

## **POLA KONSUMSI REMAJA DALAM MENONTON TELEVISI**

Riza Hernawati, Maya Amalia Oesman Palapah

### **I. PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan pertelevisian di Indonesia sudah sedemikian dahsyat, sehingga mampu mengubah pola pikir dan nilai-nilai di tengah masyarakat. Kebebasan berekspresi telah memberi dampak negatif pada sejumlah stasiun televisi di Indonesia. Tayangan berbau seks, pornografi, dan mistik begitu banyak ditayangkan di televisi tanpa dikemas dengan baik. Akibatnya, timbul kesan melecehkan pada korban-korban tertentu.

Televisi seolah memiliki kekuatan yang mampu menarik para khalayaknya seperti yang dilakukan oleh beberapa stasiun televisi yang memformat acaranya untuk target segmen tertentu. Terutama yang menjadi sasaran targetnya ialah para remaja yang mana pada fase remaja sendiri adalah fase yang berusaha untuk mencari jati diri dan berusaha meniru orang lain. Masa remaja, merupakan masa transisi dari masa kanak-kanak menuju dewasa. Dalam masa transisi ini tentu banyak hal yang dialami remaja. Bagaimana para remaja berfikir dan bersikap telah menjadi identitas baku kaum remaja yang pada prakteknya selalu mendapat pengaruh dari lingkungannya

Keprihatinan terhadap tayangan televisi diungkapkan oleh banyak kalangan. Di antaranya dari Menteri Negara Pemberdayaan Perempuan. Menurut Prof. Dr. Meutia Hatta Swasono, Menteri Negara Pemberdayaan Perempuan, dalam Dialog Publik dengan tema “Tayangan Televisi antara Komersialisasi dan Degradasi Moral” di Jakarta, Kamis, 27 September 2007 ([www.suarakarya-online.com](http://www.suarakarya-online.com)), seharusnya setiap tayangan televisi berisikan pesan moral dan kearifan yang mengandung gagasan untuk bisa memperbaiki pola pikir masyarakat yang lebih efektif terhadap pengaruh TV pada anak dan remaja.

Berbagai studi juga telah mengidentifikasi masalah dan persoalan yang muncul sebagai akibat keterlibatan dalam pemanfaatan televisi, antara lain: dapat menjadi *addiction* (ketergantungan), merusak hubungan keluarga/sosial, menimbulkan keterasingan dari realitas rusaknya disiplin kehidupan, diabaikannya tugas utama seperti belajar. Selain itu ada orang-orang yang tidak bertanggung jawab, yang hadir sengaja untuk merusak atau mempengaruhi untuk kepentingan komersial, ataupun menyajikan informasi yang membahayakan pornografi, informasi tentang berbagai senjata, dll.

Mengapa timbul masalah? Beberapa studi mengidentifikasi sebab-sebab utama, antara lain: dampak manipulatif dari program televisi, keterhubungan emosional dengan aktor/tokoh dalam program (terkait juga dengan *emotional fantasy*), *factor achieving (needs for achievement)* atau kebanggaan menyelesaikan masalah, keterkaitan/ keterhiburan daripada kesepian atau diabaikan.

Kenyataan sosial disekitarnya telah dikompres oleh media televisi yang mereduksi kekayaan kemungkinan dan nilai yang terkandungnya. Remaja dengan demikian akan menjadi sangat tergantung, kehilangan daya imajinasi, dan fantasinya. Apa yang diangankannya bukanlah imajinasi dan fantasi dalam pengertian sebenarnya. Namun lebih dalam upaya mendapatkannya secara mudah, sebagaimana ia dilatih dan dibiasakan mendapatkannya secara virtual.

Peran identifikasi yang memenuhi seluruh gerak dan implusi remaja dimanfaatkan atau dijinakan oleh media televisi untuk menciptakan ketergantungan. Remaja Indonesia cenderung dipaksakan bukan menjadi dirinya, melainkan menjadi menurut kehendak kepentingan. Berbagai agenda kepentingan yang disodorkan padanya adalah untuk menciptakan ketergantungan.

Berbagai tayangan sinetron dengan tema remaja berkecenderungan mengeksploitasi kehidupan remaja dalam satu sisi semata. Kalaupun muncul plot cerita, terjadi simplifikasi, penyederhanaan dengan kasus-kasus yang sangat tipologis, dan mengabaikan sisi sosiologis dan psikologisnya. Akibatnya remaja tidak memiliki kesempatan mempelajari hakikat kehidupan yang sebenarnya, selain hanya melihat yang serba artifisial. Berbagai kebetulan dan kemudahan dalam cerita memberikan kenyataan virtual dalam kesehariannya. Dan ketika kenyataan hidup lebih keras dari itu, remaja kita mudah patah dan kecewa.

Media semestinya mengandung banyak fungsi ideal: menginformasikan, mempersuasi, mendidik, dan menghibur. Namun, fungsi yang tampak dominan saat ini adalah hiburan, karena dinilai lebih 'menjual'. Media, harus diakui, lebih memprioritaskan komersialisme, sehingga idealisme untuk membuat suatu tayangan yang berkualitas dan mendidik semakin sulit untuk dilakukan. Stasiun televisi berlomba-lomba untuk meraih rating tertinggi melalui acara yang ditayangkannya. Berdasar laporan AC Nielson, pemirsa televisi selalu dipenuhi 55 persen perempuan usia 10 – 24 tahun, 27 persen di antaranya adalah siswa SMA dan 20 persen siswa SD. Kecenderungan ini bisa menjadi salah satu sebab tingginya aborsi di

Indonesia di kalangan remaja. Diperkirakan, seratus remaja per hari melakukan aborsi. Salah satunya akibat TV, DVD, dan internet, yang memungkinkan khalayak dapat mengakses situs porno dengan mudah. Penelusuran YPMA memperlihatkan, ketika sudah menginjak bangku SMP, seorang anak disinyalir rata-rata sudah menyaksikan siaran TV selama 15.000 jam. Adapun waktu belajar di sekolah tak lebih dari 11.000 jam! Bayangkan betapa dominannya TV dalam kehidupan anak.

Kajian-kajian efek televisi memperlihatkan sejumlah dampak negatif akibat terlalu sering dan terlalu banyak mengonsumsi televisi. Bukan berita baru lagi, kalau siaran televisi mengakibatkan desensitisasi atau penumpulan kepekaan (Astuti, 2006:142). Yang tadinya takut melihat darah ayam disembelih, kini gara-gara keseringan nonton program kekerasan, jadi biasa-biasa saja melihat maling ayam dihakimi massa sampai berdarah-darah, terkencing-kencing. Menonton berita kriminalitas jadi kurang seru rasanya kalau tidak disertai rekonstruksi peristiwa.

Jane Cantor (1999) mengidentifikasi efek lain: fear effect. Inilah efek yang timbul ketika khalayak terlalu sering diterpa acara kekerasan hingga menganggap perang terjadi di mana-mana, dan bahwa “*it’s a mean world to live in!*” (Bryant & Zillmann, 2002:145). Di layar kaca, dunia tempat kita tinggal menjadi dunia nan kejam. Penjahat mengintip di mana-mana, sehingga slogan “Waspadalah!” terasa sangat nyata, bukan hanya menjadi sebetuk peringatan, tapi juga menjadi teror tersendiri. Realitasnya sendiri mungkin tidak sebegitunya. Namun, kesulitan membedakan realitas simbolik yang direpresentasikan televisi dengan realitas real yang benar-benar terjadi, mengakibatkan munculnya efek sedemikian.

Mengapa menonton televisi beberapa jam sehari bisa mempengaruhi apa yang kita pikirkan, apa yang kita percayai serta apa yang kita hargai berkenaan dengan hal-hal tertentu? Analisa atau teori Kultivasi dari Gerbner mungkin bisa menjelaskan fenomena ini. Asumsi dasar teori Kultivasi ini adalah televisi merupakan media yang unik dengan karakter TV yang bersifat *pervasive, accessible, dan coherent*, semakin banyak seseorang menghabiskan waktu untuk menonton televisi, semakin kuat kecenderungan orang menyamakan realitas televisi dengan realitas sosial. Selanjutnya, Gerbner mengelompokkan penonton menjadi 2 kategori, yaitu *light viewers* (penonton ringan) cenderung menggunakan jenis media dan sumber informasi yang lebih bervariasi, menonton rata-rata dua jam perhari atau kurang dan hanya tayangan tertentu. Sementara, kategori kedua yaitu *heavy viewers* (penonton berat) cenderung mengandalkan televisi sebagai sumber informasi mereka, menonton rata-rata 4 jam perhari atau lebih dan tidak hanya tayangan tertentu (Infante dalam Mediator, 2007:84). Dalam teori

Kultivasi, disebutkan bahwa remaja meniru apa yang dilihatnya, baik dalam keseharian maupun dalam media massa. Media adalah yang telah membentuk sebagian dari kepribadian. Jika media televisi secara gamblang menyajikan adegan-adegan visual dalam program untuk remaja, maka dari situlah pada mulanya remaja melakukan proses peniruan.

Bertitiktolak dari keprihatinan terhadap dampak negatif media, terutama pada anak dan remaja, muncul inisiatif dari segelintir aktivis dan akademisi untuk mengawali gerakan *media literacy* (melek media, atau sadar media). *Media literacy* dirumuskan sebagai keterampilan untuk memahami sifat komunikasi, mencerna dan menggunakan media. Dalam hal ini, *audience* diarahkan bersikap kritis terhadap program televisi, menganalisis acara, mengenali fungsi media, dan memilah acara yang baik dan buruk. Meskipun gerakan *media literacy* ini sudah cukup lama dilakukan namun pada kenyataannya masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui bahkan mengenal *media literacy*.

Bagaimanapun, dalam dunia akademis, dampak positif atau negatif media masih menjadi perdebatan yang seru. Ilustrasi yang ditampilkan di awal pendahuluan ini memperlihatkan dampak negatif, tetapi, ada beberapa kajian yang menyimpulkan dampak positif media. Misalnya, dampak positif media adalah mendorong keingintahuan (*curiosity*) anak, meningkatkan daya analisa melalui tayangan interaktif, meningkatkan daya konstruksi, meningkatkan daya koordinasi dan sinkronisasi pikiran, meningkatkan kemampuan menyelesaikan masalah kompleks dan kesiagaan. Secara prinsip, media massa dinilai dapat meningkatkan kapasitas dan daya pembelajaran dan menyajikan hiburan yang asyik dan meningkatkan kualitas dan kinerja pembelajaran. Salah satu bukti dan penelitian yang dilakukan atas pengaruh positif televisi pada perilaku manusia, mulai dari tindakan-tindakan fisik yang sederhana hingga sikap, pandangan dan nilai serta norma yang lebih mendalam dinyatakan oleh Chu dan Schramm (1979) yang sudah sejak lama mengadakan studi metaanalisis. Mereka melaporkan bahwa televisi mempunyai kontribusi yang besar dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas belajar manusia, serta meningkatkan daya retensi siswa. Yang jelas, terlepas dari perdebatan tersebut, dapat disimpulkan bahwa media memiliki pengaruh yang cukup dominan terhadap kehidupan manusia. Kenyataannya, dampak media yang negatif tampak lebih menonjol dibandingkan dampak positifnya..

## **1.2 Perumusan Masalah**

Pada dasarnya remaja telah memiliki kemampuan untuk menyerap informasi yang diterimanya dari televisi. Namun proses penerimaan itu

berlangsung tanpa kontrol diri yang baik. Menurut Wirodono (2006), remaja lebih baik dalam proses penangkapan abstraksi yang ditayangkan televisi, tetapi remaja berada dalam situasi psikologis yang kritis dalam dirinya.

Sikap ketergantungan yang diciptakan televisi telah membuat para remaja tumbuh menjadi sosok yang tidak memiliki "pegangan" kuat. Realitas semu yang diciptakan televisi mampu mengkompres kenyataan sosial yang sebenarnya kedalam bentuk yang bersifat fantasi belaka. (Wirodono, 2006)

Selanjutnya pertanyaan besar dalam rumusan permasalahan ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut :

1. Bagaimana *media consumption* remaja pada keluarga yang menerapkan *media literacy* ?
2. Bagaimana *media consumption* remaja pada keluarga yang tidak menerapkan *media literacy* ?
3. Bagaimana perilaku khas remaja pada keluarga yang menerapkan *media literacy*, berdasarkan pola *media consumption*-nya ?
4. Bagaimana perilaku khas remaja pada keluarga yang tidak menerapkan *media literacy*, berdasarkan pola *media consumption*-nya ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian "Pola Komsumsi Remaja Light Viewer dan Heavy Viewer Dalam Menonton Televisi" adalah :

1. Untuk menerangkan aspek *media consumption* remaja pada keluarga yang menerapkan *media literacy*.
2. Untuk menerangkan *media consumption* remaja pada keluarga yang tidak menerapkan *media literacy*.
3. Untuk menerangkan dan menguraikan perilaku khas remaja pada keluarga yang menerapkan *media literacy*, berdasarkan pola *media consumption*-nya.
4. Untuk menerangkan dan menguraikan perilaku khas remaja pada keluarga yang tidak menerapkan *media literacy*, berdasarkan pola *media consumption*-nya.

### **1.4 Metode Penelitian**

Untuk penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Lebih spesifik lagi, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah riset etnografi (*ethnographic research*), yang mencoba meneliti efek media secara alamiah dalam waktu dan tempat tertentu. Metode ini berasal dari antropologi yang melihat media massa dan khalayak secara menyeluruh (*holistic*), sehingga dibutuhkan waktu yang relatif lama dalam aplikasi penelitian. Marzali mengungkapkan, ciri khas penelitian

etnografi terletak pada sifatnya yang "... holistik-integratif, *thick description*, dan analisis kualitatif untuk mendapatkan *native's point of view...*" (Marzali dalam Wicandra, 2003:168-169). Dalam penelitian yang menggunakan metode ini, para peneliti menggunakan teknik observasi, pencatatan dokumen, dan wawancara mendalam. Berdasarkan Setelah pendeskripsian observasi dan wawancara kelak akan ditemukan beberapa ciri khas yang nampak bila dua kelompok subjek dengan karakteristik yang berbeda diperbandingkan.

Dalam konteks penelitian ini, teknik semacam ini juga diadopsi, hanya saja yang diteliti adalah remaja yang berasal dari dua tipikal keluarga yang berbeda. Yang akan dilakukan peneliti adalah mengamati dan mengobservasi perilaku remaja ketika mengonsumsi media, mengamati kehidupan keseharian mereka untuk melihat kapankah faktor-faktor *media consumption* mewarnai kehidupan mereka sehari-hari. Setelah itu, akan dilakukan wawancara secara mendalam mengenai apa yang sudah mereka tonton.

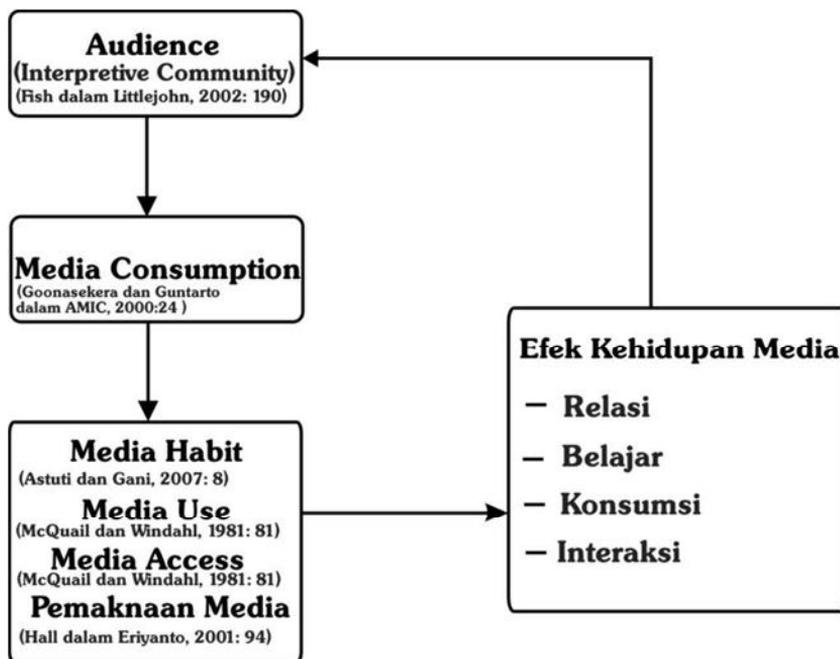
### **1.5 Karakteristik Sampel Penelitian**

Pada penelitian ini, narasumber yang akan diamati adalah remaja yang mewakili dua karakteristik keluarga yang berbeda, yaitu keluarga yang sudah mengadopsi prinsip-prinsip *media literacy*, dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari diasumsikan sebagai *light viewer* karena tidak mengandalkan televisi sebagai sumber informasi, dengan keluarga yang sama sekali 'belum melek media' atau membiarkan anggota keluarganya mengonsumsi media tanpa pembatasan diasumsikan sebagai *heavy viewer*, cenderung mengandalkan televisi sebagai sumber informasi mereka.

Pada penelitian ini, digunakan teknik penarikan sampel purposif. Artinya, sampel yang ditarik atau diambil mengacu pada tujuan riset (Daymon & Holloway, 2002:243). Peneliti memilih kelompok dan lokasi tertentu untuk diteliti, kemudian menggunakan kriteria untuk memilih siapa dan hal apa yang akan diteliti. Berdasarkan pertimbangan peneliti, kelompok yang dipilih adalah anak dari keluarga yang mengadopsi prinsip *media literacy*, DP atau biasa dipanggil N (P/ 14 thn), dan yang tidak mengadopsi prinsip *media literacy*, TAP atau biasa dipanggil F (P/ 14 thn).

### **1.6 Roadmap Penelitian**

Pada penelitian ini, Remaja dianalisis berdasarkan skema berikut ini, pola konsumsi media dapat diilustrasikan sebagai berikut :



Remaja dan lingkungan sekitarnya, baik itu keluarga maupun lingkungan sekolahnya merupakan *interpretive community* yang mengalami proses interaksi, membentuk suatu realitas dan pemaknaan mengenai banyak hal. Seperti diungkapkan Fish, “*Interpretive Community are groups that interact with one another, construct common realities, and meanings.* (*Interpretive community* adalah kelompok-kelompok yang berinteraksi satu dengan yang lainnya, mengkonstruksikan berbagai realitas dan makna) (Littlejohn, 2002: 190). Remaja usia 13-17 tahun merupakan usia yang rentan untuk dilepas begitu saja dalam arti bahwa orangtua membebaskan remajanya untuk menonton tayangan televisi yang mereka sukai tanpa mengetahui dampak yang akan terjadi pada remajanya.

Berdasarkan penelitian sebelumnya tentang pola pendampingan, remaja sangat memerlukan pendampingan ketika sedang menyaksikan tayangan televisi (Astuti & Gani, 2007) karena pemaknaan media sangat bergantung pada *interpretasi* dari *audience*. Menurut Stuart Hall, media pada dasarnya tidak mereproduksi, melainkan menentukan (*to define*) realitas melalui pemakaian kata-kata yang terpilih. Yang menjadi masalah adalah siapa yang memegang kendali dalam memberikan pemaknaan. Dalam realitas sosial, siapa yang memegang kendali sebagai agen pemroduksi

makna, dan siapa atau kelompok mana yang hanya berperan sebagai konsumen saja dari pemaknaan tersebut. Menurut Hall, satu pihak lebih mempunyai *previlese* dan akses ke media dibandingkan dengan pihak lain sehingga pemaknaan satu kelompok lebih dominan dan menguasai media (Hall dalam Eryanto, 2001:36).

Dengan alasan rating, maka tayangan yang tampil di stasiun televisi lebih bersifat komersial tanpa memperhitungkan dampaknya pada masyarakat terutama remaja. Tayangan televisi yang ada saat ini menimbulkan suatu kesadaran palsu diluar dari realitas yang sebenarnya, dengan kata lain, tayangan televisi menempatkan *audience* mengikuti ideologi dominan sebagai kelompok borjuis yang lebih mengutamakan terjaminnya kelangsungan ekonomi dan pasar.

Menurut Hall, ada tiga bentuk pembacaan/hubungan antara penulis dan pembaca dan bagaimana pesan itu dibaca di antara keduanya. Pertama, posisi pembacaan dominan (*dominant-hegemonic position*). Posisi ini terjadi ketika penulis menggunakan kode-kode yang bisa diterima umum, sehingga pembaca akan menafsirkan dan membaca pesan/tanda itu dengan pesan yang sudah diterima umum tersebut. Kedua, pembacaan yang dinegosiasikan (*negotiated code/position*). Dalam posisi kedua ini, tidak ada pembacaan dominan. Yang terjadi adalah kode apa yang disampaikan penulis ditafsirkan secara terus menerus di antara kedua belah pihak. Ketiga, pembacaan oposisi (*oppositional code/position*). Posisi pembacaan yang ketiga ini merupakan kebalikan dari posisi yang pertama.

Perubahan perilaku dapat terjadi seiring dengan seringnya remaja menonton televisi karena frekuensi dan intensitas informasi yang kita peroleh akan menentukan apakah perilaku kita akan terpengaruh oleh informasi tersebut (Thorndike, Law of Repetition dalam <http://assalambook.as.funpic.org> dikutip tanggal 15 Januari 2009 pukul 21.30 Wib). Informasi yang sama, senada atau serupa yang masuk secara berulang-ulang ke dalam diri seseorang akan memberikan pengaruh yang berbeda dengan apabila informasi tersebut hanya diterima sekali. Hal ini dapat menimbulkan *media habit*, dimana habit menonton kebiasaan, *code of conduct* atau ritual berulang sehingga menjadi bagian alamiah dari kehidupan sehari-hari (Astuti & Gani, 2007). Seringkali, tanpa disadari informasi tersebut terinternalisasi ke dalam diri khalayak dan selanjutnya terealisasikan dalam bentuk perilaku tertentu. Bahkan, informasi yang salah karena berulang-ulang disampaikan, tanpa disadari akan dianggap sebagai suatu kebenaran.

Perilaku bukanlah karakteristik yang kekal sifatnya tetapi dapat berubah, diubah dan berkembang sebagai hasil dari interaksi individu dengan

lingkungannya. Perubahan bisa bersifat positif dan negatif. Sifat perubahan yang terjadi ditentukan oleh diri individu yang bersangkutan dan lingkungannya. Proses perubahan perilaku bukanlah proses yang sekali jadi tetapi memerlukan waktu yang relatif sifatnya. Perilaku bukan pula bawaan atau turunan tetapi lebih merupakan produk belajar, yang mencakup kawasan-kawasan kognitif, afektif dan psikomotor.

Konsumsi media didasarkan pada kondisi tertentu atau untuk memenuhi kebutuhan yang berhubungan dengan kepuasan disinilah audience akan menentukan jumlah dari isi, tipe dan hubungan media yang digunakan (*Media use*). *Media use* pada dasarnya ditentukan dari kebutuhan, ekspektasi dan persepsi setiap individual kemudian mereka akan menentukan apakah mereka akan mengakses (*Media access*) kemudian menggunakan isi dari media tersebut atau tidak.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan para orang tua mampu mengenali efek yang dihasilkan dari kebiasaan anak menonton televisi. Terpaan efek pada khalayak berbeda-beda. Ada kalangan yang dapat dipengaruhi secara kuat, namun ada juga yang kurang bisa dipengaruhi. Pada penelitian ini, efek kehadiran media pada remaja difokuskan kepada relasi yang merupakan bagian dari efek ekonomis, interaksi yang merupakan efek sosial, belajar yang merupakan efek penjadwalan kembali dan konsumsi sebagai efek penyaluran/ penghilangan perasaan tertentu.

## II. HASIL PENELITIAN

### 2.1. *Media Consumption* dan Perilaku Khas Remaja yang Mengadopsi *Media Literacy* dan Tidak Mengadopsi *Media Literacy*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara keluarga yang mengadopsi *media literacy* dalam hal ini adalah remaja *light viewer* dan keluarga yang tidak mengadopsi *media literacy* dalam hal ini adalah remaja *heavy viewer*. Dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 2. Perbedaan Antara Keluarga yang Mengadopsi Media Literacy (*Light Viewer*) dan Keluarga yang Tidak Mengadopsi Media Literacy (*Heavy Viewer*)**

No	Point Penelitian	Keluarga yang mengadopsi <i>Media literacy (Light Viewer)</i>	Keluarga yang tidak mengadopsi <i>Media Literacy (Heavy Viewer)</i>
1	Pola mengkonsumsi media	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menonton kurang lebih hanya 1 jam setiap hari</li> <li>- Televisi bukan merupakan kebutuhan utama</li> <li>- Pulang sekolah anak melakukan aktivitas lain dahulu dan tidur siang</li> <li>- Siang jarang menonton televisi, bila menonton kurang lebih hanya 20 menit, aktivitas menonton lebih banyak pada malam hari</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menonton lebih dari 4 jam setiap hari</li> <li>- Televisi merupakan kebutuhan utamanya setiap hari</li> <li>- Pulang sekolah televisi langsung dinyalakan</li> <li>- Siang dan malam hari selalu menonton televisi</li> </ul>
2	Kebiasaan menonton	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Didampingi oleh orangtua</li> <li>- Terjadi proses diskusi tentang adegan dan pemeran film yang ditonton dengan orangtua</li> <li>- Orangtua berlaku sebagai "guru" dan "penterjemah" bagi anak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak ada pendampingan oleh orangtua</li> <li>- Hampir tidak ada proses diskusi dengan orangtua</li> <li>- Anak cenderung menonton televisi sendirian</li> </ul>
3	Penggunaan media	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Anak tidak mempunyai kendali penuh</li> <li>- Kendali ada pada orangtua</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Anak diberikan kebebasan dalam menggunakan media apapun</li> </ul>

4	Cara mengakses media	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Anak selalu diberitahu dan diarahkan oleh orangtua</li> <li>- Segala hal yang berkenaan dengan media adalah rekomendasi dari orangtua</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Anak memilih sendiri media atau tontonan yang diinginkan</li> </ul>
5	Perilaku Khas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Anak cenderung lebih bisa membedakan proses manipulatif yang dilakukan televisi</li> <li>- Pada kondisi remaja ini masih menyukai permainan anak-anak zaman dulu seperti sondah dan domikado</li> <li>- Perilaku khas lain yang muncul dari observasi yaitu anak cenderung juga menyukai film-film lawas, hal ini disebabkan orangtua sering merekomendasikan tontonan semacam ini kepada anak.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Anak cenderung tidak bisa membedakan mana tayangan yang manipulatif ataupun tayangan yang sebenarnya terjadi dikehidupan nyata.</li> <li>- Lebih dewasa dibandingkan umurnya</li> <li>- Sudah mengenal “percintaan”</li> <li>- Selalu ingin menjadi pribadi yang selalu ingin tampil sempurna dalam penampilan harus <i>matching</i> dari baju sampai asesosis yang digunakan</li> <li>- Suka berbicara kasar meniru bahasa <i>host</i> yang ditontonnya</li> <li>- Lebih penakut</li> <li>- Malas</li> </ul>

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan perolehan data di lapangan dan analisis terhadap data yang diperoleh tersebut maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Remaja pada keluarga yang menerapkan *media literacy* lebih sedikit menghabiskan waktu untuk menonton televisi, kurang lebih hanya 1 jam sehari, itupun dengan pendampingan orangtua. Biasanya anak juga tidak memiliki kendali penuh terhadap tayangan-tayangan yang ingin ditonton, semua tayangan adalah rekomendasi dari orangtuanya. Anak diberikan pengertian mengenai tayangan yang boleh dan tidak boleh ditonton. Bagi remaja *light viewer* ini televisi bukan lah kebutuhan utama karena anak justru banyak menghabiskan waktu untuk kegiatan lain.
2. Remaja pada keluarga yang tidak menerapkan *media literacy* lebih banyak menghabiskan waktu didepan televisi. Televisi merupakan kebutuhan utamanya setiap hari. Hampir setiap waktunya dihabiskan didepan televisi, bahkan segala aktivitasnya dilakukan di depan televisi. Hampir tidak ada pengawasan terhadap anak mengenai tayangan-tayangan yang ditontonnya, jadi anak memiliki kendali penuh terhadap hal yang ingin ditontonnya.
3. Perilaku khas remaja pada keluarga yang menerapkan *media literacy* yaitu anak cenderung lebih bisa membedakan proses manipulatif yang dilakukan televisi, selain itu juga pada kondisi remaja ini masih menyukai permainan anak-anak zaman dulu seperti sondah dan domikado. Perilaku khas lain yang muncul dari observasi yaitu anak cenderung juga menyukai film-film lawas, hal ini disebabkan orangtua sering merekomendasikan tontonan semacam ini kepada anak.
4. Perilaku khas remaja pada keluarga yang tidak menerapkan *media literacy* yaitu anak memiliki kecenderungan yang tinggi untuk meniru atau terpengaruh oleh adegan atau tayangan yang ditontonnya, misalnya dalam gaya hidup sehari-harinya. Anak juga terlihat lebih dewasa daripada umurnya karena proses meniru yang dilakukan tadi sehingga anak cenderung tidak bisa membedakan mana tayangan yang manipulatif ataupun tayangan yang sebenarnya terjadi dikehidupan nyata.

---

## DAFTAR PUSTAKA

- Abercrombie, Nicholas and Longhurst, Brian. 1998. Audience. London: SAGE Publications.
- Ahmadi, Dadi & Nova Yohana. 2007. Kekerasan di Televisi. Mediator, Jurnal Komunikasi, Volume 8 Nomor 1 hal 91-101. Bandung: Fikom Unisba.
- Aryanugraha. 2006. Televisi dan Mahasiswa. Jurnal penelitian Komunikasi. Thesis, Volume V Nomor 1 hal 77-89. Bandung: Dept. Ilmu Komunikasi Unpad.
- Astuti, S Indra dan Gani, Rita. 2007. Penelitian : Melacak Pola Pendampingan Orang Tua Terhadap Anak Pada Televisi. Bandung: LPPM-Unisba.
- Berger, Arthur Asa. 1998. Media Research Techniques (2nd edition). London: SAGE Publications.
- Bryant, Jennings and Daniel R. Anderson (Ed). 1983. Children's Understanding of Television, Research on Attention and Comprehension. San Diego : Academic Press, Inc.
- Brown, Francis J. 1969. Educational Psychology. New York: Greenwood Press, Publishers.
- Bungin, Burhan. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta: Prenada Media.
- Chu, Godwin C & Wilbur Schramm. 1979. Learning From Television : What Research Says. Washington DC: NAEB.
- Cross, Donna Woolfolk. 1983. Media-Speak, How Television Makes Up Your Mind. New York: New Amercian Library.
- Dagun, Save M. 2005. Kamus Besar Ilmu Pengetahuan. Jakarta: Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara.
- Daymon, Christine dkk. 2002. Metode-Metode Riset Kualitatif Dalam Public Relations dan Marketing Communications. Yogyakarta: PT. Bentang Pustaka.
- Eriyanto. 2001. Analisis Wacana. Yogyakarta: LKIS.
- Fiddler, Roger. .2003. Mediamorphosis. Jakarta: Aksara.
- Guntarto, B dkk. 2000. Growing Up With TV. Singapore: AMIC.
- Goonasekera, Anura dkk. 2000. Growing Up With TV. Singapore: AMIC
- Hurlock, Elizabeth B. 1995. Perkembangan Anak. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Kasali, Rhenald. 2002. Riset Kualitatif dalam Public Relations & Marketing Communications. Jakarta: Bentang
- Lazerson, Arlyne (ed). 1975. Psychology Today, An Introduction. New York: Random House, Inc.

- Littlejohn, Stephen W. 2002. *Theories of Human Communication*. USA: Wadsworth Group.
- McConnel, James V. 1977. *Understanding Human Behavior*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- McQuail, Denis and Windahl, Sven. 1981. *Communication Models*, New York: Longman Inc.
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muharrominingsih, Diah Ika. 2006. *Konsumsi Tayangan Televisi Berlatar Budaya Lokal Dalam Proses Konstruksi Identitas Etnis*. *Jurnal penelitian Komunikasi, Thesis, Volume V Nomor 3 hal 49-69*, Bandung, Dept. Ilmu Komunikasi Unpad.
- Mulyana, Deddy. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Potter, James W. 2002. *Media Literacy*. New York: SAGE Publication.
- Rachmiatie, Atie & Dadang Rahmat Hidayat. 2008. *Media Literacy dan Regulasi Penyiaran*. Bandung : KPID-JABAR.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1999. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Riyanto, Yatim. 2001. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: SIC.
- Saefudin, H.A. & Antar Venus. 2007. *Cultivation Theory*. *Mediator, Jurnal Komunikasi, Volume 8 Nomor 1 hal 83-89*. Bandung: Fikom Unisba.
- Sudjarwo. 2001. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Mandar Maju.
- Syahrul. 2008. *Makalah Unicef untuk Pendidikan Media Bagi Guru di Solo dan Klaten*
- Unesco. 1994. *Non-Violence, Tolerance and Television Report to The Chairman*. New Delhi.
- Venus, Antar. 2000. *The Role of Media Educations in Developing Children's Critical Thinking Toward TV Programs*. *Mediator, Jurnal Komunikasi, Volume 1 Nomor 1 Tahun 2000*. Bandung: Fikom Unisba.
- Wardhana, Veven Sp. 2001. *Televisi dan Prasangka Budaya Massa*. Yogyakarta: Galang Prantika.
- Wardiana, Wawan. 2002. "Perkembangan teknologi informasi di Indonesia", disampaikan pada Seminar dan Pameran Teknologi Informasi Fakultas Teknik UNIKOM. Jakarta.
- Wicandra, Obed Bima. 2003. *Etnografi dan Fokus Stereotip Sebagai Pendekatan Dalam Melakukan Riset Produk Serta Potensi Pasar*

- Pada Masyarakat Multietnis. Dalam Nirmana Vol. 5 No. 2 hal 162-175. Surabaya.
- Wirodono, Sunardian. 2006. Matikan TV-Mu!. Teror Media Televisi di Indonesia. Yogyakarta : Resist Book.
- Zillmann, Dolf and Bryant, Jennings. 2002. Media Effects : Advances in Theory ad Research Second Edition. London: Lawrence Erlbaum Associates
- Astuti, S Indra. 2007. Mendidik Masyarakat Cerdas di Era Informasi. <http://litasimedia.wordpress.com>.
- Bukhori, Ahmad. Menciptakan Generasi Literat. <http://pribadi.or.id>.
- Ccl – admin. Informasi Menjadi Komoditas Utama. [www.depkominfo.go.id](http://www.depkominfo.go.id).
- Dwyer & Thorndike. Perilaku Anak. <http://assalambook.as.funpic.org>.
- Hartini. Pengantar Sistem Informasi. <http://www.ilkom.unsri.ac.id>.
- Isnaini. Minat Baca Dan Persepsi Terhadap Informasi. <http://imamIsnaini.multiply.com>.
- Junaedi, Fajar. Teori Komunikasi Massa Terhadap Individu. 21 Nov 05. <http://komunikasimassa-umy.blogspot.com>.
- Makarim, Edmon. Krisis Media Dalam Perspektif Konvergensi Telematika : Wacana Media Untuk Penyempurnaan UU pers. <http://www.ristek.go.id>.
- Modul 9. Efek Komunikasi Massa. E-library Universitas Terbuka. <http://pustaka.ut.ac.id>.
- Sadiman, Arief S. <http://alyssa83.multiply.com>
- Thorndike. Law of Repetition. <http://assalambook.as.funpic.org>