

PERSEPSI IBU RUMAH TANGGA TERHADAP SERIAL DRAMA TELEVISI ELIF DI SCTV (RISET AUDIENS DI KELURAHAN CAILE KABUPATEN BULUKUMBA)

*Household Perception of Against Drif Television Series Elif on Sctv
(Audience Research in Caile Village, Bulukumba Regency)*

Arini Disti Utami¹, Muhammad Farid², Alem Febri Sonni³

¹Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Hasanuddin, Makassar (contact.dstyy@gmail.com)

²Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Hasanuddin, Makassar (faridemail@yahoo.com)

³Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Hasanuddin, Makassar (afsonni@gmail.com)

ARTICLE INFO

Keywords: Perception Housewife; Elif Drama Film; Uses and Gratifications

Katakunci: Persepsi Ibu Rumah Tangga; Drama Elif di SCTV; Uses and Gratifications

How to cite:
Utami, A. D., Farid, M., & Sonni, A. F. (2019). Persepsi Ibu Rumah Tangga Terhadap Serial Drama Televisi Elif di SCTV (Riset Audiens di Kelurahan Caile Kabupaten Bulukumba). *Kareba : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 150-168.

ABSTRACT

This study aims to (1) know the perception of housewives in the village Caile Bulukumba while watching a film drama Elif in SCTV, (2) Know the motif of use and satisfaction of housewives in the village Caile Bulukumba while watching a film drama Elif in SCTV. This type of research is qualitative research or field research. Data collection techniques used are observation, interview and documentation study. Results showed (1) perception is integral activity to each individual, such as the feeling, the experience, the ability to think, the terms of reference, and other aspects will contribute to these perceptions. Socio-psychological background the way of interpretation toward social perception. In connection with this study, reflecting the fact that the spotlight of housewives toward construction of film Elif at SCTV is about the film storyline that dominant reflect the reality of the conflict in the household. In terms of the cast, the perception of housewives tended to focus on the strength of character of each actor's role antagonist and protagonist. Dimensions of social perception of the construction of housewife toward drama Elif at SCTV related to the interpretation of the functional aspects of the drama. Based on the study of the functional dimension of drama Elif On SCTV, seemed a tendency that the content of this drama is relatively showed entertainment that touches the emotional side of viewers in every episode. (2) The results of this study prove the basic assumptions of the uses and gratifications theory, that the audience is 'active audiences'. In term, the housewife as audiences have a tendency to process the meaning of the information obtained through the drama Elif at SCTV. Based on the findings of research data, found the truth about the diverse motives for using media / content of drama Elif . In general, the use of motifs which encourages housewives to watch the drama Elif include indicators of the use of media

(media uses), the motive of personal identity, motive and the integration of social interaction and entertainment motif.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan (1) Mengetahui persepsi ibu rumah tangga di Kelurahan Caile Kabupaten Bulukumba tangga saat menonton film drama Elif di SCTV; (2) Mengetahui motif penggunaan dan pemuasan ibu rumah tangga di Kelurahan Caile Kabupaten Bulukumba tangga saat menonton film drama Elif di SCTV. Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Caile Kabupaten Bulukumba. Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif atau field research (penelitian lapangan). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan kesimpulan (1) persepsi merupakan aktifitas yang integral pada setiap individu, seperti perasaan, pengalaman, kemampuan berpikir, kerangka acuan, dan aspek-aspek lain akan ikut berperan dalam persepsi tersebut. Latar belakang sosial-psikologis memengaruhi arah penafsiran seseorang terhadap persepsi sosialnya. Dalam kaitan dengan penelitian ini, menunjukkan kenyataan bahwa yang menjadi sorotan para ibu rumah tangga terhadap konstruksi film drama Elif Di SCTV adalah tentang alur cerita film yang dominan mencerminkan realitas konflik dalam rumah tangga. Dari sisi pemeran film, persepsi ibu rumah tangga cenderung memusatkan perhatiannya pada kekuatan karakter setiap pemeran baik peran antagonis maupun protagonis. Dimensi persepsi sosial ibu rumah tangga terhadap konstruksi film drama Elif Di SCTV berkaitan dengan penafsiran terhadap aspek fungsional dari film drama. Berdasarkan kajian terhadap dimensi fungsional film drama Elif Di SCTV, tampak suatu kecenderungan bahwa konten drama ini relatif mengedapankan nuansa hiburan yang dapat menyentuh sisi emosional pemirsa dalam setiap episode. (2) Hasil penelitian ini membuktikan asumsi dasar teori uses and gratifications, bahwa audiens adalah 'khalayak aktif'. Dalam kaitan ini, ibu rumah tangga sebagai khalayak memiliki kecenderungan untuk mengolah makna atas informasi yang diperolehnya melalui film drama Elif Di SCTV. Berdasarkan temuan data penelitian, ditemukan kenyataan tentang motif penggunaan media/konten film drama Elif yang beragam di kalangan ibu rumah tangga. Secara umum, motif penggunaan yang mendorong ibu rumah tangga untuk menonton film drama Elif mencakup indikator penggunaan media (media uses), yakni motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial dan motif hiburan.

Copyright © 2019. KAREBA. All rights reserved.

1. PENDAHULUAN

Media massa cetak dan elektronik merupakan salah satu unsur penting dalam proses komunikasi. Karena keberadaan media tersebut maka berita atau informasi dapat disebarkan di mana pun dan kapan pun tanpa mengenal batasan tempat dan waktu. Setiap media mempunyai kelebihan dan kekurangan. Kekurangan surat kabar misalnya pada aktualitasnya sebagai media cetak, dimana peristiwa tidak diketahui secara langsung karena melewati proses cetak dahulu sebelum dibaca esok harinya. Sedangkan televisi mempunyai kelebihan sebagai media penerangan dan hiburan yang paling digemari masyarakat, melalui televisi maka suatu peristiwa diketahui secara langsung dari tempat kejadian.

Realitas masyarakat saat ini cenderung memilih media televisi sebagai sumber akses informasi dibanding dengan media lainnya. Karena televisi merupakan media massa yang terpopuler di kalangan masyarakat dunia terutama masyarakat Indonesia. Masyarakat Indonesia termasuk kedalam kategori *views society*, yaitu suatu keadaan dimana kegiatan menonton lebih ditonjolkan dibanding lainnya (Baksin, 2006:57).

Keberadaan televisi karenanya dinilai paling efektif saat ini dengan sifat audio-visualnya yang tidak dimiliki media massa lain. Perkembangan teknologinya yang begitu cepat dan penayangannya mempunyai jangkauan yang relatif tidak terbatas, televisi dapat menarik simpatik dari kalangan masyarakat luas (Darwanto, 2007: 22).

Eksistensi media televisi sesuai dengan peran dan fungsinya relatif mengakomodir seluruh kebutuhan khalayak akan informasi, hiburan, dan pendidikan (Nuruddin, 2007: 67, dan Effendy, 2004: 54) Misalnya melalui publikasi berita, sinetron atau drama, *talk show*, komedi, dan beragam program siaran televisi lainnya.

Khalayak sebagai sasaran dari media merupakan kumpulan berbagai individu yang berbeda dalam minat, espektasi maupun kepentingannya. Khalayak sadar akan kebutuhan serta menyadari alasan mereka untuk menggunakan media, sehingga sikap khalayak terhadap pesan yang disampaikan selektif. Dalam kaitan ini media televisi turut berperan memenuhi kebutuhan informasi khalayak yang heterogen melalui program siarannya.

Tingginya rating suatu program menentukan jumlah iklan yang masuk. Semakin banyak iklan, semakin banyak pula keuntungan atau laba yang diperoleh media tersebut. Maka dari itu daya tarik program terhadap audiens menjadi suatu hal yang sangat penting. Hal ini dipandang wajar karena dalam Undang-Undang (UU) Penyiaran No. 32 tahun 2002 pasal 16 ayat 1, secara jelas menyebutkan bahwa stasiun televisi swasta adalah lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia.

Riset ini menganalisis tentang persepsi khalayak terhadap siaran media televisi, yaitu persepsi kalangan ibu rumah tangga terhadap serial drama Elif di SCTV. Serial drama Elif di SCTV mampu memberikan hiburan tersendiri bagi para ibu rumah tangga karena pesan atau kisah yang disampaikan mencakup dinamika serta konflik dalam kehidupan rumah tangga, romantisme, persahabatan, dan terutama representasi kehidupan anak-anak sebagaimana yang diperankan oleh tokoh utama Elif.

Berdasarkan *teori uses and gratification* (penggunaan dan pemuasan), mengasumsikan bahwa media memiliki pengaruh yang terbatas dan tidak signifikan kepada khalayak dan posisi khalayak dianggap aktif untuk menggunakan media (memilih dan menginterpretasikan pesan media). Karena itu, peneliti mencoba menganalisis sudut pandang audiens yang menginterpretasikan pesan-pesan siaran televisi, sebagaimana orientasi *teori uses and gratification*.

Dalam rancangan penelitian ini digunakan pendekatan *Uses and Gratification*, yang menekankan asumsi bahwa khalayak mempunyai sifat aktif dalam mencari serta menggunakan media sesuai dengan kebutuhannya. Motif-motif tertentu yang ada pada khalayak menimbulkan sikap selektif terhadap media yang digunakannya. Formulasi judul skripsi yang diajukan adalah; “Persepsi Ibu Rumah Tangga Terhadap Serial drama Elif di SCTV (Riset Audiens Di Kelurahan Caile Kabupaten Bulukumba)”.

Adapun Tujuan Penelitian, yakni :

- 1) Mengetahui persepsi ibu rumah tangga di Kelurahan Caile Kabupaten Bulukumba tangga terhadap serial serial drama Elif di SCTV
- 2) Mengetahui motif penggunaan dan pemuasan ibu rumah tangga di Kelurahan Caile Kabupaten Bulukumba tangga terhadap serial drama Elif di SCTV

Persepsi merupakan inti komunikasi, sedangkan penafsiran atau interpretasi adalah inti persepsi yang identik dengan penyandian bolak-balik (decoding) dalam proses komunikasi. Hal ini dijelaskan oleh Mulyana tentang ragam definisi persepsi oleh para pakar, di antaranya Wenburg dan Wilmot, mengatakan bahwa persepsi dapat didefinisikan sebagai cara organisme memberi makna.

Model uses and gratification menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus (Effendy, 2002: 289).

Dedy Nur Hidayat yang mengutip pendapat Blumer dan Katz, mengatakan bahwa pengguna media dalam konteks teori uses and gratifications memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan perkataan lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori uses and gratifications mengasumsikan bahwa pengguna memiliki pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya (Nuruddin, 2007: 191-192).

Littlejohn secara ringkas mengatakan bahwa pendekatan terhadap teori uses and gratifications “memfokuskan diri pada audiens dan bukan pada pesannya atau tidak mengasumsikan hubungan langsung antara pesan dan pengaruh”. Littlejohn dalam konteks ini membedakan pendekatan uses and gratifications dengan tradisi pengaruh kuat media (Fiske, 2012: 600).

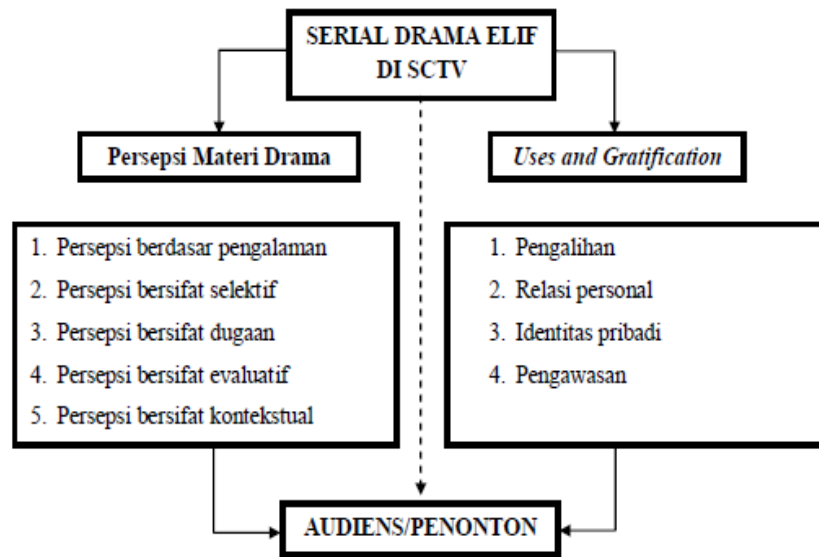
Teori peluru (*magic bullets theory*) dalam teori peluru media diasumsikan sangat aktif dan powerful, sementara audience berada di pihak yang pasif. Teori uses and gratifications lebih menekankan pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya, manusia itu mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Blumer dan Katz percaya bahwa tidak hanya satu jalan bagi khalayak untuk menggunakan media (Nuruddin, 2007: 192).

Sejalan dengan pendapat Littlejohn dan Hidayat di atas, Rakhmat mengemukakan bahwa model uses and gratifications memandang individu sebagai makhluk suprarasional dan sangat selektif. Dalam model ini perhatian bergeser dari proses pengiriman pesan ke proses penerimaan pesan. Dibandingkan dengan model jarum *hypodermis*, model uses and gratifications mempunyai kelebihan dan kekurangannya (Rakhmat, 1996: 205).

Berdasarkan beberapa keterangan di atas, diketahui bahwa posisi audiens dalam teori uses and gratifications mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana dan lewat media apa mereka menggunakan media dan bagaimana media itu berdampak pada dirinya. Dengan pengertian lain, bisa dipahami interaksi orang dengan media melalui pemanfaatan media (*uses*) oleh orang itu dan kepuasan (*gratifications*) yang diperoleh (Nuruddin, 2007: 192).

Dalam konteks penelitian ini, kedua tersebut di atas, yakni teori persepsi dan teori uses and gratifications dipergunakan untuk menganalisis bagaimana perempuan khususnya kalangan ibu-ibu rumah tangga mempersepsi suatu tayangan televisi. Di lain aspek, peneliti juga hendak menganalisis kecenderungan motif penggunaan dan motif pemuasan pada ibu rumah tangga terhadap program televisi.

Berdasarkan orientasi demikian, maka digambarkan kerangka pikir sebagai berikut:



Gambar 1.
Kerangka Konseptual

2. KAJIAN LITERATUR

2.1. Tinjauan Teori Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (majalah, surat kabar) atau elektronik (radio, televisi) yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara tepat, serentak dan selintas (Mulyana, 2008: 75).

Joseph Devito seperti dikutip oleh (Nurudin, 2007: 11-12), menjelaskan definisi komunikasi massa secara terperinci yaitu:

First, mass communication is communication addressed to masses, to an extremely large society. This does not mean that the audience include all people or everyone who reads or everyone who watches television; rather it means an audience that is large and generally rather poorly defined. Second, mass communication is communication mediated by audio and or visual transmitter. Mass communication is perhaps most easily and most logically defined by its; television, radio, newspaper. Magazines, films, books, tapes.

Disebutkan juga bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan melalui pemancar-pemancar audio dan atau visual. Komunikasi mungkin akan lebih mudah dimengerti apabila didefinisikan dengan media penunjangnya, seperti televisi, radio, koran, majalah, buku, dan film. Yang lebih spesifik menekankan penggunaan media massa adalah dikemukakan oleh Bittner bahwa komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Rakhmat, 2012: 188).

Menurut Effendy (2008: 16) komunikasi massa merupakan salah satu dari komunikasi yang memiliki perbedaan signifikan dengan bentuk komunikasi yang lain, karena memiliki sejumlah ciri atau karakteristik yang khas, diantaranya : Komunikator Terlembaga, Pesan bersifat umum, Komunikan Heterogen, Bersifat Keserempakan, Pesan yang disampaikan satu arah.

2.2. Konsep Media Televisi

Pada dasarnya televisi lahir karena perkembangan teknologi. Awalnya di mulai ketika di temukannya telegraph oleh seorang Amerika bernama S. Morse pada tahun 1835. Teknologi ini memungkinkan pengiriman isyarat jarak jauh. Pendapat lain mengatakan bahwa televisi lahir sejak ditemukannya *electric telescope* antara tahun 1883-1884 sebagai perwujudan gagasan seorang mahasiswa dari Berlin, Nipkow untuk mengirim gambar melalui udara dari satu tempat ketempat lain (Wikipedia tentang telegrafi).

Uraian di atas menjelaskan tentang aspek sejarah kehadiran televisi sebagai bagian dari perkembangan mutakhir teknologi informasi dan komunikasi. Faktanya, sejarah tersebut menjelaskan dua tempat berbeda, yakni antara Amerika dan Jerman dengan masing-masing penemu atau perintis media televisi.

Terlepas dari dua fakta berbeda itu, bahasan ini akan difokuskan pada pengertian tentang media penyiaran televisi. Untuk memperjelas pengertian tentang media penyiaran televisi, maka perlu dibedakan pengertian antara lembaga penyiaran dengan penyiaran televisi, seperti penjelasan Komisi Penyiaran Indonesia tentang kedua hal tersebut.

Lembaga penyiaran adalah penyelenggara penyiaran, baik lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas maupun lembaga penyiaran berlangganan yang dalam melaksanakan tugas, fungsi, dan tanggung jawabnya berpedoman pada peraturan perundang-undangan yang berlaku b) Penyiaran televisi adalah media komunikasi massa *dengar pandang*, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan (KPI-P3SPS, 2012: 6)

Berdasarkan pengertian di atas, dapat dijelaskan bahwa lembaga penyiaran menyangkut klasifikasi secara umum terhadap status sosial-ekonomi organisasi pers/media massa, antara lain penyiaran publik, penyiaran swasta, penyiaran komunitas, dan penyiaran berlangganan yang terikat secara konstitusional dalam menjalankan tugas, fungsi, dan tanggung jawabnya. Sedangkan pengertian penyiaran televisi merujuk pada aspek fungsional media ini sebagai sarana komunikasi massa (*audio-visual*) melalui perantaraan teknologi elektronik yang kini disebut televisi.

Sebagian pakar menggabungkan pengertian dari dua kalimat di atas. Cagara mendefinisikan televisi sebagai lembaga penyiaran dan media komunikasi massa *dengar pandang*, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan (Cagara, 2006: 155).

Secara garis besar fungsi yang dimiliki oleh media penyiaran televisi sama halnya dengan fungsi yang dimiliki oleh media penerbitan pers. Fungsi media tersebut antara lain, fungsi menyebarkan informasi, fungsi mendidik, fungsi menghibur dan fungsi mempengaruhi (Effendy, 2008: 64-66)

2.3. Konsep Regulasi Penyiaran Televisi

Konteks penelitian ini membahas tentang program siaran televisi, yakni film sinetron atau serial drama televisi yang berjudul *ELIF* yang ditayangkan oleh stasiun SCTV. Karena itu pembahasan ini relevan mendeskripsikan aspek-aspek terkait regulasi penyiaran yang berlaku di Indonesia. Salah satu aspek regulasi penyiaran yang dimaksud adalah regulasi Komisi Penyiaran Indonesia tentang Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran yang disingkat P3SPS tahun 2012.

Dalam aspek konten serial drama *Elif* SCTV, diketahui bahwa film drama tersebut dilihat dari segi sumbernya merupakan film asing yang berbahasa Turki kemudian dialognya dialihbahasakan menjadi

bahasa Indonesia oleh pihak SCTV. Hal ini berkaitan dengan aspek regulasi P3SPS Bab XVI Pasal 21 tentang Bahasa, Bendera, Lambang Negara, Dan Lagu Kebangsaan

Demikian pula dijelaskan pada P3SPS Bagian Kedua Bahasa Siaran Pasal 26. Selain itu, terkait eksistensi serial drama Elif tersebut yang entitasnya adalah “film asing” maka dalam regulasi P3SPS juga dikemukakan bahwa; “Program asing adalah program siaran yang diproduksi dan diimpor secara utuh dari luar negeri” (KPI-P3SPS, 2012: 7).

Ditinjau dari aspek sasaran khalayak pada serial drama Elif SCTV, film drama ini sesungguhnya menasar khalayak untuk semua kalangan, baik mulai dari uisa anak-anak hingga dewasa. Hal ini terkait dengan alur cerita dan penokohan pemeran serial drama Elif sendiri yang menampilkan seorang anak-anak (Elif) sebagai pemeran utama dan beberapa tokoh lainnya, baik orang tua Elif, teman pergaulan dan orang dilingkungan hidup Elif sendiri.

Dikaitkan dengan aspek regulasi P3SPS, maka sasaran audiens atau khalayak penonton serial drama Elif SCTV dapat diidentifikasi melalui penggolongan program siaran P3SPS pada Bab XIV Penggolongan Program Siaran Pasal 17.

2.4. Tinjauan Tentang Film

Bahasa film adalah kombinasi antara bahasa suara dan bahasa gambar. Sineas menawarkan sebuah solusi melalui filmnya dengan harapan tentunya bisa diterima dengan baik oleh orang yang menonton. Melalui pengalaman mental dan budaya yang dimilikinya, penonton berperan aktif secara sadar maupun tidak sadar untuk memahami sebuah film. Keberhasilan seseorang dalam memahami film secara utuh sangat dipengaruhi oleh pemahaman orang tersebut terhadap aspek naratif dan aspek simatik sebuah film.

- 1) Film dokumenter menyajikan realita melalui berbagai cara dan dibuat untuk berbagai macam tujuan. Intinya, film dokumenter tetap berpijak pada hal-hal senyata mungkin. Seiring dengan perjalanan waktu, muncul berbagai aliran dari film dokumenter misalnya dokudrama (docudrama).
- 2) Film Cerita Pendek biasanya di bawah 60 menit. Di banyak negara seperti Jerman, Australia, Kanada, Amerika Serikat, dan juga Indonesia, film cerita pendek dijadikan laboratorium eksperimen dan batu loncatan bagi seseorang atau sekelompok orang untuk kemudian memproduksi film cerita panjang.
- 3) Film Cerita Panjang pada umumnya berdurasi 90-100 menit. Film yang diputar di bioskop umumnya termasuk dalam kelompok ini. Beberapa film berdurasi lebih 120 menit. Film-film produksi India rata-rata berdurasi hingga 180 menit (<http://pilihanjuni.blogspot.com/2008/jenis-jenisproduksi-film.html>).

Istilah genre berasal dari bahasa perancis yang bermakna “bentuk” atau tipe”. Dalam film genre dapat didefinisikan sebagai jenis atau klasifikasi dari sekelompok film yang memiliki karakter atau pola sama (khas) seperti setting, isi dan subyek, ikon, mood serta karakter. Klasifikasi tersebut menghasilkan genre-genre populer seperti aksi, petualangan, drama, komedi, horor, western, thriller, film noir, roman, dan sebagainya.

Fungsi utama genre adalah untuk memudahkan klasifikasi sebuah film. Film yang diproduksi sejak awal perkembangan sinema hingga kini mungkin telah jutaan lebih jumlahnya. Genre membantu kita memilih film-film tersebut sesuai dengan spesifikasinya. Selain untuk klasifikasi, genre juga dapat berfungsi sebagai antisipasi penonton terhadap film yang akan ditonton.

Jika seseorang penonton telah memutuskan untuk melihat sebuah film bergenre tertentu maka sebelumnya ia telah mendapatkan gambaran umum (ide) di kepalanya tentang film yang akan ia tonton.

2.5. Konsep Tentang Persepsi

Persepsi merupakan inti komunikasi, sedangkan penafsiran atau interpretasi adalah inti persepsi yang identik dengan penyandian bolak-balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Wenburg dan Wilmot mengatakan bahwa persepsi dapat didefinisikan sebagai cara organisme memberi makna. Sedangkan Verderber mengartikan persepsi sebagai proses menafsirkan informasi indrawi. Cohen mendefinisikan sebagai interpretasi bermakna atas sensasi sebagai representatif objek eksternal, persepsi adalah pengetahuan yang tampak mengenai apa yang ada di luar sana (Mulyana, 2008: 180).

Kategori persepsi pada manusia terdiri atas dua bagian, yaitu persepsi terhadap lingkungan fisik dan persepsi sosial. Persepsi lingkungan fisik merupakan proses penafsiran terhadap objek-objek tidak bernyawa yang ada di sekitar lingkungan kita. Persepsi terhadap objek ini dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu latar belakang pengalaman, budaya, psikologis, nilai, keyakinan, harapan, dan yang terakhir adalah kondisi faktual alat indera.

Persepsi sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian yang dialami dalam lingkungan manusia. Oleh karena itu manusia bersifat emosional, sehingga penilaian terhadap orang akan mengandung resiko. Setiap orang memiliki gambaran yang berbeda mengenai realitas sekelilingnya karena setiap orang mempunyai persepsi berbeda terhadap lingkungan sosialnya.

Karena luasnya pembahasan teori persepsi tersebut, maka peneliti merasa sulit memfokuskan analisis terhadap indikator apa saja yang signifikan memengaruhi persepsi ibu rumah tangga untuk kemudian mengakses suatu siaran televisi. Dengan demikian untuk menopang kelemahan teori persepsi tersebut, peneliti menyertakan pendekatan teori *uses and gratification* untuk lebih memfokuskan analisis terhadap motif-motif yang melatarbelakangi persepsi ibu rumah tangga terhadap siaran televisi.

2.6. Teori *uses and gratifications*

Herbert Blumer dan Elihu Katz adalah orang pertama yang memperkenalkan Teori *uses and gratifications* (kegunaan dan kepuasan) pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communications; Curent Perspectives on Gratifications Research* (Nuruddin, 2007: 191).

Menurut para pendirinya, *uses and gratifications* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial dari audience yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan, dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain termasuk yang tidak diinginkan (Rakhmat, 1996: 205).

Terdapat beberapa sampel riset para akademisi terkait penggunaan teori *uses and gratification* sebagai metode penelitian untuk menganalisis persepsi audiens televisi. Salah satu riset yang dimaksud terdapat dalam jurnal internasional berjudul "International Journal of International Relations, Media and Mass Communication Studies; The Effects of British Television Among Foreign Audience" (<http://www.eajournals.org>).

Jurnal tersebut menguraikan tentang teori *uses and gratification* sebagai metode penelitian yang relevan digunakan untuk menganalisis motif audiens menonton televisi.

Early theories of mass communication (e.g the hypodermic needle theory) viewed the mass media as having a uniform and immediate influence on individuals, whom they perceive as susceptible to influence and unable to form their own opinions (Mcquail and Windahl 1993 as cited in Quan-Haase and Young, 2010 p.351). However, the uses and gratifications approach to media assumed the audience brought their own needs and desires to the process of making sense of media messages. The focus shifted from what the media do to people to what people do with the media. (<http://www.eajournals.org>).

Dijelaskan bahwa awal teori komunikasi massa (misalnya jarum suntik teori) melihat media massa sebagai memiliki seragam dan pengaruh langsung pada individu, yang mereka anggap sebagai rentan untuk mempengaruhi dan tidak dapat membentuk pendapat mereka sendiri. Namun, motif penggunaan dan gratifikasi diasumsikan bahwa penonton membawa kebutuhan mereka sendiri dan keinginan untuk proses pembuatan rasa pesan media.

Model uses and gratification menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus (Effendy, 2002: 289).

Dedy Nur Hidayat yang mengutip pendapat Blumer dan Katz, mengatakan bahwa pengguna media dalam konteks teori uses and gratifications memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan perkataan lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori uses and gratifications mengasumsikan bahwa pengguna memiliki pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya (Nuruddin, 2007: 191-192).

Berdasarkan beberapa keterangan di atas, diketahui bahwa posisi audience dalam teori uses and gratifications mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana dan lewat media apa mereka menggunakan media dan bagaimana media itu berdampak pada dirinya. Dengan pengertian lain, bisa dipahami interaksi orang dengan media melalui pemanfaatan media (uses) oleh orang itu dan kepuasan (gratifications) yang diperoleh (Nuruddin, 2007: 192).

Berkaitan dengan jenis media dan isi yang dipilih, konsep khalayak aktif memiliki kaitan dengan motif dan juga berarti bahwa khalayak mempunyai kecenderungan untuk mengolah makna atas informasi yang diperoleh. Dalam hal ini khalayak dapat memilih siaran berita mana yang akan ditontonnya, yang tentunya dapat semaksimal mungkin memenuhi kebutuhan sosial khalayaknya demi terciptanya kepuasan.

Penelitian uses and gratifications dilakukan dengan mengetahui motif seseorang dalam menggunakan media, disamping itu peneliti juga dapat mengungkapkan kepuasan seseorang setelah mengkonsumsi media tertentu.

Dengan demikian, jelas bahwa seseorang menggunakan media massa karena didorong oleh motif-motif tertentu. Ada berbagai kebutuhan yang dipuaskan oleh media massa, misalnya siaran televisi yang bersifat hiburan. Blumer dan Katz sebagaimana yang dikutip oleh John Fiske, mengkategorikan asal usul sosial dari kebutuhan audiens dengan pemenuhan kebutuhan oleh media (Fiske, 2012: 250).

Menurut Jalaluddin Rakhmat, jumlah kebutuhan yang dapat dipenuhi media belum disepakati, sebagaimana para psikolog mempunyai klasifikasi motif yang bermacam-macam. Dalam hubungannya dengan pemuasan kebutuhan (need gratifications) oleh media, peneliti komunikasi pun tidak menunjukkan kesepakatan (Rakhmat, 1996: 207 dan Nuruddin, 2007: 193).

Meski demikian, menurut John Fiske yang mengutip pendapat McQuail, ada satu ukuran khusus yang disepakati di antara mereka. Empat kategori utama yang diajukan McQuail sangat khas, dan beberapa peneliti lainnya akan menolaknya secara fundamental. Empat kategori utama yang dimaksud adalah; 1) Pengalihan; melarikan diri dari tekanan rutinitas, melatikan diri dari beban masalah, pelepasan emosi, 2) Relasi personal; persahabatan, kegunaan social, 3) Identitas pribadi; rujukan pribadi, eksplorasi realitas, penguatan nilai, 4) Pengawasan; untuk melihat peran sosial (Fiske, 2012: 248-249).

3. METODE PENELITIAN

Waktu yang digunakan dalam proses penelitian ini berkisar 3 bulan, terhitung sejak bulan Januari s.d Maret 2016 yang dimulai pada tahap observasi awal penelitian hingga tahap pengajuan hasil penelitian. Lokasi penelitian ini diselenggarakan di Kelurahan Caile Kabupaten Bulukumba Sulawesi Selatan.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif atau *field research* (penelitian lapangan) yang menekankan alur deskripsi dari induktif ke deduktif atau dari data menuju teori (Bungin, 2008 dan Mulyana, 2007). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

- 1) Observasi, adalah suatu upaya penyelidikan secara sistematis terhadap subjek/informan (ibu rumah tangga) yang diteliti. Dalam hal ini, peneliti bertindak sebagai instrumen penelitian. Teknik pengamatan dilakukan dengan cara pengamatan berperan serta yang tidak terstruktur atau secara alamiah, dimana peneliti ikut terlibat baik pasif maupun aktif dalam interaksi dengan informan. Adapun instrument observasi berupa alat bantu rekam peristiwa, seperti camcorder, kamera foto, maupun catatan lapangan (fieldnote).
- 2) Wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau subjek penelitian dengan menggunakan pedoman wawancara (interview guide). Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam (indepth interview). Sementara teknik memilih informan adalah *purposive sampling*. Informan yang menjadi subjek penelitian adalah kalangan ibu rumah tangga di Kelurahan Caile Kabupaten Bulukumba dimana mereka adalah audiens pada serial drama Elif di SCTV.

Tabel 1
Daftar Informan

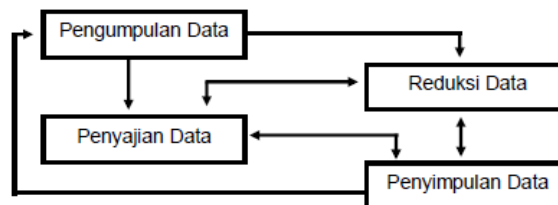
No	Nama Informan	Usia	Waktu Wawancara
1	Hj. Indo Upe		2 Maret 2016
2	Hj. Syahrani		16 Maret 2016
3	Mardiati		14 Maret 2016
4	Nurlela		28 Maret 2016
5	Ratna Sari		17 Maret 2016
6	Fatmawati		24 Maret 2016
7	Hj. Radiah		11 Maret 2016
8	Hj. Jumriah		2 Maret 2016
9	Nakira		13 Maret 2016
10	Margawati		20 Maret 2016

- 3) Dokumentasi seperti surat-surat, catatan harian, laporan, dan sebagainya. Sifat utama data ini tak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi di waktu silam. Secara detail bahan dokumenter terbagi beberapa macam, yaitu otobiografi, buku atau catatan harian, dokumen, data grafis/foto maupun audio visual, data internet dan lain-lain.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif yang menggunakan pendekatan induktif, di mana data yang diolah berangkat dari hal-hal yang khusus dan bermuara pada hal-hal umum (Burhan Bungin, 2008: 66). Adapun tahapan analisis data disesuaikan dengan fokus masalah yang diteliti dan temuan data lapangan sebagaimana berikut.

- 1) Reduksi data adalah proses memilih, menyederhanakan, mengabstraksikan, memfokuskan dan mengubah data kasar yang muncul dari catatan lapangan. Reduksi data dimaksudkan untuk menentukan data sesuai dengan fokus penelitian tentang persepsi serta motif penggunaan dan pemuasan ibu rumah tangga terhadap serial drama Elif di SCTV.

- 2) Penyajian data adalah metode mengorganisir data yang memudahkan peneliti untuk membuat kesimpulan atau tindakan yang diusulkan. Sajian data pada penelitian ini adalah proses memilih data yang disesuaikan dengan fokus permasalahan dan tujuan penelitian.
- 3) Penyimpulan data atau penarikan kesimpulan yaitu penjelasan tentang makna data dalam suatu konfigurasi yang menunjukkan alur kausalnya. Pada tahap ini keseluruhan permasalahan dijawab sesuai dengan kategori data dan masalahnya dan menunjukkan kesimpulan yang komprehensif dari temuan data penelitian.



Gambar 2.
Alur Pengolahan dan Analisis Data Penelitian

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Persepsi Ibu Rumah Tangga di Kel. Caile Kab. Bulukumba Terhadap Serial Drama Televisi Elif di SCTV

Ibu rumah tangga merupakan salah satu kategori audiens pada masyarakat yang banyak menonton siaran televisi. Secara kognitif, Ibu rumah tangga juga mampu memberikan persepsi suatu informasi televisi yang diaksesnya. Demikian juga mereka mampu untuk melihat dari perspektif secara berbeda hingga memberikan penilaian secara kritis atas konten siaran televisi.

Seperti halnya kategori audiens lainnya, Ibu rumah tangga juga mempunyai kemampuan untuk mempersepsi berbagai hal dilingkungannya. Menurut Lahlry sebagaimana dikutip oleh Severin dan Tankard, mengatakan bahwa persepsi merupakan proses yang digunakan manusia untuk menginterpretasikan data-data sensoris yang sampai kepada manusia melalui lima indra (Severin dan Tankard, 2005: 83-84).

Selain itu, karena persepsi merupakan aktivitas yang integrated, maka seluruh apa yang ada pada individu seperti perasaan, pengalaman, kemampuan berpikir, kerangka acuan, dan aspek-aspek lain akan ikut berperan dalam persepsi tersebut (Walgito, 2003: 54). Dalam hubungan ini, peneliti berupaya mengungkap persepsi Ibu rumah tangga dengan kemampuan melihat yang dipengaruhi oleh perasaan, pengalaman, kemampuan berpikir, kerangka acuan, dan aspek-aspek lain dalam dirinya.

Dalam pembahasan ini akan dideskripsikan hasil analisis data berdasarkan model teoretis yang dikemukakan oleh Deddy Mulyana tentang kategorisasi persepsi. Persepsi yang dimaksud terdiri atas dua bagian, yaitu, persepsi lingkungan fisik (materi drama) dan persepsi sosial.

1) Persepsi Terhadap Materi Drama

Dalam kaitannya dengan serial drama televisi Elif SCTV, persepsi lingkungan fisik ini dapat dicermati melalui konstruksi fisik atau aspek materi drama, waktu penayangan serta unsur-unsur penyajian serial drama televisi Elif di SCTV misalnya skenario atau alur film, karakter tokoh pemeran, teknik sinematografi, fashion, properti atau ornamen yang digunakan dan lain sebagainya.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa Ibu rumah tangga di Kelurahan Caile Kabupaten Bulukumba yang dipilih sebagai informan memberikan ragam persepsi terhadap materi serial drama televisi Elif SCTV. Secara garis besar dua komponen materi pada serial drama televisi Elif SCTV yang menjadi fokus persepsi Ibu rumah tangga adalah tentang tokoh pemeran dan narasi serial drama televisi Elif di SCTV.

2) Persepsi Terhadap Pemeran

Pengertian tokoh pemeran dalam konteks penelitian ini adalah para aktor yang masing-masing memainkan perannya sesuai skenario film, baik peran protagonis, antagonis, maupun tokoh pemeran pembantu dalam serial drama televisi Elif di SCTV. Secara definisi protagonis berasal dari bahasa Yunani “protagonistes” yang artinya adalah tokoh utama dalam film, atau tokoh yang melawan antagonis. Protagonis sering merupakan pemeran utama, atau memiliki perwatakan yang berkonflik dengan antagonis.

Sementara pengertian antagonis secara definisi adalah karakter yang melawan karakter utama. Antagonis sering merupakan seorang penjahat atau hal lainnya yang merupakan konflik dengan protagonis. Antagonis biasanya jahat dan tidak baik serta sering membuat nilai-nilai negatif. Gambaran umum tentang karakter tokoh pemeran pada serial drama televisi Elif SCTV diuraikan dalam tabel berikut:

Tabel 3
Karakter Tokoh Pemeran Serial Drama Televisi Elif SCTV

Karakter Peran	Nama Tokoh Pemeran
Protagonis	1. Elif Simsek (Isabella Damla Guvenilir)
	2. Melek Simsek (Selin Sezgin)
	3. Kenan Emiroglu (Volkan Colpan)
	4. Selim Emiroglu (Emre Kivilcim)
	5. Zeynep Simsek (Gulcin Tuncok)
	6. Melih Seckinler (Ilker Gursoy)
	7. Ferraye (Simem Aknam)
	8. Tulay Kivilcim (Derya Sen)
	9. Kiraz (Aysegul Yalciner)
	10. Everest (Kivilcim Kaya)
	11. Gulnur (Ayse Zekiye)
	12. Feride (Beril Eda Yesil)
Antagonis	1. Arzu Emiroglu (Cemre Melis Cinar)
	2. Veysel Simsek (Hasan Balliktas)
	3. Tugce Emiroglu (Zeynep Ogren)
	4. Murat Simsek (Batuhan Soncul)
	5. Gonca Tunc (Dilara Yuzer)
	6. Erkut Sahin (Umut Olcer)
	7. Pelin (Caliskanoglu)
	8. Necdet Karapinar (Gurhan Gulbahar)
	9. Serdar (Hakan Bozygit)

Sumber: hasil observasi 2016

Data di tersebut menjelaskan dua jenis karakter tokoh pemeran pada Serial drama televisi Elif di SCTV. Tidak hanya

Menampilkan peran yang positif (protagonis), namun juga peran yang bersifat negatif (antagonis). Pada umumnya persepsi Ibu rumah tangga di Kelurahan Caile Kabupaten Bulukumba dominan menunjukkan sebuah kekuatan karakter protagonis yang dimiliki oleh tokoh utama.

Selain dari aspek karakter protagonis dari pemeran utama, karakter antagonistik juga ditampilkan serial drama televisi Elif SCTV. Diketahui bahwa serial drama televisi Elif SCTV secara garis besar menampilkan dua karakter tokoh pemeran yang saling berkonflik sehingga serial drama televisi tersebut lebih terlihat dinamikanya. Selain itu alur ceritanya sangat bervariasi mencakup kisah kehidupan rumah tangga, konflik, persahabatan, roman percintaan serta berbagai aspek kehidupan sosial lainnya. Sebagaimana persepsi informan, karakter tokoh pemeran pada serial drama televisi tersebut mampu memainkan perannya masing-masing sesuai skenario film sehingga para ibu rumah tangga merasa terhibur dan tidak jenuh dengan Serial drama televisi Elif.

3) Persepsi Terhadap Narasi Film

Terdapat enam kriteria untuk dapat mengetahui daya tarik Serial drama televisi. Pertama, ide segar dan plot cerita yang mengalir. Umumnya film yang berkualitas mempunyai ide yang segar dan belum pernah diangkat sebelumnya pada masa yang sama. Kedua, narasi dan set ending. Sebagian besar film menggunakan narasi linear yang cenderung monoton. Lawan dari narasi ini adalah nonlinear, yang memiliki ciri jalan cerita meloncat-loncat dan bahkan kadang awal dari film adalah akhir dari film itu sendiri.

Ketiga, sutradara berbakat. Sutradara adalah faktor ketiga yang menentukan bagus tidaknya sebuah film. Umumnya masing-masing sutradara mempunyai “sentuhan” yang berbeda dalam menggarap sebuah film. Keempat faktor dan penokohan yang kuat. Sebagus apapun ide sebuah cerita dan efek yang ditampilkan, tanpa aktor yang menjiwai perannya akan membuat film menjadi tidak menarik.

Kelima, dialog. Dialog yang bagus akan membuat jalan cerita mudah dipahami dan cerita akan mengalir alami. Dialog yang kaku akan membuat ide cerita sebagus apapun tidak akan bermanfaat dengan dialog yang tidak mengalir. Keenam, kostum, lokasi syuting dan efek. Ketiga kriteria tersebut adalah hal terakhir yang menentukan apakah kualitas film bagus atau tidak. Umumnya film yang bersetting di masa depan atau masa lalu akan terlihat kualitasnya dari kostumnya, akan mendekati kenyataan atau sejarah.

Berkaitan dengan enam kriteria serial drama televisi yang baik di atas, hasil observasi peneliti menunjukkan bahwa daya tarik serial drama televisi Elif SCTV pada umumnya terletak pada kekuatan karakter setiap tokoh pemeran (protagonis dan antagonis) dan narasi film atau alur ceritanya.

Narasi serial drama televisi Elif di SCTV dalam hal ini menjadi daya tarik bagi ibu rumah tangga karena alur ceritanya yang mengalir atau lebih dinamis dan tidak monoton. Meskipun film ini adalah karya fiksi namun dapat mencerminkan realitas sosial yang mungkin pernah dialami oleh individu dan pada keluarga tertentu. Kisah drama yang digambarkan mencakup cerita kehidupan rumah tangga, persahabatan, konflik, roman dan aspek kehidupan sosial lainnya

Elif sebagai tokoh utama dalam Serial drama televisi ini sebagaimana penafsiran Ibu rumah tangga, mampu menarik perhatian penonton karena perannya sebagai anak-anak di tengah konflik rumah tangga. Informan lain bahwa serial drama televisi Elif SCTV menarik perhatian penonton karena alur ceritanya yang mengangkat kisah perjuangan hidup seorang anak sehingga wajar jika banyak orang terutama para ibu rumah tangga menyukai serial drama televisi tersebut.

Berdasarkan uraian hasil wawancara diketahui bahwa narasi serial drama televisi Elif menjadi daya tarik bagi ibu rumah tangga. Sebagaimana persepsi para informan menyatakan

bahwa alur cerita yang disajikan serial drama televisi Elif SCTV dapat menyentuh sisi emosional (interset) penonton. Dalam kaitan ini teori persepsi yang dikemukakan oleh Mulyana (2008), menggambarkan hal tersebut. Persepsi tersebut muncul berdasarkan kategori persepsi psikologis dimana alur cerita serial drama televisi Elif sesungguhnya memengaruhi aspek emosional para ibu rumah tangga.

4) Persepsi Sosial

Persepsi sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian yang dialami dalam lingkungan manusia. Setiap orang memiliki gambaran yang berbeda mengenai realitas sekelilingnya. Karena setiap orang mempunyai persepsi berbeda terhadap lingkungan sosialnya.

Dimensi persepsi sosial Ibu rumah tangga terhadap serial drama televisi Elif di SCTV, berkaitan dengan penafsirannya terhadap aspek fungsional dari serial drama televisi Elif maupun implikasi sosial atas serial drama televisi tersebut. Faktor fungsional merupakan salah satu faktor pembentuk persepsi. Faktor fungsional yang menentukan persepsi yakni kebutuhan, kesiapan mental, suasana emosional, dan latar belakang budaya (Rahmat 2005:40).

Secara garis besar, fungsi yang dimiliki oleh media penyiaran televisi sama halnya dengan fungsi yang dimiliki oleh media massa lainnya. Fungsi media tersebut antara lain, fungsi menyebarkan informasi, fungsi mengedukasi, fungsi menghibur dan fungsi memengaruhi (Effendy, 2008: 64-66).

Berdasarkan kajian terhadap aspek fungsional serial drama televisi Elif SCTV, tampak bahwa konten serial drama televisi ini lebih bernuansa hiburan jika dibandingkan misalnya dengan film yang bergenre edukatif, kultural atau religi yang mentransformasikan nilai edukasi, budaya maupun nilai agama.

Dalam konteks fungsi film, pada umumnya informan Ibu rumah tangga menyatakan bahwa serial drama televisi Elif di SCTV lebih bermuatan hiburan. Hal ini ditunjukkan oleh kenyataan bahwa acara-acara unggulan, termasuk serial drama televisi Elif di SCTV, menempati peringkat atas yang berarti paling banyak ditonton masyarakat adalah acara-acara hiburan.

Berkaitan dengan keterangan seluruh informan mengemukakan bahwa dimensi hiburan pada serial drama televisi Elif SCTV cenderung lebih dominan. Meski demikian tidak dapat dihindari kenyataan bahwa terdapat nilai lain pada serial drama televisi Elif SCTV, misalnya serial drama televisi ini menghadirkan kultur kehidupan keluarga kalangan menengah ke atas maupun nilai-nilai kultur barat (Turki).

Dari keterangan informan di atas mengindikasikan bahwa alur cerita maupun tokoh pemeran dalam serial drama televisi Elif SCTV berimplikasi terhadap persepsi yang muncul dalam benak para ibu rumah tangga. Dalam hal ini konten serial drama televisi tersebut dapat memengaruhi kognisi maupun psikologis penonton terutama dalam konteks gaya hidup yang banyak diadopsi oleh khalayak melalui siaran televisi. Informan lain mengaitkan fungsi serial drama televisi Elif dengan segmen demografis khalayaknya, dimana serial drama televisi ini dianggap menyajikan konten positif kepada khalayak, baik untuk kalangan usia anak-anak hingga orang dewasa maupun di setiap kelas sosial masyarakat.

Dikaitkan dengan segmen demografis khalayak atas serial drama televisi Elif SCTV, yang mencakup semua usia dan seluruh kelas sosial masyarakat, permasalahan tersebut akan berimplikasi terhadap khalayak, baik secara langsung maupun tidak. Tetapi kenyataannya, media cenderung mengedepankan rating siarannya dengan berupaya demikian rupa untuk menarik atusiasme penonton.

Berdasarkan keterangan observasi dan wawancara diketahui bahwa informan pada dasarnya memaknai alur cerita drama Elif SCTV mengandung nilai hiburan yang dapat ditujukan kepada semua kalangan. Hal tersebut terutama berkaitan dengan pertentangan yang dramatis di antara tokoh pemeran (protagonis dan antagonis) pada serial drama televisi Elif SCTV yang menarik antusiasme para ibu rumah tangga.

Hasil penelitian ini membuktikan asumsi dasar teori uses and gratifications, bahwa audiens adalah 'khalayak aktif'. Dalam kaitan ini, Ibu rumah tangga yang ada di Kelurahan Caile Kabupaten Bulukumba sebagai khalayak memiliki kecenderungan untuk mengolah makna atas informasi yang diperolehnya melalui serial drama televisi Elif di SCTV. Karena itu terdapat perbedaan makna fungsional atas serial drama televisi Elif SCTV yang muncul dari hasil persepsi Ibu rumah tangga.

4.2. Motif Penggunaan dan Pemuasan Ibu Rumah Tangga di Kel.Caile Kab.Bulukumba Terhadap Serial drama televisi Elif SCTV

Terdapat berbagai macam teori yang dapat digunakan dalam menjelaskan studi tentang alasan seseorang menggunakan atau memilih sebuah media. Sebagai sebuah teori yang berkaitan dengan "khalayak yang aktif", uses and gratification memiliki kelebihan dalam hal melihat respon dari khalayak.

Secara spesifik, teori uses and gratification membawa sudut pandang pengguna sebuah media yang bertolak belakang dengan sudut pandang eskpos terhadap khalayak yang biasa digunakan dalam memahami penggunaan sebuah media. Dengan kata lain, teori uses and gratification dapat memberikan sudut pandang dari pengguna sebuah media.

1) Motif Penggunaan Media

Motif berasal dari kata 'motive' yang berarti secara obyektif merupakan dorongan dari dalam diri individu untuk menentukan pilihannya dari berbagai perilaku tertentu, sesuai dengan tujuan. Sedangkan definisi subyektif motif merupakan dasar bagi seseorang untuk bergerak, berperilaku, dan bertindak menurut tujuan atau kegiatan membangkitkan daya gerak yang terdapat pada diri sendiri agar melaksanakan tindakan tertentu dalam rangka mencapai tujuan ataupun kepuasan (Rakhmat, 2001: 23).

Dalam konteks penelitian ini, peneliti menggambarkan motif dari Ibu rumah tangga di Kelurahan Caile Kabupaten Bulukumba saat menonton serial drama televisi Elif SCTV. Berdasarkan hasil wawancara terhadap seluruh informan, ditemukan kenyataan tentang motif penggunaan media yang beragam di kalangan Ibu rumah tangga di Kelurahan Caile Kabupaten Bulukumba.

Hal tersebut tidak terlepas dari skenario Serial drama televisi Elif sendiri yang diasumsikan relatif berhasil memenuhi kebutuhan Ibu rumah tangga dari berbagai aspek motif uses yang dimaksud. Serial drama televisi tersebut sebagaimana persepsi Ibu rumah tangga yang telah dijelaskan terdahulu, menyajikan alur cerita yang bersifat dinamis dan tidak monoton. Dengan kata lain serial drama televisi ini mengakomodasi berbagai espektasi khalayaknya.

Diketahui bahwa Ibu rumah tangga pada umumnya termotivasi untuk menonton serial drama televisi Elif di SCTV dengan alasan untuk memperoleh hiburan (entertainment motive) dari Serial drama televisi tersebut. Kecenderungan ini terkait erat dengan kondisi Ibu rumah tangga yang umumnya banyak menghabiskan waktu di rumah sehingga relatif leluasa memanfaatkan waktu untuk menonton.

Selain itu, ibu rumah tangga yang tidak bekerja biasanya lebih banyak menghabiskan waktunya di rumah, untuk merawat dan mengasuh anak sesuai dengan pola-pola yang diberikan masyarakat. Ketersediaan waktu di rumah yang lebih banyak pada ibu rumah tangga memungkinkan mereka untuk menonton televisi lebih sering, dan program acara televisi yang terbanyak ditonton adalah sinetron/drama.

Dalam aktivitas kesehariannya memungkinkan ibu rumah tangga untuk berinteraksi dengan ibu rumah tangga lainnya. Pertemuan mereka bisa terjadi pada saat berbelanja, membersihkan halaman, arisan atau pada saat-saat lain dimana mereka keluar rumah. Perbincangan dan aktivitas menggosip muncul dalam pertemuan ibu-ibu rumah tangga ini. Serial drama televisi Elif SCTV dalam hal ini menjadi bahan gosip walau kurang relevan dengan kehidupan sehari-hari, namun cerita-cerita dalam tiap serinya menjadi topik yang menarik untuk mereka bicarakan (Observasi, 16 Maret 2016).

Tabel 4
Motif Penggunaan Media

Kategori	Sub Kategori	Motif Penggunaan
Motif Penggunaan Media (Media Uses)	1. Motif Informasi	Untuk memperoleh pengetahuan dan pembelajaran tentang dinamika kehidupan rumah tangga
	2. Motif Pribadi	1. Rujukan pribadi dengan membandingkan realitas kehidupan rumah tangga 2. Penguatan nilai/pengalaman dalam menyikapi suatu permasalahan atau konflik rumah tangga
	3. Motif Interaksi Sosial	1. Untuk meningkatkan kepekaan dengan menyimak sisi human interest Serial drama televisi Elif di SCTV 2. Untuk mendapatkan bahan obrolan dengan teman Ibu rumah tangga
	4. Motif Hiburan	1. Untuk mengisi waktu luang dan untuk mendapatkan hiburan (relaksasi) 2. Untuk melepaskan diri dari rutinitas, tekanan dan masalah, sarana pelepasan emosi

Sumber: hasil observasi dan interview 2016

Sejalan dengan teori uses and gratifications yang mengasumsikan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut untuk memuaskan kebutuhannya (Nuruddin, 2007: 191-192). Dengan kata lain, Ibu rumah tangga sebagai khalayak yang aktif berusaha untuk menyeleksi atau menyaring informasi yang terbaik ketika mengakses siaran televisi sesuai dengan espektasi dan kebutuhannya.

2) Motif Pemuasan Kebutuhan

Satu alasan mengapa pada umumnya orang berhubungan dengan media, saluran media, dan isi media tertentu, serta kepuasan yang diharapkan dari media adalah hiburan. Dimana individu pada saat berhubungan dengan media tersebut bisa bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis, serta mengisi waktu luang. Pihak SCTV memang sengaja menayangkan serial drama televisi Elif di SCTV pada pukul 17.30-18.30 Wita. Dimana pada waktu tersebut sebagian besar

orang sudah lepas dari rutinitas atau pekerjaan, sehingga penonton memiliki waktu luang untuk melakukan kegiatan lain, antara lain menonton televisi.

Dalam kaitannya dengan teori tersebut, orang tidak akan menggunakan media massa apabila media tersebut tidak memberikan pemuasan pada kebutuhan orang bersangkutan. Dengan demikian jelas bahwa seseorang menggunakan media massa karena didorong oleh motif-motif tertentu. Motif-motif tertentu yang ada pada khalayak menimbulkan sikap selektif terhadap media yang digunakannya.

Media dianggap senantiasa berusaha memenuhi motif khalayaknya. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang efektif. Terkait dengan hal tersebut, Blumer dan Katz (dalam Fiske, 2012: 250), ada empat kategori pemenuhan kebutuhan oleh media, di antaranya; 1) Ketentraman, 2) Informasi, 3) Pelengkap, pengganti atau layanan tambahan lainnya, 4) Afirmasi dan peneguhan pengalaman bersama untuk menjaga keanggotaan pengelompokan sosial yang dihargai.

Selain itu, menurut John Fiske yang mengutip pendapat McQuail, mengajukan empat kategori utama; 1) Pengalihan; melarikan diri dari tekanan rutinitas, melarikan diri dari beban masalah, pelepasan emosi, 2) Relasi personal; persahabatan, kegunaan sosial, 3) Identitas pribadi; rujukan pribadi, eksplorasi realitas, penguatan nilai, 4) Pengawasan; untuk melihat peran sosial (Fiske, 2012: 248-249).

Berikut adalah data reduksi hasil wawancara terhadap Ibu rumah tangga yang mengungkapkan motif pemuasan kebutuhan dalam menonton serial drama televisi Elif SCTV.

Tabel 5
Motif Pemuasan Kebutuhan

Kategori	Indikator	Deskripsi Motif Pemuasan
Motif Pemuasan Kebutuhan (Need Gratifications)	1. Motif Informasi	Serial drama televisi Elif SCTV memberikan informasi tentang suatu konflik dalam rumah tangga
	1. Motif Pribadi	Serial drama televisi Elif SCTV menjadi stimuli untuk meningkatkan kepekaan dan menjaga hubungan keluarga yang harmonis
	2. Motif Interaksi Sosial	1. Serial drama televisi Elif SCTV memberikan pemahaman/kesadaran akan keadaan orang lain 2. Serial drama televisi Elif SCTV membantu mengurangi sikap egosentris, mengajak berinteraksi dan bersosialisasi dengan lingkungan sosial
	3. Motif Hiburan	1. Serial drama televisi Elif SCTV dikemas dengan menarik sehingga bisa menghibur, memengaruhi sisi emosional penonton

Sumber: hasil observasi dan interview 2016

Konten serial drama televisi Elif SCTV sendiri diasumsikan relatif berhasil memenuhi kebutuhan Ibu rumah tangga dari berbagai aspek motif penggunaan. Produser film dalam hal ini menyajikan hiburan sesuai espektasi khalayaknya. Kenyataannya dewasa ini Serial drama

televisi banyak diminati oleh berbagai kalangan karena tidak hanya menyasar khalayak dalam kategori dewasa, tetapi khususnya serial drama televisi Elif SCTV termasuk dalam kategori semua umur. Karena itu, terdapat dinamisasi alur cerita pada serial drama televisi Elif SCTV untuk pemuasan kebutuhan (need gratifications) khalayak dari berbagai kalangan usia.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang diuraikan terdahulu, dapat disimpulkan jawaban tentang fokus penelitian.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi merupakan aktifitas yang integral pada setiap individu, seperti perasaan, pengalaman, kemampuan berpikir, kerangka acuan, dan aspek-aspek lain akan ikut berperan dalam persepsi tersebut. Latar belakang sosiopsikologis memengaruhi arah penafsiran seseorang terhadap persepsi sosialnya. Dalam kaitan dengan penelitian ini, menunjukkan kenyataan bahwa yang menjadi sorotan para ibu rumah tangga terhadap konstruksi film drama Elif Di SCTV adalah tentang alur cerita film yang dominan mencerminkan realitas konflik dalam rumah tangga. Dari sisi pemeran film, persepsi ibu rumah tangga cenderung memusatkan perhatiannya pada kekuatan karakter setiap pemeran baik peran antagonis maupun protagonis. Dimensi persepsi sosial ibu rumah tangga terhadap konstruksi film drama Elif Di SCTV berkaitan dengan penafsiran terhadap aspek fungsional dari film drama. Berdasarkan kajian terhadap dimensi fungsional film drama Elif Di SCTV, tampak suatu kecenderungan bahwa konten drama ini relatif mengedepankan nuansa hiburan yang dapat menyentuh sisi emosional pemirsa dalam setiap episode.

Hasil penelitian ini membuktikan asumsi dasar teori uses and gratifications, bahwa audiens adalah 'khalayak aktif'. Dalam kaitan ini, ibu rumah tangga sebagai khalayak memiliki kecenderungan untuk mengolah makna atas informasi yang diperolehnya melalui film drama Elif Di SCTV. Berdasarkan penelitian, ditemukan kenyataan tentang motif penggunaan media/konten film drama Elif yang beragam di kalangan ibu rumah tangga. Secara umum, motif penggunaan yang mendorong ibu rumah tangga untuk menonton film drama Elif mencakup indikator penggunaan media (media uses), yakni motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial dan motif hiburan.

REFERENSI

- Ang, I. 2007. *Television Fictions around The World: Melodrama and Irony In Global Perspective. Critical Studies In Television*. Sumber: <http://www.uws.edu.au>
- Bungin, M. Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi; Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Cet. II; Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied, 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Gavreliu, A, et.al. 2008. *The "Availability to Gossip", Life Satisfaction and Social Cynicism among Romanians*. Sumber:<http://alingavreliuc.files.wordpress.com>
- Kuswandi, W. 1996. *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: Rhineka Cipta.
- Komisi Penyiaran Indonesia. 2012. *Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran-P3SPS*. Jakarta: Komisi Penyiaran Indonesia.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar*. Cet. 12; Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2008. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Cet. 1, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Moleong, Lexy. J. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cet. 15; Bandung: Rosdakarya.
- Pawito. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Cet. 2; Jogjakarta: LKIS Pelangi Aksara.
- Raghavan, P. 2008. *Family, Politics and Popular Television: An Ethnographic Study of Viewing an Indian Serial Melodrama*. School of Communication, Culture and Languages Faculty of Arts, Education and Human Development Victoria University. Sumber: <http://vuir.vu.edu.au>
- Shrum, L. J., and Bischak, V. D. 2001. *Mainstreaming, resonance, and imper-sonal impact: Testing moderators of the cultivation effect for estimates of crime risk*. *Human Communication Research*. Sumber: <http://cultivationanalysis.com>
- Vice, S. 2010. *Cynicism and Morality*. *Ethic Theory Moral Prac*. Sumber: <http://www.ru.ac.za>
- Wert, S. R., & Salovey, S. 2004. *A Social Comparison Account of Gossip*. *Review of General Psychology*. Sumber: <http://wwwpsych.stanford.ed>