

**KORELASI ANTARA TAYANGAN SINETRON
'COOKIES' DI SCTV DENGAN PERILAKU AFEKSI
(BERSAHABAT) INTERPERSONAL REMAJA RW 07.
KELURAHAN BONGKARAN KECAMATAN PABEAN
CANTIKAN SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Sosial (S.Sos) dalam Bidang Ilmu Komunikasi**

PERPUSTAKAAN	
IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA	
No. KLAS K D-2007 059 Kom	No. REG : D-2007 / Kom 1059 ASAL BUKU : TANGGAL :

**Oleh :
ADNIYATURRIDHA
NIM. B06303035**



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS DAKWAH
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
AGUSTUS 2007**

Gajah Belang
- Jl. Jember Wonorejo Liris No. 24 ☎ 031 - 8439407,
- Gebang Lor No. 5 ☎ 031 - 5153789

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

Skripsi ini oleh:

Nama : ADNİYATURRIDHA

NIM : BO 6303035

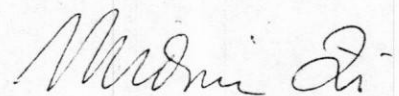
Fak/Prodi : DAKWAH/ILMU KOMUNIKASI

Judul : KORELASI ANTARA TAYANGAN SINETRON 'COOKIES' DI
SCTV DENGAN PERILAKU AFEKSI (BERSAHABAT)
INTERPERSONAL REMAJA RW 07 KELURAHAN
BONGKARAN KECAMATAN PABEAN CANTIKAN
SURABAYA.

Telah disetujui dan disahkan untuk diujikan.

Surabaya, 03 Juli 2007

Dosen Pembimbing,



Drs.H.M.Nadim Zuhdi,MM
NIP. 150152383

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi oleh **ADNIYATURRIDHA** ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 31 Juli 2007

Mengesahkan,
Fakultas Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel



Dekan,

Prof. Dr. H. Shonhadji Sholeh, Dip.Is.

NIP. 150 194 059

Ketua Tim Penguji,

Drs. H.M. Nadim Zuhdi, MM.

NIP. 150 152 383

Sekretaris,

Suryani, S.Ag., M.Si.

NIP. 150 368 423

Penguji I,

Choirul Arief, S.Ag., M.Fil.I.

NIP. 150 285 020

Penguji II,

Drs. Yoyon Mudjiono, M.Si.

NIP. 150 206 238

ABSTRAKSI

ADNIYATURRIDHA, 2007. Meneliti Korelasi Antara Tayangan Sinetron 'cookies' di SCTV dengan Perilaku Interpersonal Remaja Kalianyar Kulon Kelurahan Bongkaran Kecamatan Pabean Cantian Surabaya.

Adapun permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah: Apakah ada korelasi antara tayangan sinetron 'cookies' di SCTV dengan perilaku afeksi (bersahabat) interpersonal remaja RW 07 Kelurahan Bongkaran Kecamatan Pabean Cantian Surabaya. Dan jika ada, sejauh mana tingkat korelasi antara tayangan sinetron 'cookies' di SCTV dengan perilaku afeksi (bersahabat) interpersonal remaja Kalianyar Kulon Kelurahan Bongkaran Kecamatan Pabean Cantian Surabaya.

Kata kunci penelitian ini adalah : Tayangan sinetron 'cookies' di SCTV, dan Perilaku afeksi (bersahabat) interpersonal remaja.

Dalam menyelesaikan permasalahan di atas, maka penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan rumus '*product moment*'. Sedangkan yang menjadi responden adalah remaja RW 07 Kelurahan Bongkaran kecamatan Pabean Cantian Surabaya yang memenuhi kriteria yang telah penulis tentukan.

Adapun kriteria remaja yang penulis kategorikan adalah, remaja yang berusia antara 13-21 tahun, berjenis kelamin laki-laki dan perempuan serta pernah menonton tayangan 'cookies' di SCTV.

Selain itu penulis juga menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi dan angket sebagai alat pengumpul data, dan dalam penelitian ini ada korelasi antara tayangan 'cookies' di SCTV dengan perilaku afeksi (bersahabat) interpersonal remaja RW 07 Kelurahan Bongkaran Kecamatan Pabean Cantian Surabaya.

Berdasarkan dari hasil penelitian, maka peneliti berharap agar nantinya para orang tua lebih bisa mengarahkan putra-putrinya ketika menonton sinetron, karena tidak selamanya tayangan sinetron mampu memberikan dampak yang positif. Akan tetapi, seringkali memberikan dampak yang negatif, sehingga terkadang mampu mengubah perilaku remaja yang cenderung menyalahi norma hukum dan agama.

PERPUSTAKAAN	
IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA	
No. KLAS	No. REG : D-2007 / KOM / 059
	ASAL BUKU :
	TANGGAL :

xii

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAKSI.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi operasional	7
F. Sistematika pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Tinjauan tentang tayangan sinetron 'cookies' di SCTV	
1. Pengertian komunikasi massa	12
2. Fungsi media massa	13
3. Kelebihan dan kelemahan media televisi	14
4. Model komunikasi massa	15
5. Efek komunikasi massa	16
6. Pengertian tentang tayangan sinetron 'cookies' di SCTV	17
B. Tinjauan tentang perilaku afeksi (bercinta) interpersonal remaja	
1. Pengertian perilaku afeksi (bercinta) interpersonal remaja	20
1.1 Pengertian perilaku afeksi	20
1.2 Suasana perilaku	21
1.3 Faktor-faktor pembentukan perilaku	21
2. Pengertian Interpersonal remaja dan Ciri-ciri remaja	22
C. Teori Korelasi Tayangan Televisi Dengan Perilaku Afeksi (bersahabat) interpersonal remaja	29
D. Korelasi Antara Tayangan Sinetron 'cookies' di SCTV dengan Perilaku Afeksi (bersahabat) Interpersonal Remaja	32

E.Hipotesa penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	
A.Pendekatan dan Jenis Penelitian	36
B.Lokasi Penelitian	37
C.Variabel Penelitian	38
D.Indikator Penelitian	38
E.Metode Penentuan Obyek	
1. Populasi	40
2. Sampel	41
3. Instrumen Penelitian	42
4. Teknik Pengumpulan data	44
5. Teknik Analisa Data	45
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISA DATA	
A.Gambaran umum obyek penelitian	
1. Sejarah singkat RW 07 Kelurahan Bongkaran Surabaya.....	48
2. Letak geografis RW 07 Kelurahan Bongkaran Surabaya	49
3. Keadaan personalia RW 07 Kelurahan Bongkaran Surabaya	50
4. Penyajian Data	53
5. Pengujian Hipotesis	58
6. Pembahasan Hasil Penelitian	65
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	66
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
a. Pernyataan keaslian tulisan	
b. Angket	
c. Surat izin penelitian	
d. Surat keterangan	
e. Berita acara seminar skripsi	
f. Kartu konsultasi	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	: Model kerja orang lain	28
Tabel 2.2	: Jenis-jenis cinta	33
Tabel 2.3	: Indikator penelitian	39
Tabel 3.1	: Jumlah populasi remaja Kalianyar Kulon Surabaya.....	40
Tabel 3.2	: Jumlah sampel remaja Kalianyar Kulon Surabaya	42
Tabel 4.1	: Ancer-ancer dari hasil rumus product moment	47
Tabel 4.2	: Data hasil angket tentang tayangan 'cookies' di SCTV.....	54
Tabel 4.3	: Data hasil angket tentang perilaku interpersonal remaja Kalianyar Kulon Surabaya.....	56
Tabel 4.4	: Tabulasi kerja koefisien korelasi antara tayangan 'cookies' di SCTV dengan perilaku interpersonal remaja Kalianyar Kulon Surabaya	57
Tabel 4.5	: Kategori tingkatan pada variabel bebas (X).....	60
Tabel 4.6	: Kategori tingkatan pada variabel terikat (Y)	61
Tabel 4.7	: Kategori tingkatan pada variabel bebas dan terikat	62

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Informasi merupakan kebutuhan manusia yang paling esensial guna mencapai sebuah tujuan. Dengan informasi, manusia dapat mengetahui berbagai peristiwa dan berita di sekitarnya. Selain itu, informasi juga dapat membuka cakrawala dan memperluas wawasan melalui media komunikasi yang semua itu dihasilkan oleh kecanggihan teknologi yang mampu mengantarkan informasi dari berbagai negara sampai ke pelosok desa sekalipun tanpa terhalang oleh ruang dan waktu. Sedangkan yang menjadi sasaran dari informasi itu sendiri adalah mental seseorang yang akhirnya mampu mengubah perilaku, sikap dan pendapat seseorang dalam waktu yang relatif singkat. Adapun media komunikasi massa yang menjadi bahasan penulis adalah televisi.

Media audio – visual, seperti televisi dirasa mampu mempengaruhi cara berpikir tentang dunia maupun cara mereka melihat dunia sekitar. Hal ini terjadi dikarenakan kesadaran manusia dalam menerima kecanggihan teknologi itulah yang mengakibatkan adanya penetrasi bagi khalayak yang akhirnya menimbulkan permasalahan.

Semakin peliknya permasalahan antar manusia, maka semakin pentingnya studi komunikasi yang disebabkan teknologi, khususnya teknologi



yang semakin lama semakin canggih. Oleh karena itu, jika seseorang salah persepsi yang pada gilirannya terjadi salah interpretasi dan akhirnya terjadi salah pengertian. Dan salah pengertian ini menimbulkan akibat, sehingga individu salah dalam berperilaku (*misbehavior*).¹

Oleh karena itu, teknologi komunikasi bukan hanya sebagai kekuatan dari luar. Akan tetapi, juga sebagai faktor penentu dalam merubah budaya dan juga sebagai bagian dari kerangka berpikir yang tertanam dalam benak manusia yang kesemua itu diwujudkan dalam tingkah laku.

Remaja menyukai tv dan sampai kapanpun akan menyukai tv, dari hobby tersebut, diharapkan anak mendapatkan hal yang berguna dan bermanfaat bagi perkembangan terutama perkembangan sosial mereka. Dan perkembangan sosial yang baik akan mengarahkan remaja pada kebahagiaan perkembangan yang lain. Sebaliknya, perkembangan sosial yang buruk akan mengakibatkan buruknya pola perkembangan yang lain. Dan televisi memberikan sedikit banyak sumbangan itu. Namun, sumbangan televisi itu hanya akan bisa dirasakan jika disertai peran, kontrol dan arahan dari orang tua.²

Mengapa ini bisa terjadi? Hal ini disebabkan keberadaan media tidak pernah lepas dari kepentingan pasar. Dengan demikian, kalau para orang tua tidak selektif terhadap pesan media, maka remaja kita akan menjadi korban suatu media.

¹ Onong Uchjana, Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, (Citra Aditya Bhakti ; Bandung), 1993, hal.29

² Arini Hidayati, Televisi dan Perkembangan Anak, (Pustaka Pelajar ; Yogyakarta), 1998, hal.4

Fred Rogers juga menyatakan bahwa : “televisi merupakan bagian nyata dalam keluarga. Begitu halnya dengan Bob Keshan yang juga memberikan peringatan bahwa 99% para orang tua tidak peduli terhadap apa yang ditonton oleh anak-anak mereka di TV, karena mereka memakainya sebagai ‘*babysitter*’ “. ³

Dari hal tersebut jelas sekali bahwa media komunikasi massa sangatlah memberikan pengaruh pada perilaku remaja yang mana dikarenakan hubungan televisi dengan perilaku anak-anak sangatlah terkait, mengingat perilaku itu dapat terjadi karena adanya interaksi antara stimulus dan organisme.

Televisi banyak memberikan pengaruh yang besar bagi khalayak, khususnya remaja. Hal ini terjadi dikarenakan , media bersaing secara implicit dengan orang tua sebagai tokoh-tokoh yang berotoritas dan guru-guru moral, sehingga media dapat mendukung maupun menentang nilai-nilai yang ingin diajarkan orang tua kepada anak-anaknya. Maka, diharapkan pada para orang tua agar mendidik anak – anak mereka tentang hal yang berlainan dengan hal-hal yang diajarkan, karena mereka dilahirkan atau diciptakan dari generasi zaman yang berbeda dengan para orang tua.

Dalam budaya seperti inilah remaja kita banyak terpengaruh sebuah tayangan televisi, dimana jati diri remaja dapat dipungut, dan akibat komunikasi yang lemah inilah, sehingga media dapat memainkan peranan yang belum pernah

³ Quentin J. Schultze, Menangkan Anak – Anak Dari Pengaruh Media, (IKAPI ; Jakarta), 1999, hal.108

terjadi sebelumnya dalam kehidupan muda-mudi, dikarenakan adanya interaksi antara media komunikasi massa dengan perilaku remaja.

Dampak media komunikasi massa (televisi) terhadap perilaku remaja seringkali dibicarakan orang. Hal ini disebabkan, revolusi teknologi komunikasi massa seringkali menyusul dalam perilaku sosial.

Namun, mengapa tayangan *'cookies'* di stasiun swasta SCTV yang menjadi pilihan variabel bebas bagi penulis? hal ini dikarenakan tayangan sinetron *'cookies'* yang ditayangkan setiap hari Senin – Jum'at (pukul 16.30-17.30 WIB) ini memang dikemas untuk kalangan remaja dimana setiap ceritanya seringkali membuat para pemirsanya terhipnotis oleh alur cerita yang akhirnya remaja kita lemas dengan kesenangan hidup dan tidak begitu gemar menghadapi cabaran yang akhirnya semua itu diwujudkan dalam sikap dan tingkah laku mereka terhadap diri dan orang lain.

Dari sinilah akhirnya penulis ingin meneliti remaja RW 07 (Kalianyar Kulon) Surabaya yang dirasa tidak berbeda jauh dengan pemaparan tersebut di atas dalam berperilaku, khususnya perilaku afeksi (bersahabat) interpersonal di mana perilaku itu terjadi dikarenakan adanya hubungan tayangan sinetron *'cookies'* di SCTV dengan perilaku, sehingga remaja di sana dalam berinteraksi sering dipengaruhi oleh stimulus yang ada. Dan mengapa penulis mengkaitkan kedua variabel tersebut, hal ini berdasarkan fakta di lapangan yang seringkali menunjukkan bahwa antara tayangan televisi dengan *behavior interpersonal* seseorang terkadang ada interaksi di dalamnya.

Melihat fenomena tersebut di atas, menyebabkan penulis ingin mengkaji permasalahan media komunikasi massa (tayangan sinetron '*cookies*' di SCTV) terhadap tingkah laku (*behavior*) remaja dengan melakukan penelitian dalam skripsi ini.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah ada hubungan antara tayangan sinetron '*cookies*' di SCTV dengan perilaku afeksi (bersahabat) interpersonal remaja RW 07 Kelurahan Bongkaran, Kecamatan Pabean Cantikan Surabaya ?
2. Jika ada, sejauh mana tingkat hubungan antara tayangan sinetron '*cookies*' di SCTV dengan perilaku afeksi (bersahabat) interpersonal remaja RW 07 Kelurahan Bongkaran, Kecamatan Pabean Cantikan Surabaya ?

C. TUJUAN PENELITIAN

Sejalan dengan permasalahan tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah ada hubungan antara tayangan sinetron '*cookies*' di SCTV dengan perilaku afeksi (bersahabat) interpersonal remaja Kalianyar Kulon Kelurahan Bongkaran, Kecamatan Pabean Cantikan Surabaya.

2. Untuk mengetahui sejauh mana tingkat hubungan antara tayangan sinetron 'cookies' di SCTV dengan perilaku afeksi (bersahabat) interpersonal remaja RW 07 Kelurahan Bongharan, Kecamatan Pabean Cantikan Surabaya.

D. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat penelitian tersebut, yaitu :

1. Manfaat secara teoritis

Penulis berharap agar penelitian ini nantinya dapat digunakan sebagai referensi bagi semua pihak akademik, khususnya bagi para ilmuwan yang bergerak dibidang ilmu komunikasi, sehingga dapat dijadikan rujukan bilamana akan dilakukan penelitian yang lebih mendalam pada masalah ini.

2. Manfaat secara praktis

2.1 Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran bagi praktisi media komunikasi massa agar dapat memilah dan memilih segala bentuk informasi yang sesuai dengan usia.

2.2 penelitian ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan ujian guna mencapai gelar sarjana ilmu komunikasi fakultas dakwah, dengan harapan mampu untuk mengaplikasikan kepada masyarakat.

E. DEFINISI OPERASIONAL

Adapun untuk memudahkan pembahasan ini dan memperoleh gambaran yang jelas mengenai skripsi ini, maka penulis mengoperasionalkan judul skripsi ini sebagai berikut:

1. Pengertian korelasi tayangan sinetron ‘cookies’ di SCTV

1.1 Korelasi :

Hubungan antara dua variabel atau lebih yang berpasangan, hubungan antara dua perangkat data atau lebih.⁴

1.2 Tayangan :

Persembahan yang disajikan, pertunjukan – pertunjukan.⁵

1.3 Sinetron ‘cookies’ di SCTV

Nama program acara yang disajikan oleh Surabaya Centra Televisi (SCTV) yang berasal dari singkatan kumpulan kisah – kisah manis dalam format yang berbeda dan alur cerita setiap judulnya hanya dibuat 5 episode.⁶

Jadi, hubungan tayangan sinetron ‘cookies’ di SCTV merupakan hubungan dua variabel yang saling berpasangan yang ditimbulkan oleh sebuah tayangan sinetron mini seri cookies dengan format yang berbeda dengan sinetron lainnya, dimana setiap judul ceritanya hanya berakhir pada 5 episode (stimulus), dan dari sanalah seringkali tayangan cookies memiliki interaksi terhadap perilaku pemirsa yang menontonnya (respon).

⁴ Sanapiah Faisal, Metodologi Penelitian Pendidikan, (Surabaya ; 1982), hal.293

⁵ WTS Purwadarminta, Kamus Umum Bahasa Indonesia, (Balai Pustaka; Jakarta), 1991, hal.1027

⁶ www.astaga.com

2. Pengertian perilaku afeksi (bersahabat) interpersonal remaja RW 07

Kelurahan Bongkaran Surabaya

2.1 Perilaku Afeksi (bersahabat) :

Perilaku : Respons terhadap stimulus yang ditentukan oleh keadaan stimulusnya, dimana perilaku itu muncul sebagai akibat adanya interaksi antara stimulus dan organisme.⁷ Selain itu, perilaku bisa juga diartikan; segala kelakuan atau tanggapan individu terhadap lingkungannya.⁸

Afeksi (bersahabat) : Mengembangkan keterikatan emosional dengan orang lain dalam bersahabat.⁹

2.2 Interpersonal Remaja

Interpersonal : Antara dua orang, atau diantara sekelompok kecil orang.¹⁰

Zacon (1968) mengatakan bahwa dengan orang yang belum atau baru dikenal, faktor-faktor yang memudahkan komunikasi dan hubungan adalah pertemuan yang berulang-ulang. Dan dengan pertemuan yang berulang-ulang itu terjadi proses pengurangan kecemasan dan pembiasaan terhadap orang asing tersebut sehingga dapat saling berhubungan dengan lebih baik.¹¹

⁷ Bimo Walgito, Psikologi Sosial, (ANDI;Yogyakarta), 1999, hal.13-14

⁸ Depdikbud, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Balai Pustaka;Jakarta), 1994, hal.382

⁹ Quentin J. Schultze, Menangkan Anak – Anak Dari Pengaruh Media, (IKAPI ; Jakarta), 1999, hal.149

¹⁰ Onong Uchjana, Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, (Citra Aditya Bhakti;Bandung), 1993, hal.60

¹¹ Sarlito Wirawan Sarwono, Psikologi Sosial, (Balai Pustaka;Jakarta), 2002, hal.197

Remaja : Masa perkembangan kematangan fisik, lalu diikuti masa kematangan emosi, dan diakhiri oleh perkembangan intelek.¹²

Remaja : Masa pencari jati diri, mencari identitas dan citra diri yang terkendali dan menyenangkan.¹³ Disini penulis membatasi usia remaja antara 13-20 tahun sebagai responden.

2.3 RW 07 Kelurahan Bongkaran Surabaya

RW 07 : Merupakan nama lokasi yang akan diteliti, dimana lokasi tersebut dikenal dengan Kalianyar Kulon yang bertempat di Kelurahan Bongkaran Kecamatan Pabean Cantian Surabaya.

Jadi, perilaku afeksi (bersahabat) interpersonal remaja merupakan respons atau suatu tanggapan yang ditimbulkan oleh tayangan sinetron ' *cookies* ' di SCTV antar dua orang atau sekelompok kecil orang-orang yang berusia antara 13-20 tahun dalam mengembangkan keterikatan emosional yang berwujud persahabatan.

F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Adapun sistematika dalam pembahasan ini terbagi menjadi beberapa bab dan pada tiap babnya terdapat sub – sub bab sebagaimana uraian berikut ini :

BAB I : PENDAHULUAN, yang berisi tentang : latar belakang masalah yang menjelaskan fenomena sosial dari objek penelitian, rumusan masalah, tujuan

¹² Panut Panuju dan Ida Umami, *Psikologi Remaja*, (Tiara Wacana;Yogyakarta), 1999, hal.17

¹³ Quentin J. Schultze, *Menangkan Anak – Anak Dari Pengaruh Media*, (IKAPI ; Jakarta), 1999,

penelitian, manfaat penelitian secara teoritis maupun praktis, definisi operasional dan yang terakhir adalah sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA, dalam bab ini penulis menjelaskan tentang tinjauan tentang tayangan sinetron ‘cookies’ di SCTV yang meliputi: Pengertian komunikasi massa, model komunikasi massa, kelebihan dan kelemahan media televisi, efek komunikasi massa, pengertian tayangan sinetron ‘cookies’ di SCTV, serta teori yang terkait dengan komunikasi massa. Pembahasan selanjutnya, tinjauan tentang perilaku afeksi (bersahabat) interpersonal remaja, yang meliputi: Pengertian perilaku afeksi (bersahabat) interpersonal remaja, macam-macam 3 (tiga) kebutuhan perilaku antar pribadi, dan juga teori yang terkait dengan perilaku afeksi (bersahabat) antar pribadi. Dan selanjutnya, mengenai korelasi antara tayangan sinetron ‘cookies’ di SCTV dengan perilaku afeksi (bersahabat) interpersonal remaja Kalianyar Kulon Surabaya. Dan yang terakhir mengenai hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN, dimana pada bab ini membahas tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, variabel dan indikator penelitian, subyek penelitian, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA, yang mana didalamnya membahas tentang deskripsi umum obyek penelitian, deskripsi data penelitian, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP, adapun pada bab ini hanya berisi tentang kesimpulan dan saran dari penulis.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. TINJAUAN TENTANG TAYANGAN SINETRON 'COOKIES' DI SCTV.

'*Cookies*' merupakan program acara yang ditayangkan oleh sebuah stasiun tv dimana media tersebut merupakan unsur dari komunikasi massa. Oleh karena itu, sebelum penulis menjelaskan apakah sinetron '*cookies*' itu ? maka penulis terlebih dahulu memaparkan sebagai berikut :

1. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi adalah, proses pengiriman berita dari seseorang kepada orang lainnya.¹⁴

Komunikasi Massa (*mass communication*) adalah, komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang memiliki sirkulasi yang luas, siaran radio, dan televisi yang ditujukan kepada umum dan film yang dipertunjukkan di gedung – gedung bioskop.¹⁵

Media massa merupakan sarana bagi khalayak luas guna menambah cakrawala wawasan mereka , hal ini dikarenakan media juga merupakan alat komunikasi kepada khalayak luas.

¹⁴ Sarlito Wirawan, Pengantar Umum Psikologi, (Bulan bintang; Jakarta), 1976, hal.86

¹⁵ Onong Uchjana, Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, (Citra Aditya Bhakti ; Bandung), 1993, hal.79

Kelebihan media massa seperti televisi, semakin lama semakin mendominasi komunikasi massa, hal ini disebabkan televisi memiliki sifat yang cenderung sebagai pemenuh kebutuhan dan keinginan khalayak dengan menyajikan tayangan yang beraneka ragam jenis dan formatnya.

Mc Luhan menyatakan dalam bukunya yang berjudul "*Understanding Media, The Extensions Of Man*" bahwa televisi dikategorikan sebagai '*cool medium*', hal ini dikarenakan bahwa menurutnya, televisi itu merupakan '*high in participation*' yakni, terkadang tinggi dalam partisipasinya.¹⁶

Lazimnya media massa modern televisi menunjukkan seluruh sistem dimana pesan – pesan diproduksi, dipilih, disiarkan dan diterima dan ditanggapi

2. Fungsi Media Massa

Sebagaimana sesuai dengan fenomena yang ada, bahwa mengapa media komunikasi seperti televisi lebih banyak menayangkan tayangan yang banyak diminati oleh khalayak? Hal ini dikarenakan kembali pada fungsi media. Adapun fungsi media massa menurut Dennis Mc.Quail adalah sebagai berikut :

- a. Memproduksi dan mendistribusikan "pengetahuan" dalam wujud informasi , pandangan dan budaya.

¹⁶ Ibid, hal.314-315

- b. Menyelenggarakan sebagian besar kegiatannya dalam lingkungan publik dan merupakan institusi yang terbuka bagi semua orang untuk berperan serta sebagai penerima.¹⁷

3. Kelebihan dan kelemahan media massa (televisi)

Adapun kelebihan media televisi sebagai berikut :

- a. Menguasai jarak dan ruang, karena televisi menggunakan elektromagnetik, kabel dan fiber yang dipancarkan melalui satelit.
- b. Sasaran yang dicapai untuk menjangkau massa cukup besar.
- c. Nilai aktualitas terhadap suatu liputan atau pemberitaan sangat cepat.
- d. Informasi yang diberitakan lebih singkat, jelas dan sistematis, sehingga pemirsa tidak perlu lagi mempelajari isi pesan dalam menangkap siaran televisi.

Sedangkan kelemahan media televisi adalah sebagai berikut :

- a. Karena bersifat 'transitory' maka isi pesannya tidak dapat di memori oleh pemirsa.
- b. Televisi terikat oleh waktu tontonan.
- c. Televisi tidak dapat melakukan kritik social secara langsung dan vulgar.

¹⁷ Dennis Mc.Quail , Teori Komunikasi Massa , (Gloria Aksara Persada ; Jakarta), 1982 , hal.40

4. Model Komunikasi Massa

Beberapa para ahli ketika melakukan riset telah menghasilkan teori komunikasi massa diantaranya. beberapa model komunikasi massa seperti di bawah ini :

a. Model jarum hipodermik

Secara harfiah '*hypodermic*' berarti di bawah kulit. Dalam hubungannya dengan komunikasi massa mengandung asumsi dasar bahwa media massa menimbulkan efek yang kuat , terarah , segera dan langsung itu adalah sejalan dengan pengertian perangsang tanggapan (stimulus – respons).

b. Model komunikasi satu tahap

Model ini menyatakan bahwa saluran media massa berkomunikasi langsung dengan massa komunikan tanpa berlalunya suatu pesan melalui orang lain, tetapi pesan tersebut tidak mencapai semua komunikan dan tidak menimbulkan efek yang sama pada setiap komunikan.

c. Model komunikasi dua tahap

Konsep ini berdasarkan penelitiannya, melalui dua tahap. Tahap pertama, melalui sumbernya (komunikator). Tahap kedua, dari pemuka pendapat kepada pengikut – pengikutnya.

5. Efek Komunikasi Massa

Efek dari pesan yang disebarkan melalui media mssa timbul pada kkomunikan sebagai sasaran komunikasi. Oleh karena itu, efek melekat

pada khalayak sebagai akibat dari perubahan psikologis, yakni diklasifikasikan sebagai ; Pertama, efek kognitif. Kedua, efek afektif. Ketiga, efek konatif.¹⁸

a. Efek kognitif

Berhubungan dengan penalaran atau pikiran, sehingga khalayak yang tidak tahu menjadi tahu, yang tidak jelas menjadi jelas.

b. Efek afektif

Berhubungan dengan perasaan. Misalnya, akibat dari menonton televisi timbul perasaan tertentu pada khalayak.

c. Efek konatif

Berkaitan dengan niat, tekad, upaya, usaha, yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan. Karena berbentuk perilaku , maka sebagaimana disinggung di atas efek konatif sering disebut juga *efek behavioral*.

6. Pengertian Tayangan ‘ cookies ‘ Di SCTV

Surabaya Centra Television (SCTV), mulai 20 November 2006 telah menyajikan sinetron ‘ COOKIES ‘ (baca;kukis), sinetron ini dikemas dengan format yang berbeda, tak ada episode panjang dan tak ada bintang – bintang ngetop.

‘COOKIES’ disini bukanlah kue, melainkan kumpulan kisah– kisah manis yang dibalut dalam sinetron mini seri. Dan setiap judulnya akan

¹⁸ Ibid, hal 318

dibuat ceritanya dalam 5 episode dan ditayangkan secara *stripping* (tayang wajar).

Tayangan mini seri cookies ini tak lepas dari gala sinema yang sebelumnya pernah tayang di SCTV. Siapa yang mengira, sinetron dengan mengandalkan kekuatan cerita dan wajah baru itu sukses dengan mendapat respon dari pemirsanya.

Sesuai filosofi cookies yakni, kue ringan namun cukup mengenyangkan perut. Sinetron dengan konsep cerita yang sederhana ini mampu menyentuh, serta menjadi inspirasi hidup penontonnya dalam berperilaku.

Sentot Hadi selaku produser cookies, mengatakan bahwa dia hanya ingin membuat sinetron yang berbeda dengan sinetron yang sudah ada sebelumnya, dimana letak perbedaannya adalah ceritanya dibuat habis dalam 1 minggu. Begitu juga dengan bintang – bintang yang di harapkan memberikan sesuatu yang lebih fresh.¹⁹

Cerita pendek dan lebih fresh cookies disambut baik oleh para penulisnya. Dan salah satu tim penulisnya adalah Mila Amalia. Dia berkata, bahwa banyak penulis yang tidak bisa menulis cerita panjang. Maka , dengan adanya cookies kita dapat menulis cerita pendek tanpa ada unsur saling bunuh, fitnah ataupun menyakiti.

¹⁹ www.astaga.com

Jadi, alur cerita dalam sinetron '*cookies*' memang lebih banyak mengarah pada persoalan cinta dikalangan remaja. Hal ini dikarenakan semua cerita *cookies* berakhir dengan bahagia (*happy ending*) yang romantis.

Dari sini, dapatlah ditarik kesimpulan bahwa media televisi dalam menayangkan sinetronnya tidak pernah lepas dari dunia remaja, karena masa remaja adalah masa pencarian identitas, dimana mereka mulai belajar mengenal kehidupan melalui berbagai media, khususnya masalah percintaan.

Semua jenis tayangan media televisi seringkali memberikan informasi yang terkadang diimitasi oleh remaja kita dewasa ini. Namun, apakah benar media sedemikian buruk pengaruhnya bagi remaja? sebenarnya tidak seratus persen media memberikan pengaruh buruk bagi remaja. Dan hal inilah yang nantinya menjadi tantangan tersendiri bagi remaja kita untuk memilah dan selektif dalam menonton tayangan di televisi. Karena pada satu sisi, terkadang hadirnya media televisi dengan menyajikan acara yang beraneka ragam dapat memberikan dampak yang positif dan negatif, seperti halnya tayangan sinetron '*cookies*' di SCTV seperti cerita yang berjudul "ajari aku cinta" yang diperankan oleh Gita Gutawa, "surat buat pak pos" serta "jungkir balik dunia sissy".

B. TINJAUAN TENTANG PERILAKU AFEKSI (BERSAHABAT) INTERPERSONAL REMAJA

Berbicara masalah media dengan *behavior* pemirsa tidak akan pernah dapat kita lepas, karena kedua hal tersebut saling berhubungan, seperti halnya tayangan sinetron mini seri 'cookies' di SCTV terhadap perilaku antar pribadi (*interpersonal*) remaja. Hal ini terjadi dikarenakan, komunikasi terjadi bila seseorang memberikan makna pada perilaku orang lain atau perilakunya sendiri.

Untuk memahami perilaku interpersonal remaja, kita perlu mendefinisikan makna dari perilaku terlebih dahulu.

Akan tetapi perilaku manusia tidaklah sederhana untuk difahami dan diprediksi. Begitu banyak faktor internal dan eksternal dari dimensi masa lalu, saat ini, dan masa datang yang ikut mempengaruhi perilaku tersebut. Dan untuk memahami perilaku interpersonal, maka penulis ingin mendefinisikan konsep tersebut, sebagai berikut :

1. Pengertian Perilaku Afeksi (bersahabat)

Perilaku, adalah repons terhadap stimulus yang ditentukan oleh keadaan stimulusnya.²⁰ Dan perilaku itu muncul dalam suatu tindakan yang tampak sebagai akibat adanya interaksi antara stimulus dan orgasme.

Menurut Bimo Walgito, perilaku itu muncul sebagai akibat adanya interaksi antara stimulus dan respons.²¹

²⁰ Bimo Walgito, Psikologi Sosial, (ANDI ; Yogyakarta), 1999, hal.13

²¹ Ibid, hal.14

Perilaku, adalah Suatu fungsi dari interaksi individu dengan lingkungannya.²²

Afeksi (bersahabat), adalah mengembangkan keterikatan emosional dengan orang lain dalam menjalin persahabatan.²³

a. Pembentukan perilaku

Perilaku manusia sebagian besar adalah berupa perilaku yang dibentuk, perilaku yang dipelajari. Berkaitan dengan masalah tersebut, maka pembentukan perilaku bisa melalui 3 (tiga) cara, yaitu :

a.1 Cara kebiasaan (Kondisioning). Misal, mengucapkan terima kasih bila diberi sesuatu oleh orang lain.

a.2 Cara pengertian (insight). Misal, datang kuliah jangan sampai terlambat, sebab akan mengganggu teman – teman yang lain.

a.3 Menggunakan contoh (model). Misal, kalau orang tua sebagai contoh buat anak – anak mereka.

b. Suasana Perilaku

Hasil penelitian Rogers Barker dan rekannya menyatakan, bahwa lingkungan dibaginya dalam suasana terpisah yang disebut “suasana perilaku”. Seperti: pesta, tempat ibadah, mall, dan lain-lain. Pada tiap suasana tersebut, terdapat pola – pola hubungan yang mengatur perilaku orang didalamnya.²⁴

²² Miftah Thoha, Perilaku Organisasi, (Raja Grafindo; Jakarta), 2002, hal.30

²³ Quentin J. Schultze, Menangkan Anak – Anak Dari Pengaruh Media, (IKAPI; Jakarta), 1999, hal.149

²⁴ Djalaluddin Rachmat, Psikologi Komunikasi, (Remaja Rosdakarya; Bandung), 1986, hal.56

c. Factor Yang Mempengaruhi Perilaku

Menurut Edward G. Samson merangkumkan seluruh factor sebagai berikut :

1. Faktor Situasional , yang meliputi :

- 1.1 faktor ekologis ,
- 1.2 faktor teknologi , dan
- 1.3 faktor sosial.

2. Faktor Personal , yang meliputi :

- 2.1 kebiasaan
- 2.2 kemauan

2. Pengertian Interpersonal Remaja

Interpersonal adalah antara dua orang, atau diantara sekelompok kecil orang-orang.²⁵ Interpersonal juga bisa diartikan antar pribadi antara diri dan orang lain.

Menurut Zajonc dari hasil penelitiannya mengatakan bahwa tiap-tiap pribadi makin seringnya bertemu maka akan semakin menumbuhkan rasa suka (kecenderungan kepada tindakan afeksi).²⁶

Remaja adalah masa pencari jati diri, mencari identitas dan citra diri yang terkendali dan menyenangkan.²⁷

²⁵ Onong Uchjana, Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, (Citra Aditya Bhakti ; Bandung), 1993, hal.60

²⁶ Sarlito Wirawan Sarwono, Psikologi Sosial, (Balai Pustaka; Jakarta), 2002, hal.198

Orang Barat menyebut remaja dengan istilah “Puber”. Orang Amerika menyebutnya dengan “Adolesensi” dan negara kita menyebutnya dengan istilah “Remaja”. Akan tetapi, dari semua itu dapat diartikan bahwa **remaja** adalah, masa transisi dari anak – anak menjadi dewasa. Atau bisa juga diartikan sebagai pemuda yang keadaannya sudah mengalami ketenangan.²⁸

b. Ciri – ciri remaja

Adapun beberapa ciri remaja yang harus diketahui, diantaranya ialah:

- b.1 Pertumbuhan fisik
- b.2 Perkembangan seksual
- b.3 Cara berpikir kausalitas
- b.4 Emosi yang meluap – luap
- b.5 Mulai tertarik kepada lawan jenis
- b.6 Menarik perhatian lingkungan
- b.7 Terikat dengan Kelompok

Dari beberapa definisi konsep tersebut di atas, dapatlah diambil kesimpulan bahwa dengan adanya perilaku interpersonal maka seseorang bisa berinteraksi dengan orang lain melalui berbagai cara guna mencapai sebuah tujuan dalam menentukan jati diri atau identitas diri dalam bersahabat. Dimana perilaku antar pribadi mampu menentukan sejauhmana remaja dapat menjalankan suatu hubungan persahabatan dengan individu yang lain.

²⁷ Quentin J. Schultze, Menangkan Anak – Anak Dari Pengaruh Media, (IKAPI ; Jakarta), 1999, hal.133

²⁸ Drs. Zulkifli, Psikologi Perkembangan , (Remaja Rosda karya ; Bandung) , 1986, hal.63-64

Menurut teori FIRO ada 3 kebutuhan antar pribadi (*interpersonal*) diantaranya adalah inklusi, kontrol dan afeksi.²⁹ Adapun penjelasan dari 3 (tiga) kebutuhan interpersonal adalah:

1. Inklusi

Adalah, rasa ikut saling memiliki dalam suatu situasi kelompok. Misal, seorang anak melakukan interaksi yang efektif dengan orang lain sampai penarikan dan pengucilan diri sepenuhnya. Adapun kebutuhan yang mendasarinya adalah hubungan yang memuaskan dengan orang lain.

2. Kontrol

Adalah aspek pembuatan keputusan dalam hubungan antar pribadi. Adapun kebutuhan yang mendasarinya adalah keinginan untuk menjaga dan mempertahankan suatu hubungan yang memuaskan dengan orang lain dalam kaitannya dengan wewenang dan kekuasaan. Misal, seseorang yang terlalu berdisiplin sampai terlalu bebas dan tidak disiplin.

3. Afeksi

Adalah mengembangkan keterikatan emosional dengan orang lain. Kebutuhan dasarnya adalah hasrat untuk dicintai dan disukai. Ekspresi tingkah lakunya bisa positif (dari terkesan sampai cinta) dan bisa juga negatif (dari ketidaksenangan sampai benci).

Tipe-tipe perilaku antar pribadi (*interpersonal*) sesuai dengan klasifikasi kebutuhan antar pribadi menurut Schutz adalah sebagai berikut:

²⁹ Sarlito Wirawan Sarwono, Pengantar Umum Psikologi, (Bulan bintang; Jakarta), 1976, hal.148

1. Tipe perilaku inklusi, meliputi:

- a. Perilaku kurang sosial (*under social behavior*). Misal, sering tidak diacuhkan oleh keluarga, sehingga cenderung menghindari hubungan dengan orang lain.
- b. Perilaku terlalu sosial (*over social behavior*). Misal, cenderung memamerkan diri berlebih-lebihan (*exhibitonistic*), sering menyebut nama sendiri, dan lain-lain.
- c. Perilaku sosial (*social behavior*). Misal, ia turut berpartisipasi, tetapi terkadang juga bisa tidak ikut-ikutan, secara tidak disadari ia merasa dirinya berharga dan bahwa orang lainpun tahu akan hal itu tanpa ia menonjol-nonjolkan dirinya.

2. Tipe perilaku kontrol, meliputi:

- a. Perilaku abdikrat (*addicrat behavior*). Orang dengan jenis ini cenderung menghindari pembuatan keputusan. Misal, ia lebih suka dipimpin daripada memimpin.
- b. Perilaku otokrat (*autocrat behavior*). Orang dengan jenis ini memiliki kecenderungan mendominasi orang lain, ingin selalu menduduki posisi atas dan mau membuat keputusan.
- c. Perilaku demokrat (*democrat behavior*). Orang dengan tipe ini biasanya selalu berhasil untuk memecahkan berbagai persoalan dalam hubungan antar pribadi.

3. Tipe perilaku afeksi, meliputi:

- a. Perilaku kurang pribadi (*underpersonal behavior*). Cenderung menghindari hubungan antar pribadi yang terlalu dekat, kalau ramah hanya dibuat-buat, padahal secara emosional tetap menjaga jarak.
- b. Perilaku terlalu pribadi (*overpersonal behavior*). Orang dengan tipe ini menginginkan hubungan emosional yang sangat erat, terlalu intim dalam berkawan dan kadang-kadang menuduh kawannya tidak setia jika teman itu berkawan dengan orang lain.
- c. Perilaku pribadi (*personal behavior*). Tipe ini adalah perilaku yang ideal, hal ini karena orang dengan jenis ini bisa bertindak tepat dan selalu merasa senang dalam hubungan emosi yang dekat maupun yang renggang. Ia tidak punya kecemasan-kecemasan dan yakin bahwa ia adalah orang yang patut untuk dicintai.³⁰

Dari penjelasan tersebut di atas, maka dapatlah disimpulkan bahwa perilaku afeksi interpersonal tidak pernah lepas dari gaya kelekatan, seperti yang telah didefinisikan oleh Bowlby yang lebih menekankan pada dua sikap dasar (yaitu, *self* dan orang lain). Maka Barthholomew dan rekan (tahun 1990–1991) mengajukan pada suatu pendekatan yang berbeda. Menurut mereka, dengan adanya penekanan Bowlby pada dua sikap dasar tersebut, diasumsikan bahwa berbagai aspek dari perilaku interpersonal dipengaruhi oleh sejauh mana *self-evaluation*

³⁰ Ibid., hal.150

seseorang adalah, positif atau negatif dan sejauh mana orang lain dipersepsikan sebagai positif (terpercaya) atau negatif (tidak dapat dipercaya).³¹

Seseorang dengan *self-image* yang positif mengharapkan agar disukai dan diterima, sehingga ia mudah untuk berteman. Sedangkan *self image* negatif mendorong kearah harapan bahwa orang lain akan berespon negatif, sehingga individu dengan *self-image* negatif merasa takut terhadap hubungan baru dan memiliki kesulitan dalam mencari teman.

Teori evolusi menyatakan bahwa keterikatan emosi dengan teman-teman meningkatkan kemungkinan kesuksesan dalam hubungan. Sebagai akibatnya manusia terprogram untuk mencari kedekatan emosional.

Oleh karenanya diperlukan kepercayaan interpersonal yang mana meliputi suatu dimensi yang mendasari gaya kelekatan yang melibatkan keyakinan bahwa orang lain dapat dipercaya, dapat diharapkan dan dapat diandalkan, atau sebaliknya, yaitu keyakinan bahwa orang lain tidak dapat dipercaya, tidak dapat diharapkan dan tidak dapat diandalkan.

Untuk dapat membentuk perilaku bersahabat interpersonal (antar pribadi) remaja, maka diperlukan suatu gaya kelekatan guna menumbuhkan kepercayaan pada diri dan orang lain dalam bertindak. Seseorang dapat melihat dan meramalkan mengenai pribadi individu atau individu yang lain dengan menggunakan acuan pada skema yang terkait dengan perilaku afeksi (bersahabat) antar pribadi remaja.

³¹ Robert A. Baron, et.al., Psikologi Sosial, (Erlangga ; Jakarta), 2005, hal.12

Adapun skema gaya kelekatan terhadap diri dan orang lain, menurut Griffin dan Bartholomew adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1
Model kerja tentang orang lain
 Positif = kepercayaan interpersonal

Gaya Kelekatan yang Terpreokupasi Saya lebih mengasihi daripada pasangan saya. Saya mudah jatuh cinta. Kadang – kadang saya memberitahukan diri saya kepada orang lain. Tujuan saya yang paling penting adalah benar – benar dihargai orang lain.	Gaya Kelekatan yang Aman Saya merasa mudah bertemu dengan orang lain. Saya menyukai melihat diri saya di cermin. Saya sangat gembira dengan hidup saya saat ini. Mudah untuk membuat saya tersenyum dan tertawa.
Gaya Kelekatan yang Takut – Menghindar Setiap kali saya mendengar bel pintu berbunyi , saya biasanya sedikit khawatir siapa yang datang. Saya merasa bahwa kebanyakan orang tidak menyukai saya. Saya tidak memiliki banyak hal yang bisa dibanggakan. Jauh lebih aman untuk hanya berpikir mengenai suatu hubungan daripada benar – benar memulainya.	Gaya Kelekatan yang Menolak Saya lebih memilih untuk bergantung pada diri saya daripada pada orang lain. Saya tidak suka membuka hal – hal mengenai diri saya kepada orang lain. Teman – teman saya jarang mencapai apa yang saya harapkan. Saya dapat hidup terus dengan cukup baik tanpa hubungan emosional yang dekat dengan hidup saya.

Negatif = ketidakpercayaan orang lain

Sumber data: Robert A. Baron, 2005

C. Teori Tentang Korelasi Antara Tayangan 'cookies' Di SCTV Dengan Perilaku Afeksi (bersahabat) Interpersonal Remaja.

Perilaku manusia tidak dapat lepas dari keadaan individu itu sendiri dan lingkungan dimana individu itu berada. Perilaku manusia itu didorong oleh motif tertentu, sehingga manusia itu berperilaku. Dan terkait dengan hal tersebut, maka penulis mengacu pada beberapa teori, antara lain:

Semua perilaku atau tindakan tergantung pada stimulus yang mempengaruhinya, sehingga nantinya akan direspons atau disikapi oleh pelaku itu sendiri. Adapun asumsi dari teori yang mendukung dalam permasalahan tersebut di atas adalah :

a. Teori Hubungan Sosial

Teori ini adalah teori yang diketengahkan oleh Malvin DeFleur yang menunjukkan bahwa hubungan sosial berperan penting dalam mengubah perilaku seseorang ketika diterpa pesan komunikasi massa, dan teori ini dikenal dengan **teori hubungan sosial** (*Social Relationship Theory*). Suatu penelitian menemukan adanya semacam kegiatan informasi melalui dua tahap , yaitu :

Pertama, informasi bergerak dari media massa kepada orang – orang yang secara relatif banyak pengetahuannya (*well informed*).

Kedua , informasi bergerak dari orang – orang itu melalui saluran antar pribadi (*interpersonal channels*).³²

b. Teori belajar Sosial

Albert Bandura berpendapat, bahwa kita belajar bukan saja dari pengalaman langsung, akan tetapi dari peniruan dan peneladanan (*modeling*). Adapun perilaku merupakan hasil factor kognitif dan lingkungan.³³ Artinya, kita mampu memiliki keterampilan tertentu, bila terdapat hubungan positif antara stimuli yang kita amati dan karakteristik diri kita. Albert Bandura juga menyatakan bahwa *social learning theory* menganggap media massa sebagai agen sosialisasi yang utama disamping keluarga dan guru.³⁴

c. Teori Evolusi

Teori evolusi menyatakan bahwa keterikatan emosi dengan teman-teman meningkatkan kemungkinan kesuksesan dalam hubungan. Sebagai akibatnya manusia terprogram untuk mencari kedekatan emosional.³⁵

d. Teori FIRO

Dari semua pemaparan tersebut jika dihubungkan pada perilaku afeksi (bersahabat) antar pribadi, teori yang dikaitkan dengan permasalahan tersebut, adalah teori FIRO : Teori tiga dimensi tentang tingkah laku antar

³² Onong Uchjana , Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi , (Citra Aditya Bhakti ; Bandung) , 1993. hal.277-278

³³ Jalaluddin Rachmat, *Psikologi Komunikasi*, (Rosda Karya; Bandung), hal.240

³⁴ Onong Uchjana, *Op.Cit.* hal.282

³⁵ Robert A. Baron, *Op.Cit.* hal.13

pribadi diantaranya afeksi. Teori ini dikemukakan oleh Schutz (1955-1958).

Teori FIRO (*fundamental Interpersonal relations orientation*) ini pada dasarnya menerangkan tentang perilaku-perilaku antar pribadi dalam kaitannya dengan orientasi (pandangan) masing-masing individu kepada individu – individu yang lainnya.³⁶

Ide pokoknya adalah bahwa setiap orang mengorientasikan dirinya kepada orang lain dengan cara tertentu dan caranya yang khas inilah merupakan faktor utama yang mempengaruhi perilakunya dalam hubungan antar pribadi.

Adapun tipe perilaku afeksi menurut Schutz, meliputi:

- a. Perilaku kurang pribadi (*underpersonal behavior*). Cenderung menghindari hubungan antar pribadi yang terlalu dekat, kalau ramah hanya dibuat-buat, padahal secara emosional tetap menjaga jarak.
- b. Perilaku terlalu pribadi (*overpersonal behavior*). Orang dengan tipe ini menginginkan hubungan emosional yang sangat erat, terlalu intim dalam berkawan dan kadang-kadang menuduh kawannya tidak setia jika teman itu berkawan dengan orang lain.

³⁶ Sarlito Wirawan Sarwono, Teori – Teori Psikologi Sosial, (Raja Grafindo Persada;Jakarta), 1983, hal.144

- c. Perilaku pribadi (personal behavior). Tipe ini adalah perilaku yang ideal, hal ini karena orang dengan jenis ini bisa bertindak tepat dan selalu merasa senang dalam hubungan emosi yang dekat maupun yang renggang. Ia tidak punya kecemasan-kecemasan dan yakin bahwa ia adalah orang yang patut untuk dicintai.³⁷

D. Korelasi antara tayangan sinetron 'cookies' di SCTV dengan perilaku interpersonal remaja

Manusia adalah makhluk social yang tidak pernah lepas dari kepentingan dan kebutuhan untuk berhubungan dengan orang lain (hubungan antar pribadi). Dan kadar pemenuhan kebutuhan-kebutuhan itu akan membentuk berbagai macam perilaku antar pribadi diantaranya ada yang berkembang kearah perilaku patologis, seperti perilaku afeksi yang cenderung merasa ingin dicintai dan disukai.

Dalam tayangan sinetron 'cookies' di SCTV ceritanya pun seringkali menggambarkan perilaku afeksi antar pribadi remaja, dimana setiap tokoh pemainnya selalu identik dengan masalah percintaan yang terkadang berawal dari teman, sahabat sampai akhirnya menjadi pacar. Dalam hal ini ada dua kemiripan satu sama lain dan saling memberi penilaian yang positif.

Hal tersebut di atas tidak dapat kita tepis dalam kehidupan. Oleh karena itu, kebanyakan tayangan sinetron mengisahkan suatu hal yang tidak pernah lepas

³⁷ Ibid, hal.150

dari kehidupan kita yaitu persahabatan dan cinta. Adapun jenis-jenis cinta adalah sebagai berikut:

Tabel 2.2
Mengenai jenis-jenis cinta

JENIS CINTA	CIRI-CIRINYA:
Eross : Cinta membara (<i>Passionate Love</i>)	Saling tertarik begitu saling berjumpa.
Storge: Cinta Karib (<i>companionate Love</i>)	Persahabatan yang mendalam, tidak emosional, tidak misterius.
Ludus: Cinta main-main	Mempunyai 2 pacar dan mereka tidak boleh saling berjumpa
Mania: Cinta posesif (menuntut)	Tidak bisa tenang kalau saya pikir pacar saya dengan orang lain.
Pragma: Cinta logika	Yang terbaik adalah mencintai seseorang yang berlatar belakang sama.
Agape: Cinta yang tidak mementingkan diri sendiri	Lebih baik saya yang menderita daripada dia.

Sumber data: Hendrick, 1986

Dari pembahasan tersebut di atas dapatlah ditarik benang merah bahwa antara tayangan sinetron '*cookies*' di SCTV dengan perilaku afeksi (bersahabat) interpersonal remaja sangatlah berhubungan. Hal ini dikarenakan tayangan sinetron '*cookies*' yang ditayangkan di SCTV, tidak berbeda jauh dengan perilaku remaja Kalianyar Kulon Surabaya yang cenderung berperilaku afeksi (bersahabat), karena mereka cenderung menginginkan hubungan yang lebih karib layaknya usia remaja pada umumnya, yang mana terkadang mereka sangat bersahabat antara remaja yang satu dengan remaja yang lain. Akan tetapi, terkadang mereka saling menjauh dari hubungan tersebut. Misalnya, apabila orang yang mereka sayangi dekat dengan orang lain, maka mereka cenderung membenci sahabat yang telah menarik hati orang yang mereka cintai atau sukai.

d. Hipotesa Penelitian

Agar penelitian ini mencapai sasarannya dan untuk menghindari adanya data yang kurang relevan, maka penulis mengemukakan suatu hipotesa.

Hipotesa adalah alat yang sangat besar kegunaannya dalam penyelidikan ilmiah, hipotesa memungkinkan kita menghubungkan teori dengan pengamatan dan sebaliknya pengamatan dengan teori.³⁸

Menurut Suharsimi Arikunto, hipotesa adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul.

³⁸ Arief Furchan, Pengantar Penelitian Dalam Pendidikan, (Usaha Nasional ; Surabaya), 1982 , hal.120

Dalam penelitian ini penulis dapat mengemukakan 2 (dua) jenis hipotesa, yaitu :

2. Hipotesa Kerja
 3. Hipotesa Nihil
1. Hipotesa Kerja (H_1) yang menyatakan :
“Ada hubungan antara tayangan sinetron ‘cookies’ di SCTV terhadap perilaku afeksi (bersahabat) interpersonal remaja di Kalianyar Kulon Kelurahan Bongkaran, Kecamatan Pabean Cantikan Surabaya“.
 2. Hipotesa Nihil (H_0) yang menyatakan:
“Tidak ada hubungan antara tayangan sinetron ‘cookies’ di SCTV terhadap perilaku afeksi (bersahabat) interpersonal remaja di Kalianyar Kulon Kelurahan Bongkaran Kecamatan Pabean Cantikan Surabaya.“

BAB III

METODE PENELITIAN

Untuk menguraikan permasalahan maka diperlukan metode sebagai alat untuk membahas dan menganalisa. Adapun metode yang penulis gunakan adalah sebagai berikut :

A. PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN

Dalam hal ini penulis menggunakan jenis penelitian *kuantitatif* yang merupakan pendekatan untuk memperoleh suatu gambaran masalah yang dihadapi mahasiswa dan alternatif solusi yang digunakan adalah angka-angka yang datanya berwujud bilangan (skor, nilai, peringkat atau frekuensi) yang dianalisis menggunakan statistic untuk menjawab hipotesis penelitian tersebut.

Adapun jenis penelitian ini menggunakan pendekatan 'inferensial' yakni penelitian yang dilakukan untuk memberi suatu gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, setelah itu dilakukan sebuah pengambilan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum, kemudian diukur dan dihitung secara langsung, sehingga dalam mendeskripsikannya berupa bentuk angka – angka atau bertumpu pada tolak ukur

dalam memahami gejala sosial, sehingga dapat menggunakan angka – angka atau data yang dapat diangkakan.³⁹

B. LOKASI PENELITIAN

Penulis dalam melakukan penelitian ini mengambil lokasi di RW 07 Kelurahan Bongkaran Kecamatan Pabean Cantikan Surabaya.yang terletak di Kalianyar Kulon Surabaya.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tayangan sinetron ‘cookies’ di SCTV dengan perilaku afeksi (bersahabat) interpersonal remaja Kalianyar Kulon Kelurahan Bongkaran, Kecamatan Pabean Cantikan Surabaya dengan pertimbangan sebagai berikut :

1. Letak geografis Kalianyar Kulon diakrenakan letaknya strategis di pusat kota dan mudah dijangkau.
2. Komunitas remaja Kalianyar Kulon yang cenderung berperilaku interpersonal dengan meniru perilaku seperti yang dilakukan oleh para tokoh medianya , sehingga mereka menginginkan adanya hubungan antar pribadi yang intensif sampai pada penarikan, seperti adanya rasa ingin dicintai ataupun sebaliknya.

³⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*, (Rineka Cipta ; Jakarta), 2003, hal.108-109

C. VARIABEL PENELITIAN

Variabel adalah objek penelitian yang dikaji.⁴⁰ Dalam buku Metode Penelitian Komunikasi, variabel digolongkan menjadi 2 (dua), yaitu:

Pertama, Variabel bebas (*Independent Variable*) adalah, variabel yang beroperasi secara bebas dan aktif serta diselidiki pengaruhnya.

Kedua, variabel terikat (*dependent variable*) adalah, variabel yang diramalkan akan timbul dalam hubungan fungsional atau cenderung sebagai variabel bebas.⁴¹

1. Variabel bebas (X) : Tayangan sinetron ' cookies ' di SCTV
2. Variabel terikat (Y) : Perilaku afeksi (bersahabat) interpersonal remaja

D. INDIKATOR PENELITIAN

Adapun indikator penelitian ini penulis klasifikasikan menjadi 2 (dua), yaitu :

Pertama, Variabel bebas, yaitu: Tayangan Sinetron 'cookies' di SCTV) yang terdiri 3 indikator. Kedua, variabel terikat, yaitu: Perilaku afeksi (bersahabat) interpersonal remaja.

⁴⁰ Ibid, hal. 97

⁴¹ Djalaluddin Rachmat, Metode Penelitian Komunikasi, (Remadja Rosda Karya,; Bandung), 1999, hal.12-13

Tabel 3.1
Pemaparan mengenai indikator dari tiap variabel

Tayangan sinetron ‘ cookies ‘ di SCTV (variabel X)	Indikator : 1. Pemeran dalam serial 2. Berapa lama mereka menonton. 3. Ketepatan jam tayang. 4. Cerita yang diminati penonton.
Perilaku interpersonal remaja (variabel Y)	Indikator : i. Persepsi sahabat. 2. Adanya rasa ingin disukai dan diterima oleh pribadi lain atau sebaliknya. 3. Tampilan diri dalam berinteraksi dengan teman/sahabat. 4. Ingin meniru gaya persahabatan adegan suatu tayangan.

E. METODE PENENTUAN OBYEK

Untuk mendapatkan data yang akurat dalam penelitian ini , maka penulis menggunakan metode penentuan obyek populasi dan sampel, agar penelitian ini nantinya dapat diketahui ada tidaknya korelasi sebuah tayangan '*cookies*' di SCTV dengan perilaku afeksi (bersahabat) remaja RW 07 sebagaimana berikut:

1. Populasi

Yaitu, keseluruhan subyek penelitian.⁴² Dari definisi tersebut , maka dapat kita pahami bahwa populasi merupakan individu-individu atau keseluruhan obyek yang akan diteliti dalam suatu penelitian. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini , adalah keseluruhan remaja di Kalianyar Kulon Surabaya.

Adapun populasi yang penulis teliti untuk lebih jelasnya penulis buat tabel sebagai berikut :

⁴² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*, (Rineka Cipta ; Yogyakarta), 1999, hal.115

Tabel 3.4
Mengenai Jumlah Populasi Remaja Kalianyar Kulon Surabaya

NO	RT	Remaja		JUMLAH SAMPEL
		Laki-laki	Perempuan	
1	01	5	5	10
2	02	10	6	16
3	03	10	10	20
4	04	14	16	30
5	05	8	10	18
6	06	10	8	18
7	07	12	10	22
8	08	14	16	30
Jumlah		83	81	164

Sumber data: Penelitian tahun 2007

2. Sampel

Yaitu, Sebagian dari populasi yang diteliti dan diselidiki atau sejumlah penduduk yang jumlahnya kurang dari jumlah populasi.⁴³

Dinamakan sampel apabila kita dapat mengangkat kesimpulan sebagai suatu yang berlaku dalam populasi.

⁴³ Sutrisno Hadi, Statisti Jilid II, (Fak.Psikologi UGM ; Yogyakarta), 1981 , hal.221

Adapun teknik pengambilan sampel tersebut, adalah peneliti mencampur subyek-subyek didalam populasi dengan mengundi, sehingga semua subyeknya dianggap sama.

Menurut Suharsimi Arikunto, mengatakan bahwa: "Untuk sekedar ancer-ancer apabila subyeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semua, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Akan tetapi, jika jumlah subyeknya besar, maka dapat diambil antara 10 - 15 % atau 20 - 25 % atau lebih."⁴⁴

Tabel 3.5
Mengenai jumlah sampel remaja Kalianyar Kulon Surabaya

NO	RT	Akumulasi		JUMLAH SAMPEL
		Populasi	Prosentase	
1	01	10	20%	2
2	02	16	20%	3
3	03	20	20%	4
4	04	30	20%	6
5	05	18	20%	4
6	06	18	20%	4
7	07	22	20%	4
8	08	30	20%	6
Jumlah		164		33

⁴⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*, (Rineka Cipta ; Yogyakarta), 1999, hal.107

F. INSTRUMEN PENELITIAN

Instrumen penelitian, adalah alat pada waktu penelitian dengan menggunakan sesuatu metode.⁴⁵ Dalam hal ini instrument penelitian yang penulis gunakan sama dengan metode yang digunakan dalam penelitian, yaitu : metode observasi dan metode angket. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Observasi adalah kegiatan yang paling utama dan teknik penelitian yang penting. Karl Weick mendefinisikan observasi sebagai “pemilihan, pengubahan, pencatatan, dan pengadaan serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisasi *in situ*, sesuai dengan tujuan-tujuan empiris.”⁴⁶

2. Metode Angket

Instrumen untuk metode angket, yaitu angket yang berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada tiap-tiap responden (remaja Kalianyar Kulon Surabaya), disini penulis mempunyai pertimbangan dan alasan tersendiri, bahwa tidak semua responden (remaja) menonton tayangan sinetron ‘cookies’ di SCTV. Jadi, penulis dapat mencari tahu data tersebut melalui angket yang telah diisi oleh remaja tersebut (responden).

⁴⁵ Ibid , hal. 109

⁴⁶ Onong Uchjana, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Citra Aditya Bhakti; Bandung), 2000, hal.

G. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Adalah cara yang dipakai dalam mengumpulkan data, sedangkan instrument adalah alat bantu yang digunakan dalam pengumpulan data tersebut, antara lain :

1. Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dimana penyelidik mengadakan pengamatan secara langsung maupun tak langsung (tanpa alat) terhadap gejala – gejala subyek yang diselidiki, baik pengamatan itu dilakukan dalam situasi yang sebenarnya, maupun dalam situasi buatan yang khusus diadakan.⁴⁷

Metode ini penulis gunakan untuk mencari data keadaan obyek yang diteliti juga pelaksanaan kegiatan remaja Kalianyar Kulon Kelurahan Bongkaran Kecamatan Pabean Cantikan. Misalnya : kegiatan karang taruna.

2. Angket

Yaitu, suatu proses pencarian data dengan cara sampel dihubungkan – hubungkan langsung melalui daftar pertanyaan tertulis, yang mana harus dikerjakan oleh orang yang diteliti atau responden.⁴⁸

Metode ini penulis gunakan untuk mengetahui data-data tentang korelasi antara tayangan sinetron ‘cookies’ di SCTV dengan perilaku interpersonal remaja Kalianyar Kulon Kelurahan Bongkaran Kecamatan Pabean Cantikan Surabaya.

⁴⁷ Winarno Surakhmad, Pengantar Penelitian Ilmiah, (Tarsito ; Bandung), 1990, hal.162

⁴⁸ Ibid, hal.180 digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

H. TEKNIK ANALISIS DATA

Analisis data merupakan proses menghubungkan dan mengelompokkan antara fakta yang satu dengan yang lain, sehingga mendapat kesimpulan yang benar.

Analisis data yang digunakan oleh penulis untuk menganalisa data dari hasil penelitian ini adalah dengan menggunakan data yang berwujud angka.

Untuk mengetahui bagaimana tayangan sinetron ‘cookies’ di SCTV dengan perilaku interpersonal remaja di Kalianyar Kulon Surabaya, maka penulis menggunakan prosentase, sebagai berikut :

$$P = \frac{F}{N}$$

Keterangan :

P = Prosentase

F = Frekwensi

N= Jumlah sampel yang diteliti

Adapun teknik statistik yang penulis gunakan adalah rumus korelasi “*Product Moment* “. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara tayangan sinetron ‘cookies’ di SCTV dengan perilaku interpersonal remaja di Kalianyar Kulon Surabaya. Adapun rumus ‘*product moment*’ yang penulis gunakan adalah sebagai berikut :

$$r_{XY} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

XY = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y (dua variabel yang dikorelasikan).

X = Nilai yang diperoleh dari interview responden tentang tayangan sinetron ‘ cookies ‘ di SCTV

Y = Nilai yang diperoleh dari interview responden tentang perilaku interpersonal remaja

XY = Jumlah product X dan Y

N = Jumlah sampel yang diteliti

Sedangkan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel X dan Y , maka penulis gunakan pedoman ancer – ancer atau interpretasi terhadap koefisien korelasi sebagai berikut :⁴⁹

Tabel 3.6
Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Korelasi sangat rendah.
0,20 – 0,399	Korelasi rendah.
0,40 – 0,599	Korelasi yang sedang atau cukup.
0,60 – 0,799	Korelasi yang kuat atau tinggi.
0,80 - 1000	Korelasi yang sangat kuat atau sangat tinggi.

⁴⁹ Sugiyono, Statistik Untuk Penelitian, (CV.Alfabet;Bandung), 2003, hal.216

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISA DATA

A. Gambaran Umum Obyek penelitian

1. Sejarah singkat wilayah Kalianyar Kulon Surabaya

Kelurahan Bongkaran yang memiliki 7 (tujuh) RW, dimana salah satu diantaranya adalah wilayah Kalianyar Kulon yang menempati urutan RW 07. Pada zaman dahulu, adalah sebuah wilayah perkebunan yang minim akan pemukiman. Akan tetapi, setelah muncul para penjajah wilayah tersebut dibenahi menjadi suatu kawasan yang layak huni dengan bangunan yang sederhana, karena wilayah tersebut dekat stasiun kereta api, yang sekarang terkenal dengan stasiun Semut.

Pada era pasca penjajahan, bangunan yang dulunya penuh dengan kebun tersebut, tiba-tiba tergenangi oleh aliran sungai yang meluap, sehingga oleh pemerintah kota kawasan tersebut dijadikan sebagai suatu kawasan dengan sistem kependudukan yang teratur dan sungai yang berada di sebelah selatan wilayah Kalianyar Kulon, akhirnya sebelah selatannya dijadikan sebagai jalan raya yang terhubung dengan wilayah lain dan pusat kota Surabaya.

Dari keputusan dan ketentuan pemerintah tersebut, akhirnya dibentuklah suatu Kelurahan dengan nama Bongkaran, dimana Kalianyar Kulon diklasifikasikan ke dalam bagian Kelurahan Bongkaran yang terletak di Jalan

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
Coklat Surabaya.

2. Letak geografis Kalianyar Kulon Surabaya

Kalianyar Kulon Surabaya ini dinamai demikian sesuai dengan wilayahnya yang dekat dengan kali dengan luas wilayah sekitar 7 x 200 M. Selain itu RW 07 ini memiliki 8 (delapan) RT dengan nama yang berbeda-beda, antara lain: Kalianyar Kalimir, Kalianyar kebon dan ada juga yang menamai sesuai dengan nomor urut gang tanpa ada istilah lain.

Lokasi Kalianyar Kulon ini wilayahnya bisa dikatakan cukup strategis, karena:

1. Berada tidak jauh dari Monumen Tugu Pahlawan, yang mana hal ini memudahkan masyarakatnya untuk selalu melihat dan mengenang jasa para pahlawan.
2. Terletak di perkampungan yang sangat padat penduduk, sehingga remajanya dapat menambah teman dalam bergaul, serta dapat lebih bisa mengaktualisasikan diri kepada masyarakat sekitar.
3. Berada tidak jauh dari taman hiburan rakyat (THR), sehingga memudahkan masyarakatnya, khususnya remaja untuk bisa mengikuti pola hidup sedikit modern dan di sana remajanya juga bisa menikmati apresiasi karya dan seni di Taman remaja.

Adapun letak geografis Kalianyar Kulon adalah :

- Sebelah Utara : Wilayah Pengampon
- Sebelah Selatan : Wilayah Jagalan
- Sebelah Timur : Wilayah Kalianyar Wetan
- Sebelah Barat : Wilayah Semut

Adapun sarana dan prasarana RW 07 Kelurahan Bongkaran guna memfasilitasi masyarakatnya dalam melakukan aktivitas sehari-hari, adalah sebagai berikut:

1. Adanya gedung balai RW 07
2. Terdapat pasar tradisional yang terletak di wilayah balai RW 07.
3. Adanya gedung sekolah taman kanak-kanak Taruna Bhakti.
4. Terdapat 3 musholla.

3. Keadaan personalia Kalianyar Kulon

Ketua RW 07 (Kalianyar Kulon) telah membentuk suatu kepengurusan, dimana salah satunya adalah sie sosbud pemuda dan olahraga (Karang Taruna) yang menangani masalah kepemudaan. Kepengurusan RW 07 yang terdiri dari ketua, sekretaris, bendahara dan staf-staf yang lain berkeinginan membentuk sie sosbud dikarenakan mereka menginginkan agar pemuda-pemudinya dapat aktif dan mudah bersosialisasi dengan masyarakat sekitar.

Selain hal tersebut di atas, terbentuknya karang taruna RW 07 tidak lain adalah untuk mempersatukan para remajanya agar saling bekerjasama, khususnya dalam pengaktualisasian diri. Adapun struktur kepengurusan RW 07 Kelurahan Bongkaran adalah sebagai berikut:

3.1 Kepengurusan RW 07 Kelurahan Bongkaran Kecamatan Pabean Cantikan Kota

Surabaya, adalah:

Ketua : HOSLEH ABDULLAH

Wakil RW : M.HOLI

Sekretaris : IRMATUS SHOLIHAH

Wak.sek : MUNAKI

Bendahara : WILLY JANUAR TEDJA PRANA

Wabend : WELLY SETIAWAN

Seksi-seksi :

Sie Pembangunan :

1. AGUS DJAUHAR ARIFIN
2. SULHAN

Sie ketentraman :

- 1.TUBI BUDIANTO
- 2.DIDIK PRIBADI
- 3.ASRAWI

Sie Pemberdayaan Keluarga :

2. NINA IRVANTY.H
3. SITI HALIMAH

Sie Kebersihan dan Lingkungan hidup :

1. ACHMAD
2. DOLOG
3. MUCHTAR

Sie sosbud Pemuda dan Olahraga :

1. FUDHOLI
2. AGUS
3. ZUBAIDAH
4. SUJUD

3.2 Kepengurusan Karang Taruna RW 07 Kelurahan Bongkaran Kecamatan Pabean

Cantikan Kota Surabaya, adalah:

Ketua : Agus Muchtar

Wakil : Adi Suyitno

Sekretaris : Fitria Nilam Sari

Benclahara : Zubaidah

Seksi-seksi :

Sie Humas:

1. Abdul Yazid
2. Yuliana
3. Nasruddin

Sie Olahraga :

1. Lukas
2. Suwandi
3. Nur.H.

Sie Kerohanian :

1. Fudhon Anwar

2. Farhayati

3. Syamsul .M

Sie Kesenian :

1. Santi Febrianti

2. Romli

3. Basuki

B. Penyajian Data

1. Data tentang tayangan 'cookies' di SCTV

Dapat diketahui bahwa 33 responden memiliki kesempatan untuk menjawab 10 item pertanyaan, dimana tiap pertanyaan memiliki 4 pilihan (a, b, c, d). Adapun masing-masing jawaban per-item mendapat skor sebagai berikut:

- a. penilaian (A) dengan nilai 4 (sangat tinggi)
- b. penilaian (B) dengan nilai 3 (tinggi)
- c. penilaian (C) dengan nilai 2 (cukup)
- d. penilaian (D) dengan nilai 1 (rendah)

Data dapat diperoleh dari angket yang telah disebarkan kepada 33 responden (remaja) dari sampel yang telah ditentukan. Dan untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.1
Data hasil angket tentang tayangan sinetron 'cookies' di SCTV

No	No responden	Nomor / skor jawaban masing-masing soal										Jumlah
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1.	01	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	23
2.	02	4	2	3	2	3	2	3	4	2	4	29
3.	03	3	2	2	2	2	3	1	2	2	2	21
4.	04	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	31
5.	05	1	4	2	4	4	4	4	4	3	3	33
6.	06	4	3	2	2	3	4	3	4	4	4	33
7.	07	4	2	4	4	4	4	4	4	4	1	35
8.	08	4	2	2	4	2	4	4	2	4	4	32
9.	09	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	24
10.	10	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	17
11.	11	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	37
12.	12	4	3	3	3	3	2	2	3	4	4	31
13.	13	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	24
14.	14	3	4	2	2	2	3	2	2	3	2	25
15.	15	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	27
16.	16	3	3	3	2	2	3	2	2	2	4	25
17.	17	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	23
18.	18	4	2	2	4	4	2	2	4	4	3	33
19.	19	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	38
20.	20	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	36
21.	21	3	4	3	2	3	4	3	4	4	4	31
22.	22	2	2	2	2	2	2	2	1	1	4	20
23.	23	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	38
24.	24	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	38
25.	25	4	3	3	2	2	3	3	3	3	4	29
26.	26	3	3	2	2	3	4	3	3	3	4	30
27.	27	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	24
28.	28	4	3	4	3	3	3	2	4	4	4	34
29.	29	3	4	2	2	3	3	3	3	2	4	29
30.	30	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
31.	31	4	3	2	2	3	2	2	3	4	3	24
32.	32	2	2	2	1	2	3	1	2	1	2	18
33.	33	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	13
Jumlah												944

2. Data tentang perilaku afeksi (bersahabat) interpersonal remaja

Berikut ini penulis sajikan data tentang perilaku afeksi (bersahabat) interpersonal remaja Kalianyar Kulon Surabaya, dari penyebaran angket kepada 33 responden (remaja). Sedangkan angket tersebut berisi 10 item pertanyaan, dimana tiap-tiap pertanyaan memiliki 4 (empat) pilihan jawaban (a, b, c, d), dengan penilaian sebagai berikut:

- a. penilaian (A) dengan nilai 4 (sangat tinggi)
- b. penilaian (B) dengan nilai 3 (tinggi)
- c. penilaian (C) dengan nilai 2 (cukup)
- d. penilaian (D) dengan nilai 1 (rendah)

Adapun data dari hasil angket dapat dilihat pada tabel berikut di bawah ini:

Tabel 4.2
Data hasil angket tentang perilaku interpersonal remaja

No	No Responden	Nomor / skor jawaban masing-masing soal										Jumlah
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
01	01	3	3	2	1	2	3	4	1	2	4	25
02	02	2	3	2	3	2	3	2	3	1	2	23
03	03	2	3	2	3	2	2	4	2	1	2	23
04	04	4	4	3	3	1	2	4	4	3	4	32
05	05	4	4	2	4	2	4	4	2	4	4	34
06	06	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	37
07	07	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	36
08	08	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	30
09	09	4	4	2	2	4	4	2	4	4	4	27
10	10	2	2	2	3	3	4	2	3	4	2	23
11	11	4	3	2	1	2	2	3	2	2	4	26
12	12	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	26
13	13	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	34
14	14	2	2	4	3	2	4	4	1	3	4	31
15	15	2	2	3	1	2	2	4	2	3	2	20
16	16	2	2	3	1	2	2	4	2	3	2	20
17	17	3	3	2	3	1	3	2	3	2	4	19
18	18	3	3	2	3	1	3	2	3	2	4	20
19	19	3	2	1	1	2	2	2	1	2	4	25
20	20	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	25
21	21	2	4	4	4	3	4	4	2	4	4	35
22	22	4	4	2	4	4	4	2	4	2	4	38
23	23	4	4	2	4	4	4	2	4	2	4	34
24	24	4	2	4	4	2	4	4	4	2	4	34
25	25	4	4	3	2	3	2	4	3	3	4	32
26	26	2	3	2	4	2	1	3	1	3	4	25
27	27	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	38
28	28	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	34
29	29	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	34
30	30	4	4	3	1	2	1	1	2	3	2	21
31	31	3	3	3	1	2	2	3	2	2	4	30
32	32	4	4	4	3	2	2	3	2	2	4	28
33	33	4	3	3	3	3	3	2	3	2	2	28
34	34	4	4	4	4	2	3	4	2	1	4	32
35	35	4	4	3	2	2	3	3	2	2	4	29
36	36	4	4	2	4	4	2	2	2	4	2	30
37	37	4	3	3	2	3	3	2	2	1	2	25
38	38	4	4	2	2	1	1	4	2	3	3	23
39	39	4	4	2	2	1	2	2	1	1	2	16
Jumlah												935

Tabel 4.3

Tabulasi kerja koefisien Korelasi Antara Tayangan 'cookies' Di SCTV Terhadap Perilaku Afeksi (bersahabat) Interpersonal Remaja Kalianyar Kulon Surabaya

NO	X	Y	X^2	Y^2	XY
1	23	25	529	625	575
2	29	23	841	529	667
3	21	23	441	529	483
4	31	32	961	1024	992
5	33	34	1089	1156	1122
6	33	37	1089	1369	1221
7	35	36	1225	1296	1260
8	32	30	1024	900	960
9	24	27	576	729	648
10	17	23	289	529	391
11	37	26	1369	676	962
12	31	34	961	1156	1054
13	24	31	576	961	744
14	25	20	625	400	500
15	27	19	729	361	513
16	25	20	625	400	500
17	23	25	529	625	575
18	33	35	1089	1225	1155
19	38	38	1444	1444	1444
20	36	34	1296	1156	1224
21	31	32	961	1024	992
22	20	25	400	625	500
23	38	38	1444	1444	1444
24	38	34	1444	1156	1292
25	29	21	841	441	609
26	30	30	900	900	900
27	24	28	576	784	672
28	34	32	1156	1024	1088
29	29	29	841	841	841
30	39	30	1521	900	1170
31	24	25	576	625	600
32	18	23	324	529	414
33	13	16	169	256	208
TOTAL	944	935	28460	27639	27720

B. Pengujian Hipotesis

Dari perhitungan tabel sebelumnya, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Menjumlahkan skor variabel X, maka diperoleh $X = 908$
2. Menjumlahkan skor variabel Y, maka diperoleh $Y = 897$
3. Mencari rata-rata (mean) nilai X dan , dengan rumus:

$$M = \frac{F}{N}$$

Keterangan :

M = Nilai rata-rata

F = Frekwensi jumlah yang dipilih

N = Jumlah responden

Data ini adaian digunakan sebelum menentukan ada tidaknya korelasi, maka peneliti menentukan nilai rata-rata skor pada tiap item pertanyaan variabel.

Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut:

- a. Pada variabel bebas (X), maka:

$$MX = \frac{X}{N} = \frac{944}{33} = 28,60$$

- b. Pada variabel terikat (Y), maka:

$$MY = \frac{Y}{N} = \frac{935}{33} = 28,33$$

Setelah diketahui nilai rata-rata (mean) dalam tiap variabel, maka dapat ditentukan:

- a. Pada variabel bebas (X), meannya adalah 28,60. Sehingga jika jumlah nilai atau skor tiap responden dalam variabel ini lebih dari 28,60 maka ditetapkan sebagai tingkat tinggi. Sedangkan jika jumlah nilai responden berada di bawah nilai rata-rata, maka ditetapkan sebagai tingkat rendah.
- b. Pada variabel terikat (Y), meannya adalah 28,33. Adapun jika jumlah nilai atau skor tiap responden dalam variabel ini lebih dari 28,33 maka ditetapkan sebagai tingkat tinggi. Sedangkan jika jumlah nilai responden berada di bawah nilai rata-rata (mean), maka ditetapkan sebagai tingkat rendah.

Berdasarkan ketentuan di atas, maka akan dicari tingkatan tertinggi dan rendah yang dicapai oleh masing-masing responden pada tiap variabel dan mengkategorikan tingkat tinggi dengan simbol (+) dan tingkat rendah dengan simbol (-), sehingga dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini:

Tabel 4.4
Kategori Tingkatan Pada Variabel Bebas (X)

No responden	Skor	Mean	Kategori
01	23	28,60	-
02	29	28,60	+
03	21	28,60	-
04	31	28,60	+
05	33	28,60	+
06	33	28,60	+
07	35	28,60	+
08	32	28,60	+
09	24	28,60	-
10	17	28,60	-
11	37	28,60	+
12	31	28,60	+
13	24	28,60	-
14	25	28,60	-
15	27	28,60	-
16	25	28,60	-
17	23	28,60	-
18	33	28,60	+
19	38	28,60	+
20	36	28,60	+
21	31	28,60	+
22	20	28,60	-
23	38	28,60	+
24	38	28,60	+
25	29	28,60	+
26	30	28,60	+
27	24	28,60	-
28	34	28,60	+
29	29	28,60	+
30	39	28,60	+
31	24	28,60	-
32	18	28,60	-
33	13	28,60	-

Tabel 4.5
Kategori Tingkatan Pada Variabel Terikat (Y)

No responden	Skor	Mean	Kategori
01	25	28,33	-
02	23	28,33	-
03	23	28,33	-
04	32	28,33	+
05	34	28,33	+
06	37	28,33	+
07	36	28,33	+
08	30	28,33	+
09	27	28,33	-
10	23	28,33	-
11	26	28,33	-
12	34	28,33	+
13	31	28,33	+
14	20	28,33	-
15	19	28,33	-
16	20	28,33	-
17	25	28,33	-
18	35	28,33	+
19	38	28,33	+
20	34	28,33	+
21	32	28,33	+
22	25	28,33	-
23	38	28,33	+
24	34	28,33	+
25	21	28,33	-
26	30	28,33	+
27	28	28,33	-
28	32	28,33	+
29	29	28,33	+
30	30	28,33	+
31	25	28,33	-
32	23	28,33	-
33	16	28,33	-

Adapun setelah melakukan tabulasi pada masing-masing variabel, selanjutnya peneliti mengklasifikasikan kedua variabel tersebut guna mengetahui jumlah responden yang masuk kategori tingkat tinggi maupun rendah pada tiap variabelnya.

Untuk lebih jelasnya, kedua kategori tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6

Kategori Tingkatan Variabel Bebas dan Terikat

No	Variabel	Kategori		Jumlah
		Tinggi	Rendah	
1	Bebas (X)	19	14	33
2	Terikat (Y)	17	16	33

Adapun untuk menguji ada tidaknya korelasi antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y), maka penulis menggunakan rumus *product moment* sebagai berikut:

Sebelumnya, Diketahui:

$$\Sigma_{XY} = 27720$$

$$\Sigma X^2 = 28460$$

$$\Sigma Y^2 = 27639$$

$$N = 33$$

Dari perhitungan tabel sebelumnya, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Menjumlahkan skor variabel X, maka diperoleh $\Sigma X = 944$

2. Menjumlahkan skor variabel Y, maka diperoleh $\Sigma Y = 935$

3. Mencari rata-rata (mean) nilai X dan Y, dengan rumus:

$$M_X = \frac{\Sigma X}{N} = \frac{944}{33} = 28,60$$

$$M_Y = \frac{\Sigma Y}{N} = \frac{935}{33} = 28,33$$

4. Mengalikan masing-masing skor variabel X dan Y, maka diperoleh $\Sigma XY = 27720$

5. Mengkuadratkan variabel X (X^2), setelah itu dijumlahkan dengan hasil $\Sigma X^2 = 28460$

6. Mengkuadratkan variabel Y (Y^2), setelah itu dijumlahkan dengan hasil $\Sigma Y^2 = 27639$

7. Mencari r_{XY} dengan menggunakan rumus *product moment*.

Adapun untuk menguji ada tidaknya korelasi antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y), maka penulis menggunakan rumus *product moment* sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{N \cdot \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N \cdot \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \{N \cdot \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

$$\begin{aligned} r_{XY} &= \frac{33 \cdot 27720 - (944)(935)}{\sqrt{\{33 \cdot 28460 - (944)^2\} \{33 \cdot 27639 - (935)^2\}}} \\ &= \frac{914760 - 882640}{\sqrt{\{939180 - 891130\} \{912087 - 87225\}}} \\ &= \frac{32120}{\sqrt{\{48044\} \{37862\}}} \end{aligned}$$

$$= \frac{32120}{\{219,18941\} \{194,5816\}}$$

$$= \frac{32120}{42650,226}$$

$$= 0,75310269$$

Dari perhitungan tersebut di atas, maka diperoleh nilai 'XY sebesar 0,753 dengan menggunakan interpretasi secara sederhana, maka terdapat korelasi yang tinggi. Akan tetapi, jika menggunakan tabel harga kritik dari "r" *product moment*, maka langkah yang diambil adalah: mencari Df

$$Df = N - Nr$$

Keterangan :

Df = Degress Of Fredom

N = Number Of Cases

Nr = Banyak variabel yang diteliti

Jadi, Df = N - Nr

$$= 33 - 2$$

$$= 31$$

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari perhitungan tersebut di atas, maka diperoleh nilai r_{XY} sebesar 0,753. Adapun jika dilihat dari interpretasi besar nilai " r " product moment, maka korelasinya berada diantara 0,600-0,799 (tinggi)

Maka dalam penelitian ini terdapat H_1 (hipotesis kerja) yang mengatakan bahwa penelitian ini terdapat korelasi yang tinggi dikarenakan perhitungannya memperoleh hasil yang signifikan. Berarti teori yang penulis gunakan cocok dengan realitas atau fenomena di lapangan, bahwasanya antara tayangan sinetron 'cookies' di SCTV dengan perilaku interpersonal remaja Kalianyar Kulon Surabaya terdapat korelasi.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa data telah diperoleh bukti bahwa hipotesa kerja (H1) diterima, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari penelitian tersebut, maka ada hubungan atau korelasi antara tayangan sinetron 'cookies' di SCTV dengan perilaku interpersonal remaja Kalianyar Kulon Kelurahan Bongkaran Kecamatan Pabean Cantikan Surabaya. Hal ini terbukti dari hasil XY mendapat nilai 0,753 yang berarti korelasi kedua variabel tersebut tinggi, baik pada taraf signifikannya 5% atau 1%. Adapun jika dikonsultasikan dengan interpretasi nilai *r product moment* berada diantara 0,70-0,90 yang berarti tinggi.
2. Berdasarkan interpretasi secara sederhana terhadap angka Indeks Korelasi "*r*" *product moment* (XY) diperoleh hasil 0,75 yang berarti antara tayangan sinetron 'cookies' di SCTV dengan perilaku interpersonal remaja Kalianyar Kulon Surabaya itu terdapat korelasi yang tinggi.

B. SARAN-SARAN

Adapun saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi para orang tua sudah semestinya mendidik anak-anak mereka khususnya remaja, untuk dapat memilah mana tayangan yang diperuntukkan untuk anak seusianya atau jika tidak, dampingi mereka

dalam menonton sebuah sinetron. Hal ini penting sekali agar mereka dapat berperilaku seyogyanya, mengingat seumuran mereka masih dalam proses pencarian jati diri.

2. Bagi semua praktisi dunia *broadcasting*, hendaknya dapat menyajikan tayangan yang benar-benar mendidik para remaja agar lebih kreatif dan bermoral dalam mengaplikasikan sebuah terpaan media komunikasi massa. Hal ini dikarenakan media komunikasi massa dewasa ini banyak memuat unsure *kapitalisme*.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Bandung : Rineka Cipta, 1998.
- Azwar, Saifuddin. *Sikap Manusia*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1998.
- Baron Robert.A. *Psikologi Sosial*, Jakarta : Erlangga
- Efendi, Uchjana Onong. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* Bandung : Citra Aditya Bakti 1993.
- Furhan, Arif. *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*, Surabaya : Usaha Nasional 1992.
- Hadi. Sutrisno, *Statistik Jilid II*, Yogyakarta : Fakultas Psikologi UGM, 1981.
- J. Schultze Quentin, *Menangkan Anak-Anak dari Pengaruh Media*, Jakarta : IKAPI, 1996
- Ni'am. Munawar, *Mengikat Cinta*, Yogyakarta : Saifana Press, 2002
- Panuju Panut dan Kusuma Ida, *Psikologi Remaja*, Yogyakarta : Tiara Wacana, 1999.
- Purwadaminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka. 1991.
- Sarlito, wirawan Sarwono, *Psikologi Sosial*, Jakarta : Balai Pustaka, 2002.
- Sarlito Wirawan Sarwono, *Teori-Teori Psikologi Sosial*, Jakarta : Rajawali Lentera, 1993.
- Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung : CV.Alfabet, 2003
- Walgito Bimo, *Psikologi Sosial*, Yogyakarta : ANDI, 1999.
- Winarno Surahmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, Bandung : Tarsito 1994.
- WWW. Astaga. Com
- Zulkifli L, *Psikologi Perkembangan*, Bandung : Remaja Rosdakarya 1986