

WIDYA

Majalah Ilmiah

MENGEMBANGKAN KREATIFITAS & MENINGKATKAN KUALITAS

TERBIT SEJAK 1984





Pembaca Widya yang Terhormat,

Berkat rahmat Allah yang Maha Kuasa Widya edisi Agustus 2010 hadir di tengah-tengah kita. Terbitan kali ini lebih bermakna karena bersamaan dengan ulang tahun kemerdekaan negeri tercinta ini untuk yang ke -65. Ulang tahun kemerdekaan hendaknya semakin membuat bangsa ini bersyukur betapa besarnya karunia dari yang maha Esa. Negeri yang sangat besar ini mengawali kemerdekaan dari pembacaan secarik kertas yaitu naskah proklamasi di tempat yang sempit namun mampu memperoleh dukungan internasional, hanya Rahmat-Nya yang dapat membuatnya seperti itu. Setelah merdeka tugas selanjutnya adalah masing-masing unsur bangsa harus mampu mengisi kemerdekaan dengan kejujuran, usaha keras dan cerdas sesuai dengan bidang profesi masing-masing. Di samping itu kita harus mampu menjaga dan membangun keutuhan negara dan bangsa agar tidak tercabik-cabik karena kebodohan, ketidaktahuan sejarah, dan lemah dalam mengantisipasi masa depan. Generasi muda seharusnya banyak membaca tentang sejarah kemerdekaan bangsa dan perkembangan peradaban dunia agar tidak terjebak oleh manipulasi informasi yang menyesatkan. Tugas selanjutnya bangkit dan tegak menyelesaikan tugas pendiri negara yaitu menyelesaikan persoalan perbatasan, nama pulau, dan meningkatkan taraf hidup seluruh warga bangsa dan melenyapkan kemiskinan dari bumi pertiwi dengan kepedulian, kecerdasan, patriotisme, kemanusiaan, dan keadilan. Caranya dengan berperan aktif dan atau menyampaikan aspirasi melalui lembaga-lembaga resmi untuk menyemangati penyelenggara negara.

Dalam masyarakat merdeka tidak ada alasan bagi seseorang untuk mengambil seluruh atau sebagian kemerdekaan orang lain selama kemerdekaan pribadi-pribadi tersebut berada dalam koridor yang layak sesuai dengan manusia yang beradab. Tidak pada tempatnya seseorang yang kebetulan dipercaya untuk mendistribusikan hak-hak orang lain mengambil hak tersebut meskipun sedikit untuk kepentingannya atau kepentingan kelompoknya. Adalah suatu tindakan yang memalukan apabila seseorang dengan label tertentu mengatasnamakan negara atau lembaga atau kelompok tertentu menghancurkan hak-hak orang lain sementara orang lain tersebut tidak melanggar hukum yang berlaku hanya karena orang lain tersebut harus berhubungan dengannya atas alasan urusan yang memang harus melaluinya sebagai unsur negara atau lembaga atau kelompok masyarakat.

Pembaca Widya yang Budiman

Dalam rangka memperingati hari kemerdekaan, Widya bulan ini terbit dengan topik-topik menarik yaitu: Komunikasi, Antropologi Ekonomi, Ekonomi, Teknologi, Pertanian dan Kedokteran. Sebagai pembuka disajikan wawasan dengan judul: "Jati Diri Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial di Indonesia", yang ditulis oleh Huriah Rachmah dari STKIP Pasundan, Cimahi.

Akhir kata semoga karya-karya yang disajikan ini dapat menambah wawasan ilmiah kita bersama. Merdeka, merdeka, merdekaaaaaaaa!!!

Wassalam

Redaksi

Pendiri :

Prof DR. Ir Zoer'ani Djamal Irwan, MS;
Drs. Sjarkawi Tjes; Dra. Yulmiliana Dasuki, MM,;
Drs. Djumhardjini

Penasehat : Dirjen Dikti

Staf Ahli :

Prof DR. Ir. Zoer'aini Djamal Irwan, MS;
Prof. dr. H. Arjatmo Tjokronegoro, Ph.D.;
Prof. Ir. Soekisno Hadikoemoro,
Prof. Dr. S. Somadikarta,
Prof. DR. Maurits Simatupang;
Prof. DR. dr. H. H. B. Mailangkay;
Prof. Dr. Thomas Suyatno;
Prof. Ir. H. Darwis Gani, Ph.D, MA;
Drs. M. B. Tampubolon, MM.
Drs. Erlangga Masdiana, M.Si;
Prof. DR. H. Yuhara Sukra;
Prof. E. S. Margianti, SE, MM.
Prof. Ir. Sambas Wirakusuma MSc
Prof. DR. Ronny Rahman Nitibaskara

Pembina :

Koordinator Kopertis Wilayah III
Prof. dr. Haryoto Kusnopranto, SKM, Dr. PH
Sekpel. Kopertis Wilayah III
Dra. Netty Herawaty, MM

Ketua Devisi Media & Informatika

Prof. DR. Eryus A.K., MSc

Pemimpin Umum / Penanggung Jawab :

Drs. H. Endi Djunaedi, M.Si

Pemimpin Redaksi : Drs. Sjarkawi Tjes

Wakil Pemimpin Redaksi : Drs. Arjuna Wiwaha, MM

Redaktur Pelaksana : Ir. Tukirin, MM

Dewan Redaksi :

Drs. Sjarkawi Tjes, Drs. Arjuna Wiwaha, MM,;
Ir. Tukirin, MM,; Dra. Yulmiliana Dasuki, MM.
Drs. H. Endi Djunaedi, M.Si, Prof. DR. Eryus, AK, MSc
Prof. DR. Koesmawan, MSc, MBA, DBA
dr. RM. Nugroho, Ph.D, Dian Sufiati, SH, MH
Dra. Siti Hamnah Rauf,

Pimpinan Usaha : Dra. Yulmiliana Dasuki, MM

Tata Usaha :

Prihatin

Penerbit : Kopertis Wilayah III

Izin Terbit : No. 1079/SK/Dirjen PPG/STT/1986

Alamat Redaksi/Tata Usaha :

Jl. SMAN XIV Cililitan

(Sebelah BAKN) Jakarta Timur Telp./Fax (021) 8009947

Bank: BNI 1946 Cabang Jatinegara Jakarta Timur

Kantor Kas BKN No. Rek. 0008913003

Percetakan : Tiara Warna priningdo

(isi di luar tanggung jawab percetakan)

KETERANGAN COVER

COVER I :

Dirgahayu Republik Indonesia ke 65,
Tanggal 17 Agustus 2010

COVER IV :

Bambu Runcing

WAWASAN

JATI DIRI PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
DI INDONESIA

Huriah Rachmah
STKIP Pasundan Cimahi

2 - 6

KOMUNIKASI

ANALISIS KULTIVASI TERHADAP EFEK MEDIA
MASSA

Drina Intyaswati
STIA SANDIKTA BEKASI

7 - 12

EKONOMI

ANALISIS USAHA SEKTOR INFORMAL DI
PERTOKOAN (Kajian Perspektif Antropologi Ekonomi
Terhadap Profesi Tukang Ojek Sepeda Ontel)

Eko Digdoyo
*Fak. Ilmu Sosial dan Ilmu politik
Univ. Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka*

13 - 21

KOPERASI *VERSUS* AJARAN EKONOMI NEOKLASIK

Nazwirman
Bina Sarana Informatika

22 - 28

PENTINGNYA EKUITAS MEREK UNTUK
MENCiptAKAN LOYALITAS MEREK

Chimajah Noor
Fak. Ekonomi Univ. Muhammadiyah Jakarta

29 - 36

MANAGING ECONOMICS FACULTY STUDENTS
BASED ON THE INFORMATION TECHNOLOGY AT
BINA NUSANTARA UNIVERSITY JAKARTA

Budi Hartono
Bina Nusantara University

37 - 41

TEKNOLOGI

LUAS TUTUPAN LAHAN BERDASARKAN
KEMIRINGAN DAN ASPEK KEMIRINGAN LAHAN DAS
CILIWUNG DENGAN DATA SATELIT PENGINDERAAN
JAUH

Susanto
Peneliti Bidang Pusbangja, LAPAN

42 - 47

PERTANIAN

TRANDUSER FOTOTRANSISTOR SEBAGAI SENSOR
WARNA PADA PRODUK PERTANIAN

Iyus Hendrawan
Institut Teknologi Indonesia, Serpong

48 - 52

KEDOKTERAN

FENOMENA MONOSODIUM GLUTAMATE (MSG)

Karim Susanto
Dep. Histologi.F.K.Atma Jaya, Jakarta

53 - 56

KERAGAMAN ENDOPARASIT PADA GAJAH
SUMATERA (ELEPHAS MAXIMUM SUMATRANUS)
DI PUSAT LATIHAN GAJAH TAMAN NASIONAL WAY
KAMBAS, LAMPUNG

Agus Aulung¹, Firman²,
dan Wahyuni Budhiarsih³
1. *Dep Parasitologi FK-UI Jakarta*
2. *FMIPA-UIA Jakarta*

57 - 60

ANALISIS KULTIVASI TERHADAP EFEK MEDIA MASSA

Drina Intyaswati
STIA SANDIKTA BEKASI

ABSTRACT

At the beginning, the study of media effect placed the viewers as a passive object. The Cultivation differs from a direct stimulus-response-effect process mainly because of its gradual and cumulative character. The purpose of the cultivation analysis is to show the existence of an interactive process between messages and audiences. The method used is a survey design. The result shows that the construction of viewer's perception to the television content has been influenced by the experience, culture, social structure, knowledge, and degree of attention.

PENDAHULUAN

Media massa sudah menjadi kebutuhan pokok, khususnya bagi masyarakat kota dan terlebih lagi bagi masyarakat industri. Televisi yang mempunyai manfaat sosial, sumber informasi, dan sarana hiburan merupakan media massa yang dibutuhkan oleh seluruh masyarakat. Khalayak membutuhkan informasi secepatnya, selengkapya, dan sebanyak-banyaknya, karena itu siaran berita menjadi penting. Sebuah realitas sangat multidimensional, bisa dipandang dan didekati dari berbagai sudut. Jadi meski sudah banyak media cetak dan radio, masyarakat masih membutuhkan sumber informasi lain yaitu televisi. Meski berita-berita di televisi banyak jenisnya, akan tetapi isinya akan tampak berbeda karena faktor pengambilan gambar oleh kamerawan dari titik berbeda akan memberi informasi yang berbeda. Media televisi memberi gambaran berbagai macam realitas sosial, diantaranya realitas politik, realitas hukum, realitas budaya, dan lainnya. Selanjutnya media berperan dalam pembentukan persepsi khalayak mengenai realitas sosial (McQual Denis & Sven Windahl, 2005:160).

Terpaan isi televisi yang sama tidak selalu menimbulkan persepsi yang sama pada semua individu dalam masyarakat. Intensitas liputan media massa mengenai opini publik terhadap berbagai isu bisa mengalami peningkatan, penurunan, atau tidak berubah sama sekali. Perubahan dan perkembangan liputan opini publik tersebut antara lain ditentukan oleh media

bagaimana konstruksi realitas dilakukan oleh praktisi

Beberapa studi tentang efek media massa pada perilaku khalayak telah dilakukan. Salah satu bentuk respon khalayak terhadap pesan-pesan media massa adalah persepsi. Persepsi sendiri merupakan proses dimana seseorang membuat interpretasi terhadap data yang diperolehnya melalui panca indera, yang juga dipengaruhi oleh pengalaman dan faktor-faktor individual lainnya. Analisis Kultivasi merupakan studi yang berkaitan dengan pembentukan realitas sosial oleh media (Ogles Robert M, 2000:96). Tujuan dari studi tersebut adalah melihat adanya efek media massa dalam hal ini televisi terhadap pembentukan realitas sosial pada khalayaknya.

PEMBAHASAN

Realitas Sosial

Realitas sosial merupakan suatu kualitas yang terdapat dalam fenomena-fenomena yang kita alami yang memiliki keberadaan yang tidak tergantung pada kehendak kita, yang dalam kehidupan sehari-hari memiliki dimensi subyektif dan obyektif, dimana proses terbentuknya realitas sosial merupakan proses dialektika manusia sebagai produk dari masyarakat dan masyarakat sebagai produk manusia.

Hanna Adoni dan Sherill Mane dalam artikelnya *Media and The Social Construction of Social Reality* membagi realitas sosial menjadi tiga bagian besar yaitu:

1. Realitas sosial obyektif; adalah gejala-gejala sosial yang terdapat dalam kehidupan sehari-hari dan sering dihadapi oleh individu sebagai fakta.

2. Realitas sosial simbolik; adalah bentuk-bentuk simbolik dari realitas sosial obyektif yang biasanya diketahui oleh khalayak dalam bentuk karya seni, fiksi, dan isi media.

3. Realitas sosial subyektif; adalah realitas sosial yang terbentuk pada diri khalayak yang berasal dari realitas sosial obyektif dan realitas sosial simbolik.

Peranan media massa sebagai realitas sosial simbolik adalah menghubungkan realitas sosial obyektif dan realitas sosial subyektif melalui isi berita yang ditampilkan. Perkembangan media pers perlu dilihat dari peluangnya dalam menyampaikan realitas sosial. Artinya, ketika realitas sosial dibiarkan apa adanya dan wartawan boleh memuat dan menjadikannya informasi. Ketika tidak ada kekuasaan yang merasa perlu merekayasa realitas sosial sehingga bukan hanya realitas bentukan yang boleh dijadikan informasi. Ketika warga masyarakat merasa tidak terhalang untuk menyampaikan pendapatnya tentang realitas sosial sehingga pendapat masyarakat dapat dikutip wartawan.

Pandangan tentang peluang media pers menyampaikan realitas sosial bukan berarti media pers menyetujui apa yang sedang berlangsung. Menyampaikan realitas dalam bentuk berita bukan karena persoalan setuju atau tidak setuju, melainkan karena realitas itu memang ada dan masyarakat berhak mengetahuinya. Berdasarkan informasi realitas itulah masyarakat menentukan sikap, perilaku atas tanggapan mereka terhadap lingkungan sekitarnya.

Melalui proses sosialisasi dalam kehidupan sehari-hari individu menerima realitas sosial yang berdimensi obyektif, tetapi tidak semua realitas sosial tersebut bisa diterima oleh setiap individu (terbatas). Kondisi ini menyebabkan individu membentuk realitas sosial baru yang berdimensi subyektif. Realitas sosial subyektif ini dapat terbentuk karena individu mengkonsumsi media massa, seperti membaca surat kabar, radio, dan televisi.

Realitas sosial yang ditampilkan oleh media massa adalah realitas sosial yang 'diciptakan' oleh pihak media massa. Televisi memilih tokoh-tokoh tertentu untuk ditampilkan dan mengesampingkan tokoh lain. Dari

informasi yang kita peroleh semata-mata dari apa yang dilaporkan oleh media massa. Interpretasi dan persepsi seseorang terhadap lingkungannya tergantung pada komunikasi. Bahwa media adalah sumber utama dari pengalaman tidak langsung dan karena alasan itu maka media memiliki pengaruh yang kuat pada konstruksi realitas sosial.

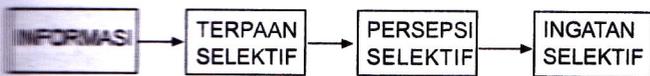
Realitas sosial di media massa adalah sebagian dari realitas sosial sesungguhnya. Realitas yang sesungguhnya tidak bisa atau sulit digambarkan secara keseluruhan karena keterbatasan pengamatan dan kemampuan wartawan. Dengan demikian realitas sosial yang ada di media massa adalah realitas sosial yang ada di kepala manusia. Penggambaran simbolik dari realitas didasarkan pada seleksi dan editing material yang diperoleh dari realitas, dan hanya menggambarkan bagian tertentu dari realitas, dan penggambaran ini berdasarkan sebuah pandangan tertentu.

Dalam Teori Masyarakat Massa, media dipandang memiliki kekuatan untuk membentuk persepsi khalayak terhadap realitas sosial dan memanipulasi tindakan khalayak dengan cara yang halus tetapi efektif. Karena itu teori ini mengasumsikan bahwa pengaruh media harus dikontrol.

Sifat dari masyarakat modern adalah kebutuhan akan media massa sebagai sumber informasi penting untuk menjaga terhadap perubahan atau konflik yang terjadi di masyarakat baik dalam tingkat individu maupun kelompok. Khalayak tergantung kepada media massa sebagai sumber informasi untuk mengetahui apa yang terjadi di lingkungan sekitarnya. Tingkat ketergantungan ini bergantung kepada sejumlah kondisi struktural, yaitu tingkat perubahan masyarakat dan tingkat peran media massa sebagai pusat informasi. Model ketergantungan ini menunjukkan saling ketergantungan antara masyarakat, media massa, khalayak, dan dampaknya. Dengan demikian tingkat ketergantungan terhadap media massa sebagai sumber informasi adalah bervariasi, secara umum elit sosial akan lebih dapat mengontrol media, lebih memiliki akses terhadap media massa, dan kurang bergantung kepada media massa dibandingkan dengan non elit. Elit sosial cenderung memiliki akses terhadap sumber lain yang lebih baik (ahli) sebagai sumber informasi.

Persepsi

Dalam komunikasi massa persepsi selektif digambarkan sebagai berikut;



Gambar 1: Persepsi, Selektif

Terpaan selektif adalah kecenderungan individu dalam menentukan pilihannya atas pesan media yang mereka anggap sesuai dengan sikap dan kepentingannya.

Persepsi selektif adalah pemaknaan terhadap suatu pesan sesuai dengan keyakinan dan sikap individu. Hal ini berarti, orang yang berbeda akan memberi reaksi dengan cara yang berbeda pula terhadap pesan yang sama.

Ingatan selektif adalah kecenderungan untuk mengingat informasi yang sesuai dengan sikap dan kepentingan yang ada.

Proses selektif di atas merujuk pada teori Festinger tentang kesadaran disonansi (*cognitive dissonance*) yang berdasarkan pemikiran bahwa informasi yang tidak konsisten dengan nilai-nilai dan keyakinan seseorang akan menimbulkan ketidaknyamanan secara psikologis, yang harus dihilangkan (Baran, SJ dan Dennis, KD, 2000 : 140).

Jalaludin R (2008:51) menyatakan bahwa secara umum persepsi dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu; (1) faktor-faktor personal atau fungsional, seperti aspek-aspek psikologis, dan (2) faktor-faktor situasional atau struktural, seperti aspek-aspek fisik stimuli. Pesan-pesan media massa merupakan faktor pengaruh yang bersifat struktural dan latar belakang ekonomi, sosial, dan budaya merupakan faktor pengaruh yang bersifat personal terhadap persepsi.

Media massa melalui informasi yang disebarkannya memiliki peranan dalam membentuk kesadaran individu dan kelompok. Bahwa pembentukan kesadaran individu maupun kelompok melalui penyebaran informasi merupakan upaya media dalam membentuk persepsi khalayak terhadap realitas yang ada dalam kehidupan. Dalam konteks ini, khalayak disadarkan untuk lebih memperhatikan realitas sosial berdasarkan informasi yang diberikan oleh media. Di sisi lain media juga memiliki peranan dalam pembentukan persepsi pada realitas

sosial dalam konteks penataan terhadap informasi yang telah diperoleh sebelumnya dalam kehidupan sehari-hari, tetapi informasi itu belum dipercaya, sampai membaca, mendengar, atau melihatnya dari media. Di sini media menjadi sarana pembenaran terhadap informasi yang telah diterima tersebut.

Peran media massa dalam proses pengambilan keputusan politik, dan dampak nilainya menjadi dasar informasi ketika sikap politik diambil. Hal tersebut menjadi suatu faktor penting ketika suatu kelompok mengambil tindakan tertentu berdasar isi media massa yang menimbulkan opini publik atau menciptakan iklim opini yang cukup memberikan pengaruh untuk menjamin keberhasilan dari tindakan yang dilakukannya. Media massa menjadi faktor penting dalam sosialisasi politik.

Telah banyak penelitian yang dilakukan tentang media massa dan pembentukan realitas sosial, juga penelitian tentang efek media, yang secara esensial melihat keterkaitan media dengan sikap ataupun pandangan khalayak. Salah satu pendekatan tersebut adalah Teori Agenda Setting, teori ini merupakan teori efek komunikasi massa yang selektif, massa dianggap tidak pasif.

Dalam penelitian *Agenda Setting*, selain terpusat pada hubungan kausal antara isi media dengan persepsi publik mengenai isu-isu yang dianggap penting. Berbagai variabel lain yang dianggap turut mempengaruhi hubungan-hubungan tersebut, yang pada batas-batas tertentu sangat mempengaruhi proses selektif khalayak dalam memberikan tanggapan terhadap isi media massa. Teori *Agenda Setting* menjelaskan bahwa media massa mempunyai pengaruh yang tidak langsung dalam pembentukan pendapat dan sikap khalayak, tidak berpengaruh terhadap pikiran orang tetapi pada tentang apa yang dipikirkan orang.

Proses yang terjadi setelah agenda media ditransfer ke agenda publik, adalah meneliti *agenda setting* dari sudut apa yang dipikirkan seseorang (*intrapersonal*), apa yang dia bicarakan (*interpersonal*), dan apa yang mereka pikirkan tentang apa yang dibicarakan orang lain (*perceived community*), dengan demikian ketiga hal tersebut merupakan faktor-faktor yang diperlukan dalam pengukuran agenda publik.

Operasionalisasi Teori Agenda Setting dengan

menanyakan kepada khalayak isu-isu yang dianggap penting oleh mereka, kemudian menetapkan rangking bagi isu-isu yang dianggap penting tersebut, yang selanjutnya dibandingkan dengan hasil kuantitatif analisis isi (*content analysis*) yang dibuat dari isi media dengan isu-isu yang sama.

Analisis Kultivasi

Penelitian awal digunakan analisis kultivasi dilakukan oleh George Gebner dan teman-temannya. Kultivasi semula digambarkan sebagai hal yang tak disengaja yang mempelajari bagaimana penonton televisi tanpa disadari menerima aspek-aspek/fakta-fakta demografis dari drama televisi. Fakta-fakta tersebut menjadi dasar bagi kesan dan nilai mengenai dunia nyata, proses kognitif menghubungkan fakta-fakta televisi dan kultivasi dari kesan dan nilai. Atensi selama terpaan televisi menggiring kita untuk mempelajari fakta-fakta televisi tersebut menjadi sumber informasi bagi persepsi mengenai realitas sosial.

Beberapa studi penelitian awal menunjukkan bahwa penggambaran media mengenai topik-topik tertentu telah dapat mempengaruhi persepsi khalayak, terutama jika medianya adalah sumber informasi utama. Peneliti lain menyatakan bahwa kultivasi adalah proses kognitif dari isi televisi. Bahwa orang secara aktif menginterpretasikan informasi tersebut dengan pengalaman pribadi ketika menggunakan televisi sebagai dasar bagi keyakinan realitas sosial. Hal ini berarti bahwa kultivasi dihasilkan dari proses kognitif. Menurut perspektif ini, terpaan televisi menyediakan informasi penting mengenai fakta-fakta dan nilai-nilai. Seringkali terpaan televisi membuat informasi mudah untuk diperoleh kembali dari memori, karena orang membuat pendapat sebagian besar berdasar pada informasi yang ada, dimana pendapat mengenai realitas sosial berdasarkan pada isi televisi.

Studi kultivasi yang dilakukan Elizabeth M. Perse (1986) menemukan bahwa keputusan-keputusan mengenai realitas sosial, informasi yang disediakan oleh televisi, menjadi yang paling siap dan tersedia paling utama dalam pikiran kita sebagai bahan pengambilan keputusan. Penelitian selanjutnya menyelidiki level individu yang menghubungkan terpaan televisi, keterlibatan dan persepsi individual mengenai keamanan

pribadi, hasilnya bahwa perhatian terhadap berita-berita signifikan secara positif sebagai penyumbang kultivasi akan persepsi mengenai keamanan pribadi. Selanjutnya juga ditemukan bahwa persepsi-persepsi mengenai realitas televisi adalah penyumbang substansial terhadap kultivasi. Orang rupanya mengevaluasi isi televisi sebelum menggunakannya sebagai dasar bagi realitas sosial.

Pada tingkatan persepsi, pemberitaan televisi seringkali mengandung bias terhadap realitas sosial, diantaranya sebagai berikut:

- 1. Kompleksitas:** Pemberitaan televisi cenderung melakukan penyederhanaan masalah. Televisi hanya memberitakan yang muncul ke permukaan saja dan mengabaikan latar belakang kejadian yang mengiringinya. Disamping itu konflik tampaknya terjadi antara dua pihak yang berseteru, padahal menurut literatur konflik tersebut melibatkan banyak pihak.
- 2. Intensitas:** Pemberitaan televisi cenderung hanya meliput kejadian-kejadian yang tinggi intensitas konflik sosial. Beberapa penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa televisi dalam pemberitaannya seringkali menggambarkan seolah-olah kerusuhan itu tetap berlangsung, padahal ada juga saat-saat tenangnya. Penggambaran konflik sosial di media massa cenderung menggambarkan aktualitas tanpa isi (*actuality without context*) dan hanya menekankan nada dan kesan yang gamblang (*vivid sound and image*).
- 3. Solvabilitas:** Pemberitaan televisi cenderung menggambarkan konflik sebagai 'kecelakaan yang segera dapat diselesaikan dari pada penggambaran kepentingan konflik permanen'. Peliputan berita-berita televisi terhadap suatu kejadian cenderung singkat dan mudah diselesaikan.

Berdasarkan hasil studi yang dilakukan oleh Hanna Adoni & Sherill Mane (1984), pembentukan persepsi pada realitas sosial oleh media massa itu tergantung pada 'zone of relevance' (relevansi jarak) seseorang dengan realitas sosial tersebut, baik itu dekat ataupun jauh. Persepsi 'zone of relevance' itu merupakan proses dialektik, dimana dalam hasil penelitiannya diperoleh bahwa pemberitaan televisi tentang konflik sosial yang jauh dari kehidupan khalayak, lebih membentuk persepsi khalayak dari pada konflik sosial yang dialami khalayak dalam kehidupan sehari-hari.

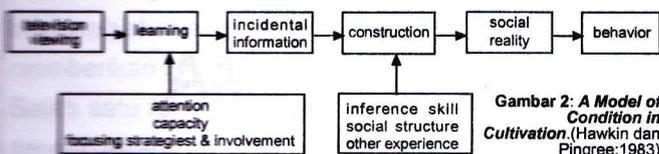
Pelopop penelitian analisis kultivasi yaitu George Gebner dan teman-temannya (1968) yang melakukan penelitian tentang persepsi khalayak terhadap realitas sosial. Data yang dikumpulkan mengenai isi televisi dan dampaknya terhadap penonton berat (*heavy viewers*). Hipotesis dasar analisis kultivasinya adalah, bahwa semakin lama seseorang menghabiskan waktunya menonton televisi akan cenderung membentuk persepsi realitas sosial yang ditiru dari gambaran televisi. Berdasar hasil analisis data diperoleh bahwa; (1) Penonton berat lebih curiga dan tidak percaya kepada orang lain. (2) Penonton berat lebih menganggap meratanya kelaziman kekerasan dalam masyarakat dan peluang mereka sendiri untuk menjadi terlibat dengan kekerasan.

Kesimpulan dari hasil penelitian tersebut adalah, persepsi-persepsi mereka tentang realitas sosial dikultivasi oleh televisi. Selanjutnya George Gebner dan teman-temannya melakukan penelitian lanjutan dan memperkenalkan konsep '*mainstreaming*' dan '*resonance*'. *Mainstreaming* adalah proses penyamaan budaya (*blurring, blending, dan bending*), yaitu terciptanya kesamaan pandangan pada kelompok penonton berat. *Resonance* adalah suatu kondisi dimana isu yang ditonjolkan oleh media massa sama dengan kenyataan sehari-hari.

Dengan demikian perasaan takut pada kelompok yang berada pada kondisi *mainstreaming* dan *resonance* lebih dominan bila dibandingkan dengan kelompok yang berada di luar kondisi tersebut. Konsep-konsep tersebut untuk memperbaiki penelitian kultivasi.

Morgan & Signorielli (1990) menyatakan bahwa analisis kultivasi mencoba untuk memastikan jika seseorang banyak menghabiskan waktunya untuk menonton televisi, maka akan cenderung untuk menerima dunia nyata seperti yang direfleksikan paling utama dari pesan-pesan dan pelajaran-pelajaran yang berulang dari dunia televisi.

Berikut adalah model yang diperkenalkan oleh Hawkin dan Pingree (1983) yang disebut dengan **A Model of Condition in Cultivation.**



Gambar 2: A Model of Condition in Cultivation. (Hawkin dan Pingree:1983)

Dikatakan bahwa saat kita menonton televisi akan terjadi proses belajar. Pada proses belajar ini berarti kita memperoleh pengetahuan dari peristiwa-peristiwa yang terjadi di dalam televisi. Seberapa banyak kita menonton televisi tergantung pada seberapa perhatian dan keterlibatan yang dicurahkan. Setelah informasi diterima secara tidak sadar kita membentuk atau mengkonstruksi realitas sosial. Pembentukan realitas sosial ini tidak hanya dari menonton televisi saja tetapi dipengaruhi juga oleh pengalaman, budaya, struktur sosial dan pengetahuan kita sendiri. Pembentukan realitas sosial ini akan menentukan kita dalam menghadapi realitas lain dan bagaimana kita bertindak.

Analisis kultivasi menggambarkan serangkaian asumsi-asumsi teoritis dan metodologis yang khusus dan prosedur-prosedur yang didesain untuk menilai kontribusi menonton televisi terhadap persepsi seseorang mengenai realitas. Sebagian besar analisis kultivasi telah difokuskan pada televisi karena keunikan media tersebut dengan karakteristik pesan yang berulang dan dapat meresap, serta dominasi televisi di antara media lain. Variabel-variabel personalitas seperti variabel perbedaan individual yaitu perasaan terhadap realitas tayangan program televisi sebaiknya juga dimasukkan dalam penelitian kultivasi.

Realitas sosial diciptakan jika informasi yang disampaikan mempunyai status yang sama dengan pengamatan langsung dari suatu keadaan fisik. Dalam membangun suatu realitas sosial mengacu pada orientasi individu terhadap dunianya, diantaranya berdasarkan pada pengalaman masa lalu, masa kini dan sebagian informasi individu diperoleh dari saluran antar personal dan komunikasi massa. Artinya, realitas sosial merupakan harapan yang terinternalisasi dan dipelajari dari pengalaman masa lalu dan informasi dari media.

Pengembangan konstruksi sosial pada tingkat persepsi menggunakan dua pendekatan, yaitu; konstruksi realitas sosial merupakan aspek penting dalam hubungan anatar budaya. Dalam pertimbangan metodologisnya bahwa konstruksi realitas sosial mensyaratkan tiga variabel untuk pengujian empiris, yaitu;

- (1) beberapa ukuran kuantitatif dari terpaan media
- (2) didasarkan pada analisis kuantitatif dari isi media

KOMUNIKASI

(3) berasal dari laporan mengenai sikap yang merefleksikan persepsi khalayak tentang berbagai segi lingkungan mereka atau realitas sosial subyektif mereka. Selain itu beberapa studi memasukkan variabel keempat yang didasarkan pada data yang merefleksikan agregat antara realitas sosial obyektif dengan isi media yang diperbandingkan. Wimmer dan Dominick (2000:97) menyatakan bahwa pada tingkat yang umum terdapat tiga variabel yang mungkin mempengaruhi media massa dalam membentuk persepsi sosial seseorang, yaitu;

1. perbedaan-perbedaan individual
2. variabel-variabel situasional dan
3. perbedaan isi.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Menonton berita / isi televisi dapat menciptakan suatu persepsi yang muncul dalam diri khalayaknya.
2. Pembentukan persepsi mengenai suatu realitas sosial dalam diri seorang khalayak televisi dipengaruhi oleh pengetahuan dan keterlibatan khalayak serta komunikasi yang dibangun sehubungan dengan realitas sosial yang ditontonnya.
3. Lokasi tempat tinggal dan faktor personal seperti pendidikan, sara, pekerjaan, dan lainnya juga berpengaruh terhadap persepsi mengenai suatu realitas sosial yang ditonton dari televisi.

Saran-saran

1. Untuk studi penelitian analisis kultivasi selanjutnya diharapkan dapat mengambil situasi sosial yang berbeda dalam menentukan lokasi penelitian, serta jumlah sampel yang lebih besar. Sehingga dimungkinkan hasil penelitian yang mempunyai nilai akademis berbeda.
2. Bagi pihak penyelenggara media agar juga mempertimbangkan dampak isi / berita televisi bagi penontonnya dalam menyajikan suatu informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Baran, Stanley J & Dennis K Davis. *Mass Communication Theory*. Wadsworth Publishing Company. California. 2000
- Hawkin, Robert P & Suzane Pingree. "Television's Influence on Social Reality" dalam *Handbook of Child Psychology in Practice*. Willey Publication. 2006

**MANFAATKAN
MEDIA MASSA
UNTUK
MENCERDASKAN
KEHIDUPAN
BERBANGSA
DAN
BERNEGARA
AGAR TERCAPAI
KESEJAHTERAAN
DAN
KEBAHAGIAAN
BERSAMA**