal ini peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada orangtua siswa dan siswa SMP Shafiyatul Amaliyyah Medan, Sunggal.
2. **Penelitian Kepustakaan**, yaitu sumber tertulis dari arsip, jurnal, catatan atau dokumen sebagai bahan tambahan peneliti untuk mengumpulkan data dan sumber bacaan lain yang relevan yang mendukung penelitian ini. Dan juga buku-buku yang berhubungan dengan ilmu komunikasi dan juga mengenai remaja yang dapat menunjang dalam pelaksanaan penelitian tersebut.

3.4 Defenisi dan Operasional Variabel

Dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan tiga variable yaitu sebagai berikut :

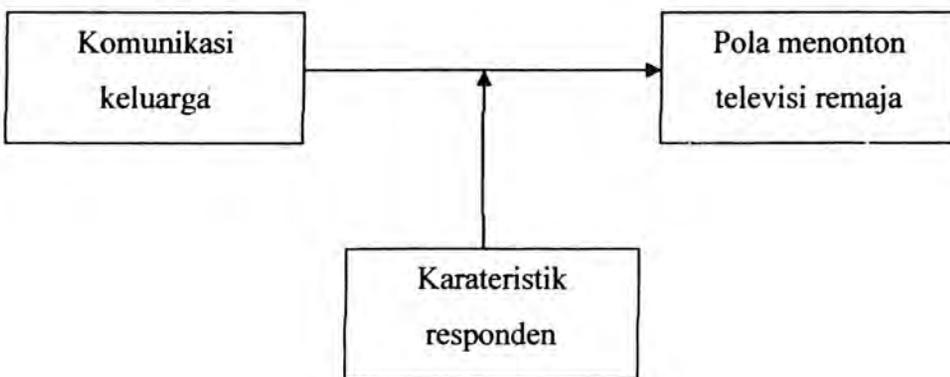
- 1) variabel Bebas (Independent Variabel)
Yaitu : komunikasi yang dilakukan orangtua kepada remaja.
- 2) Variabel Terikat (Dependent Variabel)
Yaitu : pola menonton Tv
- 3) Variabel Antara (Intervining Variabel)
Yaitu : Karakteristik Responden

Dalam bentuk bagan dapat digambarkan sebagai berikut :

Tabel 1.1

Variabel Bebas (X)	Variabel Terikat (Y)	Variabel Antara
Komunikasi keluarga	Pola menonton televisi Remaja	Karakteristik Responden

Variabel-variabel yang telah di kelompokkan pada kerangka konsep dapat dibentuk menjadi suatu modal teoritis sebagai berikut :



4) Defenisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu informasi ilmiah yang sangat membantu. Dan informasi tersebut kita akan mengetahui bagaimana cara mengukur atas variabel itu dilakukan.

5) Operasional Variabel

Berdasarkan kerangka konsep telah dijabarkan variable-variabel teori sampai acuan untuk memecahkan masalah. Agar variable-variabel teori tersebut jelas penggunaannya dalam operasionalnya.

Maka dibuatlah operasionalnya sebagai berikut :

Tabel 1.2

Variabel Teori	Variabel Operasional
1. Variabel Bebas (X) Komunikasi dalam keluarga	a. Membatasi jam menonton televisi b. Mengarahkan dalam menonton c. Pendampingan orangtua
2. Variabel Terikat (Y) Pola menonton televisi	a. Menonton televisi sesuai dengan umur b. Durasi dalam menonton televisi c. Frekuensi menonton televisi
3. Variabel Antara Karakteristik Responden	a. Jenis Kelamin b. Umur c. Siswa SMP

3.5 Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif kuantitatif. Kemudian untuk menganalisis data yang diperoleh

melalui penyebaran kuesioner digunakan analisis tabel tunggal. Hasil yang diperoleh akan diinterpretasikan kedalam bentuk penjelasan penelitian.

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Disamping memberikan dampak positif, televisi juga dapat memberikan dampak negatif bagi pemirsanya, khususnya terhadap anak-anak dan remaja. Bahkan apabila dikaji lebih jauh, dampak negatifnya jauh lebih besar dibandingkan dampak positifnya. Pada usia 12-15 tahun dimana individu mulai meninggalkan peran sebagai anak-anak dan berusaha mengembangkan diri sebagai individu yang unik dan tidak tergantung pada orangtua sehingga meningkatkan agresifitas dan kekerasan serta tidak mampu membedakan antara realitas dan khayalan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada remaja di SMP Shafiyatul Amaliyyah Medan, peneliti menyimpulkan kurangnya peranan komunikasi dalam keluarga terhadap pola menonton televisi remaja. Karena pada masa transisi dimana remaja belum mampu berfikir kritis yang tinggi, besar kemungkinan terpengaruh oleh apa yang ditampilkan melalui televisi. Dapat dilihat pada jawaban-jawaban responden pada kuesioner yang berhubungan dengan peranan komunikasi dalam keluarga, mayoritas jawaban berada pada skala kurang baik, seperti remaja tidak pernah menonton televisi sesuai dengan umur, jarang mematuhi pengarahan yang orangtua mereka berikan dalam menonton

televise, jarang mereka menonton televisi di dampingi orangtuanya, serta jarang orangtuanya menasehati untuk tidak menirukan adegan kekerasan dalam sinetron yang mereka tonton.

5.2 Saran

1. Seharusnya orangtua tidak memberikan fasilitas televisi di kamar anak, tetapi letakkan televisi dirung terbuka sehingga orangtua dapat melihat, mengontrol tontonan acara televisi anak-anaknya, memilihkan acara yang sesuai dengan usia anak dalam menonton televisi jangan biarkan anak menonton acara yang tidak sesuai dengan usianya, walaupun ada acara yang memang untuk remaja, perhatikan dan analisa apakah sesuai dengan remaja (tidak ada unsur kekerasan, atau hal lainnya yang tidak sesuai dengan usia mereka).
2. Dampingi anak pada saat menonton televisi, tujuannya agar acara televisi yang mereka tonton selalu terkontrol dan orangtua bisa memperhatikan apakah acara tersebut masih layak atau tidak untuk ditonton.
3. serta tanyakan pula acara favorit mereka dan bantu memahami pantas tidaknya acara tersebut untuk mereka diskusikan setelah menonton, ajak mereka menilai karakter dalam acara tersebut secara bijaksana dan positif apabila acara yang menjadi tontonan anak kurang baik maka berikanlah pengarahan pada anak agar anak dapat mengetahui baik buruknya acara yang menjadi favorit mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Mohammad, Muhammad Asrori, 2004 : **Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik**, Jakarta : PT Bumi Aksara
- Agustini, Hendriati, 2006 : **Psikologi Perkembangan, Pendekatan Ekologi Kaitannya Dengan Konsep Diri dan Penyesuaian Diri Pada Remaja**, Bandung : PT Refika Aditama
- Arikunto, Suhaimi. 2006. **Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek**. Jakarta : PT Rineka Cipta
- Cangara, Hafied, 2005 : **Pengantar Ilmu Komunikasi**. Jakarta : Raja Grafindo
- Dennis, Mc, Quail, 2001 : **Teori Komunikasi Massa**, Airlangga Jakarta
- Effendi, Onong Uchjana, 2003 : **Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek**, Remaja Rosdakarya, Bandung
- Effendi, Onong Uchjana, 2003 : **Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi**, Bandung : PT Citra Aditya Bakti
- Kuswandi, Wawan, 2003 : **Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi**, Rineka Cipta Jakarta
- Muhtadi, Asep, 2004: **Komunikai Jurnalistik**, Grasindo Jakarta
- Nawawi, Hadari. 2000. **Metode Penelitian Bidang Sosial**. Yogyakarta : Gajah Mada Press.
- Rachmat, Jalaludin, 2003 : **Metode Penelitian Komunikasi**, Remaja Rusdakarya, Bandung
- Rahmat, Jalaluddin, 2007 : **Psikologi Komunikasi**, PT. Remaja Rosdakarya Bandung
- Rahmat, Jalaludin, 2000 : **Psikologi Komunikasi**, Remaja Rosda Karya Bandung.
2004 : **Metode Penelitian Komunikasi**, Remaja Rosda Karya Bandung

Widjaja, H.A.W. 2000. **Ilmu Komunikasi Pengantar Studi**. Jakarta : Raja
Grafindo

Sumber Lain :

<http://arihdyacaesar.wordpress.com/2010/04/02/makalah-tugas-perkembangan-masa-remaja-dan-pengukurannya/>

<http://asiaaudiovisualra09gunawanwibisono.wordpress.com/2009/04/28/mengenal-program-televisi/>

http://eprints.uns.ac.id/.../publikasi_Jurnal22.pdf

http://portalgaruda.org/download_article.php

http://stromlah.blogspot.com/2008_03_01_archive.html?m=1

