

memberikan tambahan pengetahuan terhadap teori komunikasi khususnya didalam teori komunikasi massa. Dan memberikan pengembangan ilmu khususnya diteori Uses and Gratifications .

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Hasil dari penelitian penulis diharapkan dapat dijadikan motivasi dan evaluasi bagi pembuat film yaitu : produser, sutradara, PH (*productions House*), penulis naskah agar membuat film yang baik tanpa adanya adegan-adegan yang membawa unsur pornografi . karena hasil penelitian ini menjelaskan bahwa sebuah tontonan film dapat memengaruhi sikap remaja karena kepuasan menonton tayangan akan ada sikap yang mereka tiru dari tontonan tersebut.
2. Hasil penelitian dapat dijadikan bahan pertimbangan dan referensi untuk penelitian yang sejenis.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Penelitian ini mengenai tentang kepuasan penonton menonton tontonan dapat menimbulkan suatu sikap yang timbul dari diri mereka setelah menonton . Karena tanpa disadari film merupakan media komunikasi massa yang bersifat massal, alur cerita film merupakan komunikasi yang di sampaikan kepada penonton, setelah penonton selesai menonton film akan ada penerimaan yang masuk dari pesan film tersebut.

- **Tinjauan Penelitian Terdahulu**

1.Nuraisiah, 2012 tentang : Pengaruh Film Horor Di Televisi Terhadap Perilaku Siswa SMA Negeri 2 Tapung Hilir Desa Kijang Makmur Kecamatan Tapung Hilir Kabupaten Kampar.

Dalam permasalahan pengaruh film horor ini, terletak pada seberapa besar pengaruh film horor tersebut terhadap perilaku siswa . Tujuan dari penelitian ini tak hanya untuk mengetahui dampak dari film horor dan perilaku siswa setelah menonton film horor. Latar belakang penelitian ini yaitu maraknya film horor yang ditayangkan di televisi dan banyaknya siswa yang menonton film horor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh film horor di televisi terhadap perilaku siswa. Metode penelitian yang di gunakan penulis adalah deskriptif kuantitatif. Dengan populasi berjumlah 215 orang siswa dikarenakan populasi terlalu banyak maka penulis mengambil sampel sebanyak 23 % yaitu sebanyak 50 orang siswa. Sampel penulis terdiri dari kelas satu sampai dengan kelas tiga di SMA Negeri 2 Tapung Hilir Desa Kijang Makmur Kecamatan Tapung Hilir Kabupaten Kampar. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan yaitu, observasi, angket dan dokumentasi. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori uses and gratification, yaitu teori yang menjelaskan tentang kegunaan dan kepuasan. Berdasarkan analisis data yang penulis lakukan menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara tayangan film horor di televisi dengan perilaku siswa di SMA Negeri 2 Tapung Hilir, pengaruh tayangan tersebut sebesar 35.5 %. Hasil yang telah di dapat ini menunjukkan atau apabila di interpretasikan dengan tabel interpretasi korelasi product moment maka pengaruhnya tergolong lemah atau rendah.

2. Cynthia Malinda Putri, 2017. Tentang: Pengaruh Menonton Tayangan Film Animasi Adit Dan Sopo Jarwo Terhadap Sikap Anak (Studi pada siswa/siswi kelas III SD

Al-Azhar 1 Bandar Lampung)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh menonton film animasi Adit dan Sopo Jarwo terhadap sikap anak pada siswa kelas III SD Al-Azhar I Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan teori kognitif sosial dengan metode penelitian kuantitatif. Teknik analisa data yang digunakan yaitu regresi linier sederhana.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Menonton Film Animasi Adit dan Sopo Jarwo berpengaruh signifikan terhadap sikap anak siswa kelas III SD Al-Azhar 1 Bandar Lampung sebesar 14%. Pengujian hipotesis film animasi Adit dan Sopo Jarwo (frekuensi, durasi, atensi) secara simultan menunjukkan f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} dengan taraf signifikansi 5% yaitu $11,226 > 2,51$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_i diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara menonton film animasi dengan sikap anak dengan tingkat korelasi hubungan yang rendah.

3. Christine,Tentang: Kepuasan Penonton Terhadap Program Jejak Petualang Trans 7(Studi tentang Kepuasan Anggota PALAWA UAJY terhadap Program Jejak Petualang Trans|7)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektifitas program Jejak Petualang, Trans|7 dalam memberikan kepuasan kepada anggota PALAWA UAJY dan untuk mengetahui kepuasan apa saja yang diperoleh anggota PALAWA UAJY.

Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah populasi penelitian ini sebanyak 382 orang dengan jumlah sampel sebanyak 80 orang. Pemilihan sampel menggunakan teknik *Probability Sampling* jenis *Simple Random Sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode angket dengan skala *Likert*

dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1)Program Jejak Petualang, Trans|7memuaskan untuk karakteristik responden laki-laki pada motif integratif personal dan integratif sosial, pada responden perempuan hanya motif integratif sosial yang memperoleh kepuasan. (2)Berdasarkan intensitas menonton diperoleh hasil responden yang selalu menonton program Jejak Petualang, Trans|7 kepuasan diperoleh pada motif kognitif dan sering menonton program tersebut setiap minggunya tidak mendapatkan kepuasan pada semua motif dan responden dengan intensitas kadang-kadang menonton mendapatkan kepuasan pada otif integratif personal dan integratif sosial. (3)Berdasarkan kesediaan responden meluangkan waktu untuk menonton diperoleh hasil responden yang sering meluangkan waktu memperoleh kepuasan pada motif integratif sosial dan responden yang kadang-kadang meluangkan waktu untuk menonton program tersebut memperoleh kepuasan pada motif integratif personal dan integratif sosial. (4)Berdasarkan uji *T-test* diperoleh hasil tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kebutuhan dan kepuasan pada motif kognitif, afektif, integratif personal, integratif sosial dan pelarian.

Tabel 2.1

Matris Penelitian Terdahulu Dalam Pendekatan Kuantitatif Tentang Pengaruh Film Horor Di Televisi Terhadap Perilaku Siswa SMA Negeri 2 Tapung Hilir Desa Kijang Makmur Kecamatan Tapung Hilir Kabupaten Kampar.

No	ITEM	PENELITI 1
1.	Nama , tahun , judul , dan nama kota	Nuraisiah, 2012 tentang : Pengaruh Film Horor Di Televisi Terhadap Perilaku Siswa SMA Negeri 2 Tapung Hilir Desa Kijang Makmur Kecamatan Tapung Hilir Kabupaten Kampar
2.	Tujuan Penelitian	Bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh film able di ablese terhadap perilaku siswa.

3.	Pendekatan	Metode penelitian yang di gunakan penulis adalah deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu, observasi, angket dan dokumentasi
4.	Teori	Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori uses and gratification, yaitu teori yang menjelaskan tentang kegunaan dan kepuasan.
5.	Hasil	Berdasarkan ablese data yang dilakukan menunjukan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara tayangan film able di ablese dengan perilaku siswa di SMA Negeri 2 Tapung Hilir, pengaruh tayangan tersebut sebesar 35.5 %. Hasil yang telah di dapat ini menunjukan atau apabila di interpretasikan dengan able interpretasi korelasi product moment maka pengaruhnya tergolong lemah atau rendah
6.	Perbedaan dan persamaan	Persamaan : peneliti dengan penilitian terdahulu sama-sama menggunakan teori Uses and Gratifications dan meneliti tentang kepuasan remaja SMA serta menggunakan metode penelitian yang sama yaitu deskriptif kuantitatif. Perbedaan : Perbedaannya terletak pada peneliti meneliti tentang sikap remaja sedangkan peneliti terdahulu meneliti tentang perilaku remaja.
7.	Kritik	Kerangka teoritis dan kerangka konseptual disatukan dan tidak adanya teori komunikasi massa di keranfka konseptual.

Tabel 2.2

Matris Penelitian Terdahulu Dalam Pendekatan Kuantitatif Tentang Pengaruh Menonton Tayangan Film Animasi Adit Dan Sopo Jarwo Terhadap Sikap Anak (Studi Para Siswa/I Kelas III SD Al-Azhar 1 Bandar Lampung)

No	ITEM	PENELITI 1
1.	Nama , tahun , judul , dan nama kota	Cynthia Malinda putri, 2017, pengaruh menonton tayangan film animasi Adit Sopo Jarwo terhadap sikap anak
2.	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh menonton film animasi Adot Sopo Jarwo terhadap sikap anak pada kela III SD Al-Azhar 1 Bandar Lampung
3.	Pendekatan	Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptid dengan metode kuantitatif, dengan menggunakan teknik analisa data regresi linier sederhana
4.	Teori	Penelitian ini menggunakan teori kognitif sosial

5.	Hasil	Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Menonton Film Animasi Adit dan Sopo Jarwo berpengaruh signifikan terhadap sikap anak siswa kelas III SD Al-Azhar 1 Bandar Lampung sebesar 14%. Pengujian hipotesis film animasi Adit dan Sopo Jarwo (frekuensi, durasi, atensi) secara simultan menunjukkan f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} dengan taraf signifikansi 5% yaitu $11,226 > 2,51$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara menonton film animasi dengan sikap anak dengan tingkat korelasi hubungan yang rendah.
6.	Perbedaan dan persamaan	Persamaan : Persamaan penulis dengan peneliti terdahulu adalah penelitian yang dilakukan oleh penulis terletak di desain penelitian sama-sama menggunakan kuantitatif dan meneliti tentang sikap pada anak. Perbedaan : letak perbedaan penulis dengan peneliti terdahulu yaitu penulis menggunakan objek film bioskop sebagai penelitian sedangkan peneliti terdahulu objek penelitiannya adalah film televisi. Penulis menelkiti tentang siakp remaja , sedangkan peneliti terdahulu anak-anak, dan teorinya pun berbeda, penulis menggunakan teori uses and gratifications sedangkan peneliti terdahulu menggunakan kognitif sosial
7.	Kritik	Kerangka teoritis dan kerangka konseptual disatukan dan tidak adanya teori komunikasi massa di keranfka konseptual.

Tabel 2.3

No	ITEM	PENELITI 1
1.	Nama , tahun , judul , dan nama kota	Nuraisiah, 2012 tentang : Pengaruh Film Horor Di Televisi Terhadap Perilaku Siswa SMA Negeri 2 Tapung Hilir Desa Kijang Makmur Kecamatan Tapung Hilir Kabupaten Kampar
2.	Tujuan Penelitian	Bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh film able di ablese terhadap perilaku siswa.
3.	Pendekatan	Metode penelitian yang di gunakan penulis adalah deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu, observasi, angket dan dokumentasi

4.	Teori	Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori uses and gratification, yaitu teori yang menjelaskan tentang kegunaan dan kepuasan.
5.	Hasil	Berdasarkan data yang dilakukan menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara tayangan film able di ablese dengan perilaku siswa di SMA Negeri 2 Tapung Hilir, pengaruh tayangan tersebut sebesar 35.5 %. Hasil yang telah di dapat ini menunjukkan atau apabila di interpretasikan dengan able interpretasi korelasi product moment maka pengaruhnya tergolong lemah atau rendah
6.	Perbedaan dan persamaan	Persamaan : peneliti dengan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan teori Uses and Gratifications dan meneliti tentang kepuasan remaja SMA serta menggunakan metode penelitian yang sama yaitu deskriptif kuantitatif. Perbedaan : Perbedaannya terletak pada peneliti meneliti tentang sikap remaja sedangkan peneliti terdahulu meneliti tentang perilaku remaja.
7.	Kritik	Kerangka teoritis dan kerangka konseptual disatukan dan tidak adanya teori komunikasi massa di kerangka konseptual.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Teoritis

2.2.1.1 *Uses And Gratifications Theory*

Herbert Blumer dan Elihu Katz adalah orang pertama yang mengenalkan teori ini. Teori *uses and gratification* (Kegunaan dan kepuasan) ini dikenalkan pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses On Mass Communications : Current Perspectives On Gratification Research*. Teori *uses and gratifications* milik Blumer dan Katz ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik didalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan *alternative*

untuk memuaskan kebutuhan.

Uses And Gratifications Model (Model Kegunaan dan Kepuasan) merupakan pengembangan dari model jarum hipodermik. Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. *Studi* dalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*Uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*Gratifications*) atas kebutuhan seseorang. Oleh karena itu, sebagian besar perilaku khalayak akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan Individu.

Uses and Gratifications menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadinya dan sosial khalayak. Jadi, bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus. Konsep *uses* (penggunaan) merupakan bagian penting dan pokok dalam pemikiran ini. Pengetahuan mengenai penggunaan media dan penyebabnya akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa.

Kebutuhan hanya salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Karakter individu, harapan dan persepsi terhadap media, dan tingkat akses kepada media, akan membawa individu kepada keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan isi media massa. Hubungan antara pengguna dan hasilnya, dengan memperhitungkan isi media. Pada teori efek tradisional, karakteristik isi media menentukan sebagian sebagian besar dari hasil. Dalam hal ini, penggunaan media hanya dianggap sebagai faktor perantara, dan hasil dari proses tersebut dinamakan efek. Dan *uses and gratification* hanya akan dianggap berperan

sebagai perantara, yang memperkuat atau melemahkan efek dari isi media.

2.2.2 Kerangka Konseptual

2.2.2.1 Komunikasi Massa

Menurut Gerbner (1967) “ *Mass communication is the tehnologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*”. (Komuniaksi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industry (rakhmat, 2003:188).

Dalam Definisi Meletzke, komunikasi massa diartikan sebagai setiap bentuk komunikassi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar (Rakhmat, 2003:188). Istilah tersebar menunjukan bahwa komunikan sebagai pihak penerima pesan tidak berada disatu tempat, tetapi tersebar diberbagai tempat.

Dalam komunikasi massa kita membutuhkan *gatekeeper* (penapis informasi atau palang pintu), yakni beberapa individu atau kelompok yang bertugas menyampaikan atau mengirimkan informasi dari individu ke individu yang lain melalui media massa (surat kabar, majalah, televise, radio, Film dll)

Definisi yang dikembangkan oleh Bittner menekankan akan arti pentingnya *gatekeeper* dalam proses komunikasi massa. Inti dari pendapat itu bisa dikatakan, dalam proses komunikasi massa di samping melibatkan unsur-unsur komunikasi sebagaimana umumnya, ia membutuhkan peran media massa sebagai alat ukur untuk menyampaikan atau menyebarkan informasi. Media massa itu tidak berdiri sendiri. Didalamnya ada beberapa individu yang bertugas melakukan pengolahan informasi sebelum informasi itu sampai kepada *audience* nya. Mereka yang bertugas

itu sering di sebut *gatekeeper*.

Dengan demikian, media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas.

2.2.2.1.1 Karakteristik Komunikasi Massa

Komunikasi massa berbeda dengan komunikasi antarpersona dan komunikasi kelompok. Perbedaananya terdapat dalam komponen-komponen yang terlibat didalamnya, dan proses berlangsungnya komunikasi tersebut. Namun, agar karakteristik komunikasi massa itu tampak jelas, maka pembahasannya perlu dibandingkan dengan komunikasi antarpersona. Karakteristik komunikasi massa adalah sebagai berikut :

- Komunikator Terlembagakan
- Pesan bersifat Umum
- Komunikannya *Anonim* Dan *Heterogen*
- Media Massa Menimbulkan keserempakan
- Komunikasi Mengutamakan isi ketimbang hubungan
- Komunikasi massa bersifat satu arah
- Stimulasi alat indra terbatas
- Umpan balik tertunda (*Delayed*) dan tidak langsung (*Indirect*)

2.2.2.1.2 Fungsi komunikasi massa

Effendy (1993) mengemukakan fungsi komunikasi massa secara umum adalah :

1. Informasi

Fungsi informasi merupakan fungsi paling penting yang terdapat dalam komunikasi massa. Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebaran informasi bagi para pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Khalayak sebagai makhluk *social* akan selalu merasa haus akan informasi yang terjadi.

Sebagai informasi didapat bukan dari sekolah, atau tempat bekerja, melainkan dari media. Kita belajar musik, politik, ekonomi, hukum, seni, sosiologi, psikologi, komunikasi, dan hal lain dari media. Kita mengenal tempat-tempat yang bersejarah yang ada didunia juga dari media elektronik (terutama film) dan media cetak yaitu buku-buku sejarah.

2. Fungsi pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (*mass education*). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika serta aturan-aturan yang berlaku pada pemirsa atau pembaca. Media massa melakukannya melalui drama, cerita, diskusi dan artikel. Contohnya, dalam televisi swasta ada pendidikan bagi ibu dan balita yang dipandu oleh orang-orang yang berkompeten dalam bidang-bidang yang ada kaitannya dengan pendidikan anak-anak.

Semua situasi ini, nilai-nilai yang harus dianut masyarakat, tidak diungkap langsung, tetapi

divisualisasikan dengan contoh-contoh tentang bagaimana mendidik anak-anak yang sedang dalam masa pertumbuhan, apa makanan yang layak, bagaimana merawat bayi yang baik, bagaimana cara berkomunikasi yang baik dengan balita, dan sebagainya.

3. Fungsi Mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, features, iklan, artikel, dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan televisi ataupun surat kabar.

2.2.2.3 Kepuasan

2.2.2.3.1 Pengertian Kepuasan

Kepuasan adalah suatu kondisi di mana keinginan, harapan dipenuhi. Setiap layanan yang diberikan dinilai memuaskan apabila layanan tersebut dapat memenuhi keinginan seseorang. Pengukuran kepuasan merupakan elemen penting dalam menyediakan layanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Ketika seseorang merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka layanan tersebut dapat disimpulkan sebagai tidak efektif dan tidak efisien. Meningkatkan kepuasan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem layanan yang disediakan.

Kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan oleh penonton merupakan sebuah respon yang timbul setelah penonton menonton film. Setelah penonton menonton film ada harapan yang tercapai bagi penonton yang merasakan kepuasan dan ada pula harapan yang tidak sesuai yang menimbulkan ketidakpuasan penonton terhadap film *Dilan 1990*. Dalam hal ini kepuasan dan ketidakpuasan penonton yang dirasakan setelah menonton film *Dilan 1990* akan dibahas dalam penelitian ini. Tingkat kepuasan penonton terhadap film *Dilan 1990* merupakan sebuah evaluasi

yang subjektif dari siswa/ siswi SMKN 2 Garut mengenai kesesuaian yang mereka harapkan dengan hasil yang didapatkan mereka setelah menonton film Dilan 1990. Selain itu, penonton tidak akan merasa puas apabila hasil yang mereka harapkan tidak terpenuhi setelah menonton film tersebut.

Menurut Philip Palmgreen dari Kentucky University, kepuasan yang diperoleh seseorang dari media ditentukan juga oleh sikap orang tersebut terhadap media, yaitu kepercayaan dan juga evaluasi yang akan diberikan terhadap isi pesan media.

Konsep yang diungkap oleh Palmgreen adalah mengukur kepuasan dengan yang disebut GS (*Gratifications Sought*) dan GO (*Gratifications Obtained*). *Gratifications Sought* merupakan sebuah kepuasan yang diinginkan oleh individu saat mengkonsumsi sebuah media tertentu dan ada motif yang mendorong seseorang menggunakan media. Sedangkan *Gratifications Obtained* adalah kepuasan yang diperoleh individu setelah menggunakan media tertentu. Dipenelitian ini penulis menggunakan *Gratifications Obtained* sebagai alat ukur mengukur kepuasan. Berikut adalah indikator untuk mengukur kepuasan *Gratifications Obtained*, yaitu kategori motif pengkomsumsian media yakni menurut McQuail, Tabel di bawah ini dikutip dari tripologi yang disarankan McQuail, yaitu :

Tabel 2.4

Tripologi McQuail

Dimensi	Indikator
Informasi	• Ingin mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat terdekat • Ingin mencari bimbingan dan pendapat • Ingin memperoleh nilai lebih sebagai penonton
Identitas personal	• Ingin menemukan penunjang nilai-nilai

	• Ingin mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai dalam media
Integritas dan interaksi Sosial	• Ingin memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial • Ingin menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial • Keinginan untuk dekat dengan orang lain • Keinginan untuk dihargai dengan orang lain
Motif hiburan	• Keinginan melepaskan diri dari permasalahan • Ingin bersantai • Ingin mengisi waktu luang • Ingin mengalirkan emosi • Ingin mendapatkan hiburan dan kesenangan

Sumber McQuail (1991 : 72)

2.2.2.3 Definisi Penonton dan Audience

Penonton memiliki 2 arti. Penonton berasal dari kata dasar tonton. Penonton adalah sebuah *homonim* karena arti-artinya memiliki ejaan dan pelafalan yang sama tetapi maknanya berbeda. Arti dari penonton bisa masuk dalam jenis *kiasan* sehingga penggunaan penonton bisa bukan dalam arti kata yang sebenarnya. Penonton memiliki arti dalam kelas *nomina* atau kata benda sehingga penonton dapat menyatakan nama dari seseorang, tempat, atau semua benda dan segala yang dibendakan. Sedangkan audience yang dimaksud dalam komunikasi massa sangat beragam, dari jutaan penonton televisi, ribuan pembaca buku, majalah, Koran atau jurnal ilmiah. Masing-masing audience berbeda satu sama lain.

Menurut Hiebert dan kawan-kawan, *audience* dalam komunikasi massa setidaknya mempunyai lima karakteristik sebagai berikut :

- a. *Audience* cenderung berisi Individu-Individu yang condong untuk berbagi pengalaman dan dipengaruhi oleh hubungan *social* di antara mereka. Individu-Individu tersebut memilih produk media yang mereka gunakan berdasarkan seleksi kesadaran.

- b. *Audience* cenderung besar. Besar disini berarti tersebar ke berbagai wilayah jangkauan komunikasi massa. Meskipun begitu, ukuran luas ini sifatnya bisa jadi *relative*. Sebab, ada media tertentu yang khalayaknya mencapai ribuan, ada yang mencapai jutaan. Baik ribuan maupun jutaan tetap bisa disebut *audience* meskipun jumlahnya berbeda, tetapi perbedaan ini bukan sesuatu yang prinsip. Jadi tak ada ukuran pasti tentang luasnya *audience*.
- c. *Audience* cenderung heterogen. Mereka berasal dari berbagai lapisan kategori *social*. Beberapa media tertentu mempunyai sasaran, tetapi heterogenitasnya juga tetap ada.
- d. *Audience* cenderung *anonym*, yakni tidak mengenal satu sama lain. Bagaimana mungkin *audience* bisa menegani khalayak televisi yang jumlahnya jutaan? Tidak mengenal tersebut tidak ditekankan satu kasus per kasus, tetapi meliputi semua *audience*.
- e. *Audience* secara fisik dipisahkan dari komunikator. Anda berada di Yogyakarta yang sedang menikmati acara stasiun televisi di Jakarta. Bukankah ia dipisahkan dengan jarak ratusan kilometer? dapat juga dikatakan *audience* dipisahkan oleh ruang dan waktu.

Jika dikaji lebih jauh, ada beberapa teori komunikasi *massa audience* yang pernah dikemukakan oleh Melvin De Fleur dan Sandra Ball-Rokeach (1988). Dalam melihat efek media massa ada dua catatan yang bisa dijadikan dasar, yakni interaksi *audience* dan bagaimana tindakan *audience* terhadap isi media.

2.2.2.5 Film

2.2.2.5.1 Pengertian Film

Gambar bergerak (Film) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan

dunia ini. Lebih dari ratusan juta orang menonton film di bioskop, film televisi dan film video laser setiap minggunya. Di Amerika Serikat dan Kanada lebih dari 1 juta tiket film terjual setiap tahunnya (Agee, et. al., 2001:364).

Industri film adalah industri bisnis. Predikat ini telah menggeser anggapan orang yang masih meyakini bahwa film adalah karya seni, yang diproduksi secara kreatif dan memenuhi imajinasi orang-orang yang bertujuan memperoleh *estetika* (keindahan) yang sempurna. Meskipun pada kenyataannya adalah bentuk karya seni, industri film adalah bisnis yang memberikan keuntungan, kadang-kadang menjadi mesin uang yang seringkali, demi uang, keluar dari kaidah artistic film itu sendiri (Dominick,2000:306).

2.2.2.5.2 Fungsi Film

Seperti halnya Televisi siaran, tujuan rakyat menonton film terutama adalah ingin memperoleh hiburan. Akan tetapi dalam film dapat terkandung fungsi *informative* maupun *edukatif*. Bahkan *persuasive*. Hal ini pun sejalan dengan misi perfilman nasional sejak tahun 1979, bahwa selain sebagai media hiburan, film nasional dapat digunakan sebagai media edukasi untuk pembinaan generasi muda dalam rangka *nation and character building* (Effendy, 1981: 212).

Fungsi edukasi dapat tercapai apabila film nasional memproduksi film- film sejarah yang objektif, atau film dokumenter dan film yang diangkat dari kehidupan sehari-hari secara berimbang.

2.2.2.5.3 Jenis- Jenis Film

Sebagai seorang komunikator adalah penting untuk mengetahui jenis-jenis film agar dapat

memanfaatkan film tersebut sesuai dengan karakteristiknya. Film dapat dikelompokkan pada jenis film cerita, film berita, film documenter dan film kartun.

1. Film Cerita

Film cerita (*Story film*), adalah jenis film yang mengandung suatu cerita yang lazim dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop dengan bintang film tenar dan film ini didistribusikan sebagai barang dagangan.

Cerita yang diangkat menjadi topik film bisa berupa cerita fiktif atau berdasarkan kisah nyata yang dimodifikasi, sehingga ada unsur menarik, baik dari jalan ceritanya maupun dari segi gambarnya. Sejarah dapat diangkat menjadi film cerita yang mengandung informasi akurat, sekaligus contoh teladan perjuangan para pahlawan. Cerita sejarah yang pernah diangkat menjadi film adalah G.30 S PKI, Janur kuning, Serangan Umum 1 Maret, dan yang baru-baru ini dibuat adalah Fatahillah. Sekalipun film cerita itu fiktif, dapat saja bersifat mendidik karena mengandung ilmu pengetahuan dan teknologi tinggi.

2. Film Berita

Film berita atau *newreel* adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, maka film yang disajikan kepada public harus mengandung nilai berita (*news value*). Kriteria berita itu adalah penting dan menarik. Jadi berita juga harus penting atau menarik atau penting sekaligus menarik. Film berita dapat langsung terekam dengan suaranya, atau film beritanya bisu, pembaca berita yang membacakan narasinya. Bagi peristiwa-peristiwa tertentu, perang, kerusuhan, pemberontakan, dan sejenisnya, film berita yang dihasilkan kurang baik. Dalam hal ini terpenting adalah peristiwanya terekam secara utuh.

3.Film Dokumenter

Film dokumenter (*documentary film*) didefinisikan oleh Robert Flaherty sebagai “karya ciptaan mengenai kenyataan” (*creative treatment of actuality*). Berbeda dengan film berita yang merupakan rekaman kenyataan, maka film dokumenter merupakan hasil interpretasi pribadi (pembuatnya) mengenai kenyataan tersebut.

4.Film Kartun

Film kartun (*cartoon film*) dibuat untuk konsumsi anak-anak. Dapat dipastikan, kita semua mengenai tokoh Donald bebek, Putri salju, Miki tikus, yang diciptakan oleh seniman Amerika Serikat Walt Disney. Sekalipun tujuan utamanya menghibur, film kartun juga bisa mengandung unsur pendidikan. Minimal akan terekam bahwa kalau ada tokoh jahat dan tokoh baik, maka pada akhirnya tokoh baiklah yang selalu menang.

2.2.2.6 Film Dilan 1990

2.2.2.6.1 Sinopsis Dilan 1990

Cerita Dilan dimulai dari Milea yang pindah rumah mengikuti orang tuanya yang harus pindah tugas dari Jakarta dan ditugaskan di Bandung. Saat hari pertama Milea masuk ke Sekolah disitulah hari pertama Milea mengenal sosok Dilan, perkenalan yang tidak biasapun membuat Milea mengenal sosok Dilan yang pintar, baik hati, romantis, unik dan membuat Milea merasakan jatuh cinta yang beda dari biasanya. Mencintai sosok Dilan membuatnya menemukan sesuatu yang berbeda dari cinta-cinta biasanya. Bahkan milea yang saat itu memiliki seorang pacar tidak bisa menahan diri untuk mencintai Dilan yang sederhana, nakal menurut orang lain karena dia adalah seorang anak geng motor yang kala itu meresahkan, tapi dilan tidak, dia anak geng motor yang baik, selalu mendapatkan rengking di sekolah, pintar, menyayangi orang

tuanya, dan dapat membuat milea selalu tersenyum setiap kali memikirkannya.

Pembawaan dilan yang keras dan cara berfikir dilan yang tidak bisa ditebak membuat dilan mempunyai banyak masalah di Sekolah, selain mempunyai banyak masalah di Sekolah, perjalanan hubungan mereka tak selalu mulus. Beni, gank motor, tawuran, Anhar, kang Adi semua mewarnai perjalanan itu. Dan dilan dengan cara nya sendiri selalu bisa membuat Milea percaya ia bisa tiba ditujuan dengan selamat. Tujuan dari perjalanan mereka. Perjalanan mereka berdua yang membuat keduanya bisa tersenyum sendiri kala mengingatnya, rindu yang membuatnya mengenal masa SMA di tahun 1990 di Bandung yang kala itu masih sangat sejuk, yang setiap sore selalu ada kabut karena waktu itu Bandung sangatlah dingin. katanya , Dunia SMA adalah dunia paling indah. Dunia Dilan dan Milea jauh lebih Indah satu tingkat dari pada itu .

Film Dilan menjadi viral sejak di rilis tanggal 25 januari 2018, film tersebut sudah tembus 5 juta penonton dan masuk kedalam 5 film terlaris sepanjang masa.

2.2.2.7 Sikap Anak Remaja

2.2.2.7.1 Pengertian Sikap

Sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap seseorang terhadap suatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak (favorable) maupun perasaan tidak mendukung atau tidak meihak (unfavorable) pada objek tersebut (Berkowitz, 1972). Secara lebih spesifik, Thurstone sendiri memformulasikan sikap sebagai “derajat afek positif atau negative terhadap suatu objek psikologis.” (Edwards, 1957).

Menurut kelompok pemikiran para ahli seperti Chave (1928), Bogardus (1931). Lapeirre (1934), Mead (1934), dan Gordon Allport (1935; tokoh terkenal di bidang Psikologi Sosial dan Psikologi Kepribadian) yang konsepsi mereka mengenai sikap lebih kompleks. Menurut

kelompok pemikiran ini, sikap merupakan semacam kesiapan untuk bereaksi terhadap suatu objek dengan cara-cara tertentu. Dapat dikatakan bahwa kesiapan yang dimaksud merupakan kecenderungan potensial untuk bereaksi dengan cara tertentu apabila individu dihadapkan pada suatu stimulus yang mengahendaki adanya respons. LaPierre (1934 dalam Allen, Guy & Edgley, 1980) mendefinisikan sikap sebagai “suatu pola perilaku, tendensi atau kesiapan antisipatif, predisposisi untuk menyesuaikan diri dalam situasi social, atau secara sederhana, sikap adalah respons terhadap stimulus social yang telah terkondisikan.

Secord & Backman (1964), misalnya, mendefinisikan sikap sebagai ‘ keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afeksi), pemikiran (kognisi), dan Predisposisi tindakan (konasi) seseorang terhadap suatu aspek dilingkungan sekitarnya’.

2.2.2.8 Anak Remaja

Masa remaja merupakan masa peralihan antara masa kanak-kanak dan masa dewasa, yang dimulai pada saat terjadinya kematangan seksual yaitu antara usia 11 atau 12 tahun dengan 20 tahun yaitu menjelang masa dewasa muda (soetjiningsih. 2004 :45).

Fase remaja merupakan segmen perkembangan individu yang sangat penting, yaitu diawali dengan matangnya organ-organ fisik (seksual) sehingga mampu bereproduksi (Syamsu Yusuf.2004 : 184).

- **Bagan Kerangka Pemikiran**



Kepuasan

(Gratification Obtained)

- Informasi – Identitas Pribadi
- Intergritas dan Interaksi Sosial
- Hiburan

Sikap

- Kognitif (pengetahuan)
- Afektif (perasaan)
- Konatif(kecenderungan
melakukan sesuatu)

Pengaruh Kepuasan Penonton Tentang Tayangan Film Dilan 1990 Terhadap Sikap Remaja Di SMKN 2 Garut
--

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Hipotesis Umum

Hipotesis adalah suatu kesimpulan yang masih kurang atau kesimpulan-kesimpulan yang masih belum sempurna. Pengertian ini kemudian diperluas dengan maksud sebagai kesimpulan penelitian yang belum sempurna, sehingga perlu disempurnakan dengan membuktikan kebenaran hipotesis itu melalui penelitian. Pembuktian itu hanya dapat dilakukan dengan menguji hipotesis dimaksud dengan data di lapangan. Hipotesis dalam penelitian ini secara umum adalah : “ berpengaruh Kepuasan Penonton Setelah Menonton Dilm Dilan 1990 Terhadap Sikap Remaja Di SMKN 2 Garut ”.

Dalam penelitian ini penulisan menggunakan pengujian hipotesis asosiasi yang berarti suatu pernyataan yang menunjukkan dugaan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih (Kryantono, 2012: 35)

2.3.2 Hipotesis Operasional

Hipotesis operasional dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 = Tidak berpengaruh kepuasan penonton tentang tayangan film Dilan 1990 terhadap sikap remaja di SMKN 2 Garut..

H_1 = Berpengaruh kepuasan penonton tentang tayangan film Dilan 1990 terhadap sikap remaja di