

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, HIPOTESIS DAN KERANGKA KONSEP

2.1 Komunikasi Massa

2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa

Menurut Cherry 1964 dalam (Cangara, 2017:20). Komunikasi secara etimologis berasal dari bahasa latin yaitu "*communicatio*" dan perkataan ini bersumber pada kata "*comminis*" yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Sebagai makhluk sosial dan juga sebagai makhluk komunikasi, manusia dalam hidupnya diliputi oleh berbagai macam simbol, baik yang diciptakan oleh manusia itu sendiri maupun yang bersifat alami. Pada dasarnya bentuk-bentuk komunikasi dapat dibedakan atas dua macam, yakni komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Komunikasi verbal yaitu dalam pemakaiannya menggunakan bahasa (lisan) maupun tulisan dan Komunikasi nonverbal biasa disebut dengan bahasa isyarat atau bahasa diam. (Cangara, 2017:111).

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditunjuk kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim atau heterogen. (Mulyana, 2015: 83). Komunikasi massa pernah dikemukakan oleh Joseph A. Devito, yaitu: pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan atau visual (Nurudin, 2017:12). Menurut Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble 1986 dalam (Nurudin, 2017:96-133). Komunikasi Massa mencakup hal – hal sebagai berikut:

1. Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan modern untuk menyebarkan atau memancarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas dan tersebar. Pesan itu disebarkan melalui media massa seperti surat kabar, majalah, televisi, film, atau gabungan di antara media tersebut.
2. Komunikator dalam komunikasi massa menyebarkan pesan – pesannya bermaksud mencoba berbagi pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling kenal atau mengetahui satu sama lain.
3. Anonimitas audiens dalam komunikasi massa inilah yang membedakan pula dengan jenis komunikasi yang lain.
4. Pesan adalah milik publik. Dapat dikatakan bahwa pesan ini bisa didapatkan dan diterima oleh banyak orang. Maka dari itu, diartikan milik publik.
5. Sebagai sumber, komunikator massa biasanya organisasi formal seperti perkumpulan, ikatan, atau jaringan. Maka dari itu, komunikatornya tidak berasal dari seseorang tetapi lembaga.
6. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper* (penapis informasi). Dapat diartikan bahwa pesan – pesan yang disiarkan dikontrol oleh sejumlah individu yang ada di lembaga tersebut sebelum disiarkan lewat media massa.
7. Umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda. Jika dalam jenis komunikasi lain, umpan balik bisa bersifat langsung seperti dalam komunikasi antar personal. Dalam komunikasi ini umpan balik langsung dilakukan lewat surat kabar tidak bisa langsung dilakukan alias tertunda (*delayed*).

2.1.2 Ciri Komunikasi Massa

Adapun ciri – ciri dari komunikasi massa menurut Romli (2016: 4-7), adalah sebagai berikut:

1. Komunikator dalam Komunikasi Massa Melembaga

Komunikator dalam komunikasi massa bukan satu orang, tetapi kumpulan orang. Artinya gabungan antar berbagai macam

unsur dan bekerja satu sama lain dalam sebuah lembaga. Lembaga yang dimaksud di sini menyerupai sebuah sistem. Sebagaimana kita ketahui, sistem itu adalah “sekelompok orang, pedoman, dan media yang melakukan suatu kegiatan mengolah, menyimpan, menuangkan ide, gagasan, simbol, lambang menjadi pesan dalam membuat keputusan untuk mencapai satu kesepakatan dan saling pengertian satu sama lain dengan mengolah pesan itu menjadi sumber informasi.”

2. Komunikasikan dalam Komunikasi Massa Bersifat Heterogen

Komunikasikan dalam komunikasi massa sifatnya heterogen/beragam. Artinya, penonton televisi beragam pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial ekonomi, memiliki jabatan yang beragam, memiliki agama atau kepercayaan yang tidak sama pula. Namun, mereka adalah komunikasikan televisi. Contohnya seorang Anak Laki - laki menonton program televisi bersama Ayahnya, dari jenis kelamin bisa jadi sama, tetapi dari jenjang pendidikan, umur, status sosial berbeda satu sama lain. Jadi, heterogenitas ini banyak macamnya, meskipun tidak semua heterogenitas harus melekat pada diri komunikasikan.

3. Pesannya Bersifat Umum

Pesan-pesan dalam komunikasi massa tidak ditujukan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu. Dengan kata lain, pesan-pesannya ditujukan pada khalayak yang plural. Oleh karena itu, pesan-pesan yang disajikannya tidak boleh bersifat khusus. Khusus di sini, artinya pesan memang tidak ditujukan untuk golongan tertentu.

4. Komunikasinya Berlangsung Satu Arah

Dalam media cetak seperti koran, komunikasi hanya berjalan satu arah. Komunikasikan tidak bisa langsung memberikan respon kepada komunikatornya. (media massa yang bersangkutan).

5. Komunikasi Massa Menimbulkan Keserempakan

Dalam komunikasi massa ada keserempakan dalam proses penyebaran pesan–pesannya. Serempak berarti khalayak bisa menikmati media massa tersebut hampir bersamaan. Bersamaan tentu juga bersifat relatif, majalah atau surat kabar bisa dibaca di tempat terbit pukul 5 pagi, tetapi diluar kota pukul 6 pagi.

6. Komunikasi Massa Mengandalkan Peralatan Teknis

Media massa sebagai alat utama menyampaikan pesan kepada khalayak sangat membutuhkan bantuan peralatan teknis. Peralatan teknis yang dimaksud seperti pemancar untuk media elektronik (mekanik atau elektronik). Televisi disebut media massa, saat ini tidak akan lepas dari pemancar. Apalagi saat ini sudah terjadi revolusi komunikasi massa dengan perantaraan satelit. Peran satelit akan memudahkan proses pemancaran pesan yang dilakukan media elektronik seperti televisi.

7. Komunikasi Massa Dikontrol Oleh *Gatekeeper*

Gatekeeper atau yang sering disebut penapis informasi/palang pintu/penjaga gawang, adalah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa. *Gatekeeper* ini berfungsi sebagai orang yang ikut menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disebarkan lebih mudah dipahami.

2.1.3 Fungsi Komunikasi Massa

Para pakar mengungkapkan tentang sejumlah fungsi komunikasi, karena setiap item fungsi terdapat kesamaan dan perbedaan. Pembahasan fungsi komunikasi telah menjadi diskusi yang cukup penting, terutama konsekuensi komunikasi melalui media massa. Fungsi komunikasi massa menurut Dominick dikutip oleh Nurudin (2017: 64 – 67), terdiri dari lima fungsi yaitu sebagai berikut:

1. *Surveillance* (pengawasan)

Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam 2 bentuk utama:

a. Pengawasan Peringatan

Fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman dari bencana alam seperti angin topan, gunung meletus, kondisi yang memperlihatkan tayangan inflasi atau adanya serangan militer. Peringatan ini serta merta akan menjadi ancaman. Sebuah stasiun televisi mengelola program untuk menayangkan sebuah peringatan atau menayangkannya dalam jangka panjang.

b. Pengawasan Instrumental

Fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari – hari.

2. *Interpretation* (penafsiran)

Fungsi penafsiran hampir mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya menyajikan fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian – kejadian penting. Industri media memilih dan memutuskan peristiwa – peristiwa yang dimuat atau ditayangkan. Contoh nyata penafsiran media dapat di lihat pada halaman tajuk rencana (editorial) surat kabar. Penafsiran ini berbentuk komentar dan opini yang ditujukan pada khalayak pembaca serta dilengkapi perspektif (sudut pandang) terhadap berita yang disajikan pada halaman lainnya. Tujuan dari penafsiran adalah media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antarpersonal atau komunikasi kelompok.

3. *Linkage* (pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama akan sesuatu. Kelompok –

kelompok yang memiliki kepentingan yang sama tetapi terpisah secara geografis dipertalikan atau dihubungkan dengan media.

4. *Transmission of value* (penyebaran nilai – nilai)

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

5. *Entertainment* (hiburan)

Media menjalankan fungsi hiburan merupakan hal yang sulit dibantah lagi karena pada kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Televisi adalah media massa yang paling utama menyajikan hiburan. Hampir tiga perempat siaran televisi setiap hari adalah tayangan hiburan. Fungsi dari media massa sebagai penghibur tiada lain tujuannya untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita – berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

2.2 Media Massa

Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara cepat kepada audience yang luas dan menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas (Nurudin, 2017:30). Media massa ditujukan kepada khalayak yang jumlahnya banyak dan berlangsung secara bersamaan. Selain itu juga media massa juga menggunakan peralatan teknis atau mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan lain – lain. (Nurudin, 2017:34).

2.2.1 Efek Media Massa

Efek atau pengaruh media dapat diartikan sebagai perbedaan yang terjadi pada diri seseorang sebelum dan sesudah menerima terpaan

pesan atau informasi dari media massa seperti surat kabar, radio dan TV. Menurut Gonzalez dalam Jahi (1993) ada tiga jenis efek yang ditimbulkan oleh komunikasi massa, yaitu kognitif, afektif dan konatif. Gonzalez lebih lanjut menjelaskan, bahwa tiga jenis efek ini berhubungan satu sama lain akan tetapi juga saling independen, sehingga menimbulkan suatu pengaruh sekuen yang berbeda. Dengan demikian, perubahan dalam suatu hal, tidak selalu harus diikuti oleh perubahan dimensi lainnya, dengan kata lain meningkatnya pengetahuan atau sikap terhadap suatu hal, tidak selalu harus diikuti oleh perubahan perilaku. (Unde, 2014:52).

Efek kognitif terjadi jika terdapat perasaan pada apa yang dipahami, diketahui atau dipersepsi oleh khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, kepercayaan, keterampilan atau informasi. Efek afektif timbul jika terdapat perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap dan nilai, sedangkan efek konatif perilaku merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan dan dalam perilaku misalnya membeli suatu barang setelah menyaksikan iklan di televisi atau radio (Unde, 2014: 53).

2.2.2 Fungsi Media Massa

Menurut McQuail (1987) fungsi media adalah industri pencipta lapangan kerja, barang, dan jasa serta menghidupkan industri lain, sumber kekuatan alat kontrol, manajemen, dan inovasi masyarakat, forum untuk menampilkan peristiwa masyarakat, wahana pengembangan kebudayaan tata cara, mode, gaya hidup, serta norma dan sumber dominan pencipta citra masyarakat dan individu. (Nurudin, 2017:34). Menurut Wulansari (2021:13-15) fungsi media massa terhadap masyarakat pada tataran ideal sebagai berikut:

1. Media massa berfungsi sebagai pengamat lingkungan, pemberi informasi tentang hal – hal yang berada diluar jangkauan penglihatan masyarakat luas.
2. Media massa berfungsi melakukan seleksi, evaluasi dan interpretasi informasi. Media massa menyeleksi apa yang pantas dan perlu disiarkan.
3. Media massa berfungsi sebagai sarana penyampaian nilai dan warisan sosial budaya dari satu generasi ke generasi lainnya.

2.3 Broadcasting

2.3.1 Pengertian *Broadcasting*

Broadcasting atau Penyiaran berasal dari kata “siar” yaitu menyebarkan informasi melalui pemancar. Dengan ditambah kata “pe” dan “an”, maka menjadi suatu proses pengiriman program acara dalam bentuk *audio* (suara) dan *visual* (gambar) yang dikirim dalam bentuk signal melalui udara, kabel, atau serat optik. (Brillianto, 2016:8). Menurut J.B. Wahyudi 1996 dalam (Brillianto, 2016:9) penyiaran (*broadcasting*) adalah proses komunikasi suatu titik ke audiens, yaitu suatu proses pengiriman informasi dari seseorang kepada masyarakat melalui proses pemancaran elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi. Hal ini terjadi karena adanya berbagai media yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan.

Menurut Undang – Undang Nomor 32, Tahun 2002, “Penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.

Menurut Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Standar Program Siaran “Penyiaran televisi adalah media komunikasi massa dengar pandang yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam

bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.”

2.3.2 Jenis Lembaga Penyiaran

Sesuai dengan Undang – Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, penyelenggaraan penyiaran dilaksanakan oleh lembaga penyiaran yang terdiri dari:

1. Lembaga Penyiaran Publik (LPP) adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Lembaga penyiaran yang dimaksud adalah Radio Republik Indonesia (RRI) dan Televisi Republik Indonesia (TVRI), yang stasiun pusatnya berada di ibukota Jakarta. Sumber pembiayaan lembaga penyiaran publik bersumber dari iuran penyiaran, APBN/APBD, sumbangan masyarakat, siaran iklan, dan usaha lain yang sah yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran (Pasal 14 dan 15 UU No. 32 Tahun 2002).
2. Lembaga Penyiaran Swasta (LPS) adalah lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau televisi. Sumber pembiayaan lembaga penyiaran swasta bersumber dari siaran iklan, dan/atau usaha lain yang sah yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran (Pasal 16 dan 19 UU No. 32 Tahun 2002). Jumlah lembaga penyiaran swasta tentu akan terus bertambah sepanjang tahunnya, sehingga negara perlu mengaturnya berdasarkan regulasi yang berlaku.
3. Lembaga Penyiaran Berlangganan (LPB) adalah lembaga penyiaran berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran berlangganan, dan wajib terlebih dahulu memperoleh izin penyelenggaraan penyiaran berlangganan. Lembaga penyiaran berlangganan

memancarluaskan atau menyalurkan materi siarannya secara khusus kepada pelanggan melalui radio, televisi, multimedia, atau media informasi lainnya. Pembiayaan lembaga penyiaran berlangganan bersumber dari iuran berlangganan, dan usaha lain yang sah dan terkait dengan penyelenggaraan penyiaran (Pasal 25 dan 26 UU No. 32 Tahun 2002).

4. Lembaga Penyiaran Komunitas (LPK) adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia, didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, dan tidak komersial, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya. Lembaga Penyiaran Komunitas diselenggarakan tidak untuk mencari laba atau keuntungan, atau tidak merupakan bagian perusahaan yang mencari keuntungan semata. Namun bertujuan untuk mendidik dan memajukan masyarakat dalam mencapai kesejahteraan, dengan melaksanakan program acara yang meliputi budaya, pendidikan, dan informasi yang menggambarkan identitas bangsa. Lembaga Penyiaran Komunitas didirikan atas biaya yang diperoleh dari kontribusi komunitas tertentu dan menjadi milik komunitas tersebut. Lembaga penyiaran komunitas juga dapat memperoleh dana dari sumbangan, hibah, sponsor, dan sumber lain yang sah dan tidak mengikat (Pasal 21 dan 22 UU No. 32 Tahun 2002). Lembaga penyiaran komunitas tidak boleh menyiarkan iklan komersial karena fungsinya untuk mengedukasi anggota komunitasnya, bukan untuk mencari profit.

2.4 Televisi

2.4.1 Pengertian Televisi

Televisi adalah alat penangkap siaran bergambar. Istilah televisi berasal dari bahasa Yunani *tele* (jauh) dan *vision* (melihat). Secara harfiah 'melihat jauh' karena penonton berada jauh dari studio televisi. (Ilham Z, 2013:255). Menurut KBBI, televisi adalah sistem

penyiaran gambar yang disertai dengan bunyi (suara) melalui kabel atau melalui angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar.

2.4.2 Fungsi Televisi

Menurut Effendy dalam (Ardianto, 2017: 18) seperti halnya media massa lain, televisi memiliki tiga fungsi pokok berikut:

1. Fungsi Penerangan (*the information function*)

Televisi mendapat perhatian yang besar di kalangan masyarakat karena dianggap sebagai media yang mampu menyiarkan informasi yang sangat memuaskan. Hal ini didukung oleh dua faktor, yaitu *Immediacy* (kesegaran) merupakan siaran televisi yang disaksikan tepat pada saat peristiwa tersebut sedang berlangsung dan *Realism* (kenyataan) merupakan siaran informasi yang disiapkan oleh stasiun televisi untuk disiarkan sesuai dengan kenyataan.

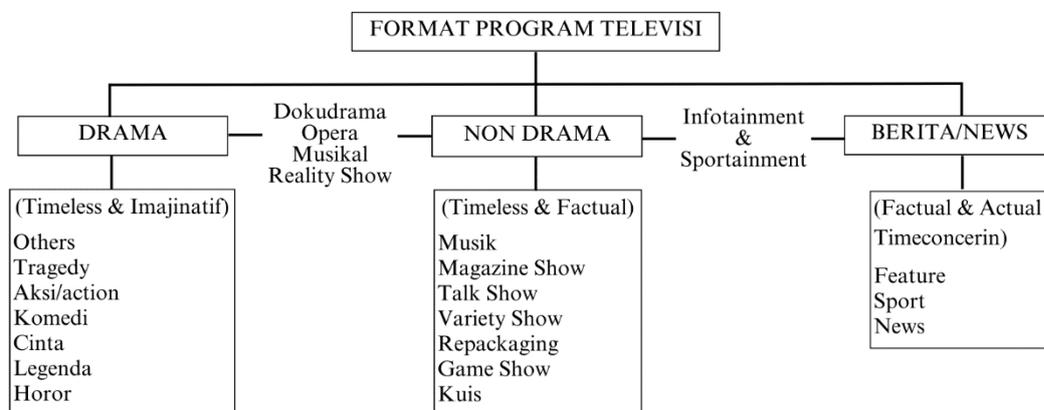
2. Fungsi Pendidikan

Sebagai media massa, televisi merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan acara pendidikan kepada khalayak yang jumlahnya begitu banyak secara simultan dengan makna pendidikan, yaitu meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat. Siaran televisi menyiarkan acara – acara tersebut secara teratur, misalnya pelajaran bahasa, matematika, ekonomi, politik dan sebagainya.

3. Fungsi Hiburan (*the entertainment function*)

Sebagai media yang melayani kepentingan masyarakat luas, fungsi hiburan yang melekat pada televisi tampaknya lebih dominan dari fungsi lainnya. Fungsi hiburan ini amat penting, karena ia menjadi salah satu kebutuhan manusia untuk mengisi waktu mereka dari aktivitas di luar rumah.

Naratama (2013:70) memaparkan tiga bagian dari format acara televisi, yaitu drama (fiksi), non – drama (non - fiksi), dan berita olahraga (news – sport).



Gambar 2. 1 Skema Format Acara Televisi

2.5 Kode Klasifikasi Program Siaran Televisi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kode adalah tanda kata atau tulisan yang disepakati untuk maksud tertentu, kumpulan peraturan yang bersistem, kumpulan prinsip yang bersistem. Penggolongan program siaran adalah klasifikasi program siaran berdasarkan kelompok usia untuk memudahkan khalayak mengidentifikasi program siaran.



Gambar 2. 2 Contoh Kode Klasifikasi Usia di Layar Televisi
Sumber: images.google.com

Klasifikasi Program Siaran adalah program yang berisi pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, suara dan gambar atau yang berbentuk grafis atau karakter baik yang bersifat interaktif maupun tidak yang disiarkan oleh lembaga penyiaran.

Dalam Undang – Undang Nomor 32 Tahun 2022 tentang penyiaran Standar Program Siaran pasal (1) ayat (16) menjelaskan bahwa penggolongan program siaran adalah klasifikasi program siaran berdasarkan kelompok usia untuk memudahkan khalayak mengidentifikasi program siaran. Adapun dalam pasal (33) ayat (1) dijelaskan bahwa:

1. Program siaran digolongkan ke dalam 5 (lima) klasifikasi berdasarkan kelompok usia, yaitu:
 - a. Klasifikasi P: Siaran untuk anak – anak usia Pra – Sekolah, yaitu khalayak berusia 2 – 6 tahun.
 - b. Klasifikasi A: Siaran untuk Anak – anak, yaitu khalayak berusia 7 – 12 tahun.
 - c. Klasifikasi R: Siaran untuk Remaja, yaitu khalayak berusia 13 – 17 tahun.
 - d. Klasifikasi D: Siaran untuk Dewasa, yaitu khalayak di atas 18 tahun dan
 - e. Klasifikasi SU: Siaran untuk khalayak berusia di atas 2 tahun.
2. Klasifikasi program siaran sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) harus ditayangkan dalam bentuk karakter huruf dan kelompok usia penontonnya, yaitu: P (2 – 6), A (7 – 12), R (13 – 17), D (18+), dan SU (2+) secara jelas dan diletakkan pada posisi atas layar televisi sepanjang acara berlangsung untuk memudahkan khalayak penonton mengidentifikasi program siaran.
3. Klasifikasi program siaran sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) di atas berlaku juga untuk penayangan ulang program siaran.
4. Program siaran radio wajib menyesuaikan dengan klasifikasi penggolongan program siaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan pengaturan tentang waktu siaran.

2.6 Teori *Uses and Gratifications*

Herbert Blumler dan Elihu Katz dan Jay G. Blumler adalah orang pertama yang mengenalkan teori ini. Teori *uses and gratifications* (kegunaan dan kepuasan) ini dikenalkan pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communication: 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 tepat didalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratification* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. (Nurudin, 2014:192).

Model *uses and gratification* tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi ia tertarik pada yang dilakukan orang terhadap media. Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Model ini mengasumsikan bahwa komunikasi massa memiliki kegunaan, media memiliki kegunaan dan manusia dapat menempatkan media pada kegunaan tertentu (*utility*), bahwa konsumsi media diarahkan oleh minat, terjadi saat motivasi utama manusia menentukan konsumsi dari isi media (*intentionality*), bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*), dan bahwa khalayak sebenarnya keras kepala, khalayak membangun makna atas isi media dan makna tersebut mempengaruhi apa yang dipikirkan dan dilakukan (*Imperviouses to influence*). (Suherman, 2020 : 70 – 71).

Menurut para pendirinya, Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch (1974), *uses and gratifications* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber–sumber lain, yang membawa pada minat terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan serta akibat – akibat lain, termasuk hal – hal yang tidak diharapkan. Mereka juga merumuskan asumsi–asumsi dasar dari teori ini. (Suherman, 2020: 69 - 70).

1. Khalayak dianggap aktif, sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
2. Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif, untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak.

3. Media massa harus bersaing dengan sumber–sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung pada perilaku khalayak yang bersangkutan.
4. Banyak tujuan pemilihan media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan minat pada situasi–situasi tertentu.
5. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti terlebih dahulu melalui orientasi khalayak.

2.7 Sensor Mandiri

2.7.1 Pengertian Sensor

Menurut KBBI, sensor adalah pengawasan dan pemeriksaan surat-surat atau sesuatu yang akan disiarkan atau diterima (berita, majalah, buku, dan sebagainya). Dalam konteks penyiaran televisi, sensor dapat juga diartikan sebagai upaya penelitian, penilaian, dan penentuan kelayakan suatu tayangan televisi untuk dipertunjukkan kepada khalayak umum.

2.7.2 Pengertian Mandiri

Mandiri adalah sanggup berdiri sendiri dan melaksanakan semua kegiatan dengan baik. Menurut Chaplin 2002 dalam (Desmita, 2017:185) mandiri adalah kebebasan individu manusia untuk memilih, memerintah, menguasai, dan menentukan dirinya sendiri. Sedangkan menurut Seifert dan Hoffnung 1994 dalam (Desmita, 2017:185) memaparkan bahwa mandiri adalah *“The ability to govern and regulate one’s own thoughts, feelings, and actions freely and responsibly while overcoming feeling of shame and doubt.”* Dapat disimpulkan bahwa mandiri adalah kemampuan untuk mengendalikan dan mengatur pikiran, perasaan, dan tindakan sendiri.

2.7.3 Regulasi Sensor di Tayangan Televisi

Regulasi atau peraturan tentang kebijakan sensor terdapat pada Peraturan Pedoman Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) yang dikeluarkan oleh KPI pada Pasal 39 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran yang dijelaskan: (1) *Lembaga penyiaran sebelum menyiarkan program siaran film dan/atau iklan wajib terlebih dahulu memperoleh surat tanda lulus sensor dari lembaga yang berwenang, (2) Lembaga penyiaran televisi wajib melakukan sensor internal atas seluruh materi siaran dan tunduk pada klasifikasi program siaran yang ditetapkan dalam peraturan ini.*

Yang dimaksud dengan “lembaga yang berwenang” pada Pasal 39 ayat 1 adalah Lembaga Sensor Film (LSF), pemerintah membentuk LSF untuk melakukan penyensoran film dan iklan film. Dari kebijakan itu, maka setiap materi siaran yang akan disiarkan oleh stasiun televisi wajib di sensor terlebih dahulu, dengan pengkategorian bahwa televisi melakukan sensor internal (swasensor) terhadap program – program siaran non berita seperti program komedi, musik, *reality show*, *video clip*, *features*, dan program - program lainnya, dan LSF melakukan sensor terhadap materi siaran film dan iklan film termasuk sinetron. Sedangkan untuk program berita atau jurnalistik dituntut pemahaman dan ketanggapan seorang reporter atau jurnalis televisi saat bertugas dilapangan mengenai mana yang etis dan tidak etis untuk disiarkan. Adapun kebijakan dan aturan sensor yang dilakukan oleh internal televisi dan LSF pada umumnya tidak jauh berbeda, dengan berpedoman pada peraturan-peraturan yang ada.

2.7.4 Kriteria Sensor di Tayangan Televisi

Sensor ditayangan televisi sering kali memberikan blur pada adegan seperti belahan dada, rokok, senjata api, orang yang cidera atau berdarah dan juga pemotongan adegan tertentu seperti berciuman, adegan kekerasan dan juga sensor terhadap kata-kata yang dianggap kasar dan

kurang pantas dengan cara *mute volume* atau berbunyi bip. Hal itu didasari pada peraturan-peraturan KPI tentang Standar Program Siaran pasal (36), yaitu:

1. Program siaran klasifikasi A khusus dibuat dan ditujukan untuk anak – anak serta mengandung muatan, gaya penceritaan, dan tampilan sesuai dengan perkembangan jiwa anak – anak.
2. Program siaran klasifikasi A berisikan nilai – nilai pendidikan dan ilmu pengetahuan, nilai-nilai sosial dan budaya, budi pekerti, hiburan, apresiasi estetik, dan penumbuhan rasa ingin tahu anak-anak tentang lingkungan sekitar.
3. Pelarangan dan Pembatasan Kekerasan
 - a. Menampilkan secara rinci peristiwa kekerasan seperti tawuran, pengeroyokan, penyiksa perang, penusukan, penyembelihan, mutilasi, terorisme, pengrusakan barang – barang secara kasar atau ganas, pembacokan, penembakan, bunuh diri.
 - b. Menampilkan manusia atau bagian tubuh yang berdarah-darah, terpotong – potong, kondisi yang mengesankan akibat dari peristiwa kekerasan.
 - c. Menampilkan peristiwa dan tindakan sadis terhadap manusia.
 - d. Menampilkan peristiwa dan tindakan sadis terhadap hewan.
 - e. Menampilkan adegan memakan hewan dengan cara yang tidak lazim.
 - f. Program siaran dilarang menampilkan ungkapan kasar dan makian secara verbal maupun non verbal, yang mempunyai kecenderungan menghina atau merendahkan martabat manusia, memiliki makna jorok, mesum, cabul, vulgar, menghina agama dan Tuhan.
2. Pelarangan adegan Psikis dan Fisik
 - a. Menampilkan adegan perceraian dan perselingkuhan orang tua
 - b. Menampilkan adegan bunuh diri
 - c. Menampilkan peristiwa pemerkosaan

- d. Menampilkan adegan merokok, minuman beralkohol, dan penggunaan obat – obatan terlarang

3. Pelarangan dan Pembatasan Seksualitas

Dalam peraturan KPI diatur mengenai penanyanagan televise yang dilarang:

- a. Menayangkan ketelanjangan dan/atau penampakan alat kelamin.
- b. Menampilkan adegan yang menggambarkan aktivitas seks dan/atau persenggamaan.
- c. Menayangkan kekerasan seksual.
- d. Menampilkan suara yang menggambarkan berlangsungnya aktivitas seks dan/atau persenggamaan
- e. Menampilkan percakapan tentang rangkaian aktivitas seks dan/atau persenggamaan
- f. Menayangkan adegan dan/atau suara yang menggambarkan hubungan seks antarbinatang secara vulgar.
- g. Menampilkan adegan ciuman bibir.
- h. Mengeksploitasi dan/atau menampilkan bagian-bagian tubuh tertentu, seperti: paha, bokong, payudara, secara *close up* dan/atau *medium shot*.
- i. Menampilkan gerakan tubuh dan/atau tarian erotis.
- j. Mengesankan ketelanjangan.
- k. Mengesankan ciuman bibir.
- l. Menampilkan kata-kata cabul.

2.8 Pengertian Orang Tua

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti orang tua adalah ayah ibu kandung. Arti lainnya dari orang tua adalah (orang tua) orang yang dianggap tua (cerdik pandai, ahli, dan sebagainya). orang – orang yang dihormati (disegani). Orang tua adalah komponen keluarga yang terdiri dari ayah dan ibu, dan merupakan hasil dari sebuah ikatan perkawinan yang sah yang dapat membentuk sebuah keluarga. (Pahlawati, 2020:155).

2.8.1 Peran Orang Tua

Peran Ayah dan Ibu merupakan satu kesatuan peran yang penting dalam sebuah keluarga. Menurut Covey dalam (Yusuf, 2014:147) terdapat empat prinsip peran keluarga atau orang tua antara lain sebagai:

1. *Modelling (example of trustworthiness)*

Orang tua adalah contoh atau teladan bagi seorang anak baik dalam menjelaskan nilai – nilai spiritual atau agama dan norma yang berlaku di masyarakat. Orang tua memiliki pengaruh sangat kuat dalam kehidupan anak karena tingkah laku dan cara berpikir anak dibentuk oleh tingkah laku dan cara berpikir orang tuanya baik positif maupun negatif.

2. *Mentoring*

Orang tua adalah mentor pertama bagi anak yang menjalin hubungan, memberikan kasih sayang secara mendalam baik secara positif maupun negatif, memberikan perlindungan sehingga mendorong anak untuk bersikap terbuka dan mau menerima pengajaran.

3. *Organizing*

Orang tua memiliki peran sebagai organizing yaitu mengatur, mengontrol, merencanakan, berkerja sama dalam menyelesaikan setiap permasalahan yang terjadi, meluruskan struktur dan sistem keluarga dalam rangka membantu menyelesaikan hal – hal yang penting serta memenuhi semua kebutuhan keluarga.

4. *Teaching*

Orang tua adalah guru yang memiliki tanggung jawab mendorong mengawasi, membimbing, mengajarkan anak – anaknya tentang nilai – nilai spiritual, moral dan sosial serta mengajarkan prinsip – prinsip kehidupan sehingga anak memahami dan melaksanakannya.

2.9 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Fetriman, Rhini Fatmasari
1	Nama Jurnal	Jurnal Konseling dan Pendidikan
	Volume Jurnal	Vol. 9, No. 2
	Tahun	2021
	Judul Penelitian	Implementasi Klasifikasi Usia Film Televisi Pada Penguatan Pendidikan Karakter Berbasis Partisipasi Masyarakat
	Metode	Kuantitatif
	Temuan/Hasil	Hasil penelitian menunjukkan jumlah klasifikasi film televisi per usia penonton adalah (a) usia 13+ sebanyak 11.226 (59,8%) film; (b) usia 17+ sebanyak 4.514 (24,05%) film; (c) semua umur sebanyak 2.752 (14,66%) film; dan (d) usia 20+ sebanyak 280 (14,9%) film. Kualifikasi usia selanjutnya digunakan untuk penjadwalan tayangan film televisi. Film klasifikasi usia semua umur ditayangkan pada pagi hari, klasifikasi usia 13 tahun tayang sampai sore; usia 17 tahun tayang pada malam hari dan klasifikasi usia 21

		tahun tayang pada tengah malam.
	Perbedaan Penelitian	Variabel Y dan tempat penelitian
	Persamaan Penelitian	Meneliti Klasifikasi Usia
2	Nama Peneliti	Rusnawati
	Nama Jurnal	Jurnal Hurriah :Jurnal Evaluasi Pendidikan dan Penelitian
	Volume Jurnal	Vol .2, No. 4, hal. 108 – 112
	Tahun	2021
	Judul Penelitian	Efektivitas Sensor Mandiri Pada Orang tua Terhadap Tontonan Anak Usia 2 – 6 Tahun
	Metode	Kualitatif
	Temuan/Hasil	Hasil penelitian ditemukan bahwa beberapa orang tua di Gampong Mulia masih kesulitan melakukan sensor sendiri karena tidak bisa selalu mengawasi anaknya. Sensor mandiri sangat efektif untuk orang tua yang bersekolah di sekolah menengah atau perguruan tinggi, tetapi orang tua yang hanya bersekolah di sekolah dasar atau sekolah menengah pertama tidak memiliki tingkat kontrol yang sama atas apa yang ditonton anak – anak.
	Perbedaan Penelitian	Variabel X, metode penelitian dan tempat penelitian

	Persamaan Penelitian	Meneliti sensor mandiri pada Orang Tua
3	Nama Peneliti	Noveina Silviyani Dugis, Anastasia Yuni Widyaningrum, Elvira Vanda Utomo , dan Yunike Maris
	Nama Jurnal	Komunikatif Jurnal Ilmu Komunikasi
	Volume Jurnal	Vol. 2 No. 1
	Tahun	2023
	Judul Penelitian	Studi Deskriptif Kualitatif mengenai Pemanfaatan Kode Klasifikasi Usia pada Tayangan Televisi dalam Keluarga
	Metode	Kualitatif
	Temuan/Hasil	Hasil penelitian diperoleh tiga kesimpulan: (1) fungsi dan tujuan kode klasifikasi usia belum tersosialisasi dengan baik di level keluarga dan masyarakat, (2) kurangnya kontrol dari regulator media terhadap stasiun televisi dalam hal pencantuman kode klasifikasi usia pada program acara (3) keefektivitasan ukuran, warna serta model dari bentuk kode klasifikasi usia itu sendiri yang dinilai belum maksimal dalam upaya memberi kesadaran akan

		pentingnya kode tersebut bagi penonton.
	Perbedaan Penelitian	Metode penelitian dan tempat penelitian
	Persamaan Penelitian	Variabel X meneliti kode klasifikasi usia
4	Nama Peneliti	Elfiandri, Yantos, Muhammad Rafiq
	Nama Jurnal	Jurnal Risalah
	Volume Jurnal	Vol. 9 No. 1
	Tahun	2018
	Judul Penelitian	Persepsi Masyarakat Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Terhadap Sensor di Tayangan Televisi
	Metode	Kuantitatif
	Temuan/Hasil	Hasil dari penelitian ini disimpulkan bahwa persepsi masyarakat Kelurahan Simpang Baru terhadap teknik sensor, aturan sensor yang berlaku dalam kategori persepsi baik dan secara keseluruhan persepsi masyarakat Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan terhadap sensor di tayangan televisi dalam kategori persepsi baik.
	Perbedaan Penelitian	Variabel X dan tempat penelitian
	Persamaan Penelitian	Variabel Y dan metode penelitian
5	Nama Peneliti	Novy Khusnul Khotimah, Dessy Kushardiyanti

Nama Jurnal	Jurnal Mediakita Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam
Volume Jurnal	Vol. 6 No. 1
Tahun	2022
Judul Penelitian	Sensor Penyiaran Televisi Indonesia: Menyoal Muatan Negatif Dalam Konten Siaran Televisi
Metode	Kualitatif
Temuan/Hasil	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perlu adanya pengawasan intens dari KPI maupun LSF dalam kapasitasnya melakukan penyensoran pada program stasiun televisi serta antisipasi beragamnya batas sensor dari perusahaan televisi sebagai akibat dari perbedaan kapabilitas SDM dan teknologi serta penerapan sensor diberlakukan.
Perbedaan Penelitian	Variabel X, metode penelitian dan tempat penelitian
Persamaan Penelitian	Meneliti tentang sensor pada penyiaran televisi

2.10 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta – fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis

juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris (Sugiyono, 2017:63). Adapun perumusan hipotesis atas pengujian yang dilakukan disini antara lain sebagai berikut.

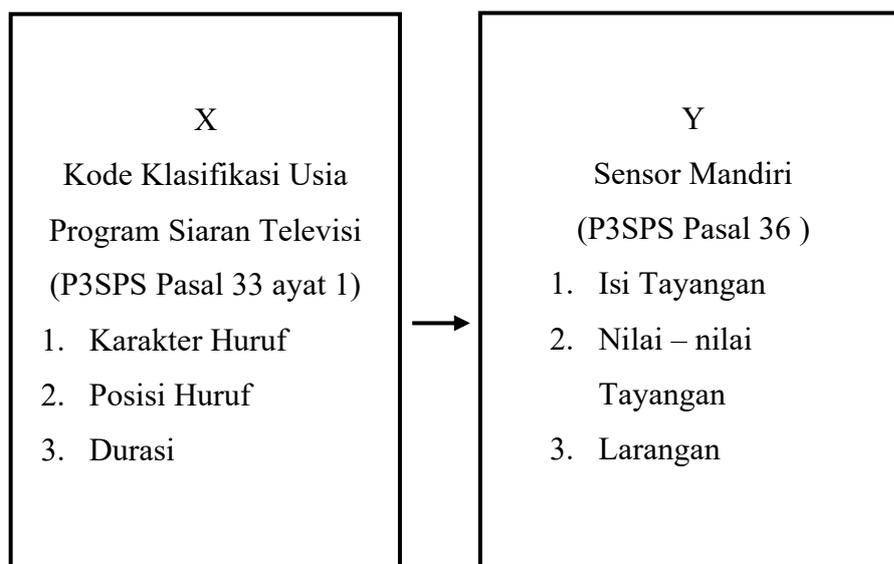
H_0 : Tidak terdapat Pengaruh Kode Klasifikasi Usia Program Siaran Televisi Terhadap Sensor Mandiri Orang Tua Pada Tontonan Anak

H_a : Terdapat Pengaruh Kode Klasifikasi Usia Program Siaran Televisi Terhadap Sensor Mandiri Orang Tua Pada Tontonan Anak

2.11 Kerangka Konsep

Secara teoritis kerangka konsep adalah menghubungkan antara variabel – variabel penelitian yaitu antara variabel independen dengan variabel dependen. (Sugiyono, 2016:60). Adapun kerangka konsep yang akan diteliti oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 2
Kerangka Konsep



Secara ringkas kerangka konsep menjelaskan faktor yang mempengaruhi sensor mandiri orang tua pada tontonan Anak. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah pengaruh kode klasifikasi usia program siaran. Variabel dependen adalah variabel yang

diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya dan yang menjadi variabel dependen adalah sensor mandiri orang tua pada tontonan Anak.

Sensor mandiri orang tua pada tontonan Anak sangat diperlukan untuk memilah dan memilih tayangan yang tepat sesuai klasifikasi usia. Orang tua perlu melakukan sensor mandiri terhadap apa yang ditonton oleh Anak. Pentingnya peran orang tua dalam mendampingi anak – anak saat menonton televisi adalah salah satu usaha untuk menghindari tontonan yang tidak cocok bagi anak dengan cara memilih program acara yang lebih mendidik dan sesuai untuk mereka. Orang tua perlu mendidik anak – anak dalam melakukan sensor mandiri tayangan televisi untuk mengurangi dampak negatif dalam menonton televisi. Adapun yang terdapat dalam kerangka konsep dijelaskan sebagai berikut:

1. Karakter adalah huruf, angka, ruang, simbol khusus yang dapat dimunculkan pada layar dengan papan ketik, simbol grafis yang tampak sebagai tanda cetakan atau tampilan, seperti huruf alfabet, angka, atau tanda baca. Simbol berupa angka atau huruf yang mempresentasikan suatu informasi.
2. Posisi adalah letak atau kedudukan suatu barang dalam suatu lokasi.
3. Durasi adalah lamanya sesuatu berlangsung, rentang waktu suatu acara berlangsung.
4. Isi cerita adalah sesuatu yang ada (termuat, terkandung, dan sebagainya) di dalam suatu benda dan sebagainya.
5. Nilai – nilai tayangan adalah sifat – sifat (hal – hal) yang penting atau berguna bagi kemanusiaan.
6. Larangan adalah perintah (aturan) yang melarang suatu perbuatan.