

# **DAMPAK TAYANGAN SHOW IMAH DI TRANS TV PADA GAYA BICARA REMAJA DI DESA SANTAN ILIR KECAMATAN MARANGKAYU**

**Kasriani<sup>1</sup>**

## ***Abstrak***

*Artikel ini menggunakan Teori Kultivasi. Inti dari teori ini adalah terpaan media secara simultan akan memberikan gambaran dan pengaruh pada persepsi pemirsanya. Teori kultivasi dalam bentuknya yang paling mendasar, percaya bahwa televisi bertanggung jawab dalam membentuk, atau mendoktrin konsepsi pemirsanya mengenai realitas sosial yang ada disekelilingnya. Pengaruh-pengaruh dari televisi yang berlangsung secara simultan, terus-menerus, secara tersamar telah membentuk persepsi individu/audiens dalam memahami realitas social. Lebih jauh lagi hal tersebut akan mempengaruhi budaya kita secara keseluruhan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah peniruan dalam hal gaya bicara, dalam hal kata-kata (verbal) dan faktor yang mempengaruhi gaya bicara yaitu faktor personal dan situasional. Penelitian ini menggunakan tehnik penelitian Purposive Sampling yaitu bertanya kepada informan yang dianggap paling tahu. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan Library Research yaitu data yang dikumpulkan dengan penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan (Field Work Research) melalui wawancara dengan informan, observasi langsung dilapangan serta dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat diketahui bahwa tayangan talk show Show Imah menjadi trend dalam hal gaya bicara remaja karena adanya perilaku remaja yang intens menonton serta meniru adegan-adegan yang disajikan dalam tayangan tersebut seperti peniruan dalam hal gaya bicara, dalam hal kata-kata (verbal) serta faktor personal dan situasional yang mempengaruhi gaya bicara tersebut.*

**Kata kunci :** *Dampak Tayangan Televisi, Tayangan Show Imah, Gaya Bicara Remaja.*

## **Pendahuluan**

Komunikasi merupakan prasyarat kehidupan manusia karena tanpa komunikasi, interaksi antar manusia, baik secara perorangan, kelompok maupun organisasi tidak akan mungkin dapat terjadi. Dua orang dikatakan melakukan interaksi apabila masing-masing melakukan aksi dan reaksi. Aksi dan reaksi antar

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email:Rianiilkom@gmail.com

manusia inilah yang dalam ilmu komunikasi biasa disebut dengan tindakan komunikasi. Dalam hidup, apa saja yang kita lakukan perlu melibatkan aktivitas yang disebut komunikasi. Tindakan komunikasi dapat dilakukan dalam berbagai cara, baik secara verbal (dalam bentuk kata-kata, baik lisan dan tulisan) ataupun nonverbal (tidak dalam bentuk kata-kata, misalnya gestura, sikap, tingkah laku, gambar-gambar, dan bentuk-bentuk lainnya yang mengandung arti). (Marhaeni Fajar, 2009: 12).

Pada dasarnya fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya (surat kabar dan radio siaran), yakni memberi informasi, mendidik, menghibur dan membujuk. Tetapi, pada kenyataannya fungsi menghiburlah yang lebih dominan pada media televisi, sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNPAD, yang menyatakan bahwa pada umumnya tujuan utama khalayak menonton televisi adalah untuk memperoleh hiburan, selanjutnya untuk memperoleh informasi. (Ardianto, 2004 : 128).

*Talk show* merupakan suatu sajian perbincangan yang cukup menarik yang biasanya mengangkat isu-isu yang lagi hangat dalam masyarakat. Tema yang diangkat juga bermacam-macam, mulai dari masalah sosial, budaya, politik, ekonomi, pendidikan, olahraga, dsb (Hanum, 2005 : 233). *Talk show* dapat dikatakan perpaduan antara seni panggung, dan teknik wawancara jurnalistik. Wawancara dilakukan ditengah atau disela-sela pertunjukan, apakah itu musik, lawak, peragaan busana, dan sebagainya. Jadi sifatnya santai. Pemandu acara dalam talk show memiliki peran ganda, yaitu selain sebagai pembawa acara, sekaligus pewawancara (Wahyudi,1996:90). Dilain hal juga, program *talk show* biasanya menghadirkan seorang tamu untuk berbagi pengalaman kepada penonton. Acara *Talk show* ini biasanya diikuti dengan menerima telepon dari para penonton yang berada di rumah, mobil, ataupun ditempat lain. Salah satu program *talk show* yang banyak diminati oleh penonton adalah program *talk show* "Show imah" di TransTV.

Program acara *talk show* Show imah adalah sebuah acara *talk show* (bicang-bincang) yang dibawakan oleh Soimah Pancawati di Trans TV. Acara *talk show* ini bertemakan lucu dengan mengandalkan kemampuan hostnya. Soimah akan mengantarkan suguhan yang berbeda dengan bintang tamu yang ternama, Soimah akan mengulik informasi dan membagikan kepada pemirsa di studio maupun di rumah. Acara ini mulai tayang sejak januari 2012. Setiap acaranya menyampaikan tema tertentu yang diselingi dengan lawakan. Acara ini berdurasi satu jam dan tayang setiap hari senin hingga jumat pada sore hari yaitu pada jam 15.45-16.45 WIB. Program ini juga dipandu oleh Deswita, Wendi Cagur dan Caesar dengan menampilkan berbagai adegan atau lawakan yang terkesan santai dan kocak dalam membawakan acara tersebut. Acara Show Imah juga mengundang para bintang tamu dari kalangan artis maupun *public figure* untuk berbagi cerita menarik dalam pengalaman hidupnya. Rating dan share program ini pada bulan April 2014 sekitar 13%. (Sumber: Media Indonesia Research).

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat mengundang dua stasiun televisi di bawah grup Trans Crop, Trans TV dan Trans7, untuk mendengarkan catatan atas dua program acaranya yakni Show Imah (Trans TV) dan On The Spot (Trans7) yang berpotensi melanggar P3 dan SPS KPI, Rabu, 25 Juni 2014, di kantor KPI Pusat, Jakarta Patut diingat bahwa acara Show Imah di Trans TV telah mendapatkan dua kali teguran dari KPI Pusat dan ini menjadi catatan yang patut diperhatikan oleh Trans TV untuk lebih berhati-hati menampilkan tema-tema yang berpotensi melanggar aturan. (Sumber : Catatan KPI untuk acara “Show Imah” TransTV ).

Terpaan tayangan show imah terhadap perilaku remaja khususnya dalam berkomunikasi dapat dilihat bahwa remaja yang sebelumnya menggunakan bahasa yang sopan dan santun dalam suatu masyarakat khususnya di pedesaan menjadi terkesan kurang ajar dalam berbicara kepada orang lain setelah diterpa tayangan tersebut, mengikuti berbagai ungkapan yang di anggap tidak mendidik seperti ungkapan “masalah buat lo!” dijadikan mereka sebagai gaya atau trend dalam berkomunikasi kepada orang lain dalam kehidupan sehari-hari baik itu di lingkungan keluarga, sekolah bahkan di masyarakat. Ketika mereka merasa di kritik oleh orang lain, mereka tidak segan-segan untuk mengatakan ungkapan “masalah buat lo!” dengan nada dan mimik wajah yang sangat konyol dan seronok sehingga tidak jarang orang lain akan merasa tersinggung dan mengakibatkan adanya konflik bahkan perkelahian. Kenyataannya, di lingkungan keluarga pun terjadi, ketika orang tua menasehati mereka ataupun menegur apa yang mereka lakukan maka secara sadar dan langsung mereka mengucapkan kata-kata yang sangat tidak mendidik dan tidak sopan kepada orang tuanya, mengucapkan kata “masalah buat lo!” dan ungkapan lainnya yang tidak mendidik sudah menjadi hal yang biasa mereka lakukan dan sangat tidak mencerminkan sikap yang tidak baik terhadap orang tuanya. Hal ini tentu memberi dampak yang sangat buruk bagi remaja dalam berbicara kepada orang lain baik di lingkungan sekolah, masyarakat dan keluarga dalam kehidupan sehari-hari. Usia remaja merupakan usia yang sangat membutuhkan kawan-kawan. Karena adanya kecenderungan menyukai teman-teman yang mempunyai sifat-sifat yang sama dengan dirinya atau bahkan meniru untuk dapat diterima dalam pergaulan. Bicara masalah meniru seorang remaja pasti akan mencari sesuatu yang sedang menjadi bahan yang sedang *trend* di zamannya.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apa Dampak Tayangan Show Imah di Trans TV pada gaya bicara Remaja di Desa Santan Ilir Kecamatan Marangkayu.

## **Tujuan Penelitian**

Dalam melaksanakan suatu kegiatan perlu adanya suatu tujuan yang pasti atau yang dicapai dari apa yang akan dilaksanakan, maka dari itu yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui, mendeskripsikan serta menganalisis dampak tayangan Show Imah di Trans TV pada gaya bicara remaja di Desa Santan Ilir kecamatan Marangkayu.

## **Kerangka Dasar Teori**

### ***Dampak Televisi***

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, Dampak adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat, baik negatif maupun positif. Menurut Schemel (1976) Dampak adalah tingkat perusakan terhadap tata-guna tanah lainnya yang ditimbulkan oleh suatu pemanfaatan lingkungan tertentu. Menurut Hari Sabari Dampak adalah sesuatu yang muncul setelah adanya suatu kejadian.

### ***Terpaan Media***

Menurut Ardianto dan Erdinaya (2005:164), terpaan media merupakan “suatu usaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan”. Menurut Rosengren yang dikutip Rakhmat, (2003 : 66) mengemukakan bahwa terpaan tayangan diartikan sebagai penggunaan media oleh khalayak yang meliputi jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara khalayak dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan.

### ***Komunikasi Massa***

Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Rakhmat (Ardianto, dkk 2009:3) Definisi dari Rakhmat diatas tentang komunikasi massa termasuk sederhana, namun dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar dilapangan luas yang dihadiri banyak orang tetapi jika tidak menggunakan media massa, itu bukan komunikasi massa. Komunikasi massa berarti suatu kegiatan menyampaikan pesan melalui media dan media yang digunakan harus dapat dijangkau khalayak yang kedudukannya tersebar luas, jumlahnya banyak atau bersifat massal, serta dalam waktu bersamaan Rakhmat (2007:189).

Menurut Gebner (Rakhmat, 2007:188) komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Dari definisi

Gebner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebar, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, dua mingguan atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

### ***Teori Pembelajaran Sosial***

Berdasarkan hasil penelitian Albert Bandura, teori ini menjelaskan bahwa pemirsa meniru apa yang mereka lihat di televisi, melalui suatu proses *observational learning* (pembelajaran hasil pengamatan).

### ***Teori Perilaku***

Perilaku manusia tidak lepas dari keadaan individu itu sendiri dan lingkungan dimana individu itu berada. Perilaku manusia itu didorong oleh motif tertentu sehingga manusia itu berperilaku. (Walgito, 2003: 19-21).

### ***Teori Kultivasi***

Teori kultivasi (*cultivation theory*) pertama kali dikenalkan oleh Professor George Gerbner, seorang Dekan Emiritus dari *Annenberg School for Communication* di Universitas Pennsylvania. Penelitian kultivasi yang dilakukan oleh Gerbner lebih menekankan pada “Dampak” (Nurudin, 2004: 157). Asumsi mendasar dari teori kultivasi adalah terpaan media secara simultan akan memberikan gambaran dan pengaruh pada persepsi pemirsanya. Teori kultivasi dalam bentuknya yang paling mendasar, percaya bahwa televisi bertanggung jawab dalam membentuk, atau mendoktrin konsepsi pemirsanya mengenai realitas sosial yang ada disekelilingnya. Pengaruh-pengaruh dari televisi yang berlangsung secara simultan, terus-menerus, secara tersamar telah membentuk persepsi individu/audiens dalam memahami realitas sosial. Lebih jauh lagi hal tersebut akan mempengaruhi budaya kita secara keseluruhan.

Menurut teori kultivasi, televisi menjadi media atau alat utama di mana para penonton televisi belajar tentang masyarakat dan kultur di lingkungannya. Persepsi apa yang terbangun di benak penonton tentang masyarakat dan budaya sangat ditentukan oleh televisi, ia belajar tentang dunia, orang-orangnya, nilai-nilainya, serta adat kebiasaannya.

Dengan kaca mata kultivasi, dapat dilihat adanya perbedaan antara pandangan orang tua dengan remaja tentang suatu permasalahan. Melalui perbedaan kultivasi, orang tua ditampilkan secara negatif dari televisi. Bahkan para pecandu televisi (terutama kelompok muda) lebih mempunyai pandangan

tentang orang tua daripada mereka yang bukan termasuk kelompok pecandu. Mengapa ini masalah terjadi? Karena sebelumnya, televisi telah memotret atau selalu menampilkan sisi negatif dari orang tua. Misalnya, bagaimana mereka sering terlihat kolot dalam memahami dan menyelesaikan kasus yang berhubungan dengan anak muda. Para pecandu televisi seolah tidak sadar bahwa televisi mempunyai banyak pengaruh terhadap sikap dan perilaku mereka.

Gerbner (Nurudin, 2007) berpendapat bahwa media massa menanamkan sikap dan nilai tertentu. Media pun kemudian memelihara dan menyebarkan sikap dan nilai itu antar anggota masyarakat dan kemudian mengikatnya bersama-sama pula. Penelitian kultivasi menekankan bahwa media massa merupakan agen sosialisasi dan menyelidiki apakah penonton televisi itu lebih mempercayai apa yang disajikan televisi daripada apa yang mereka lihat sesungguhnya.

Efek kultivasi memberikan kesan bahwa televisi mempunyai dampak yang sangat kuat pada diri individu. Bahkan, mereka menganggap bahwa lingkungan di sekitarnya sama seperti yang tergambar dalam televisi.

### ***Televisi Sebagai Media Massa***

Televisi adalah sebuah media telekomunikasi yang dikenal sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang monokrom (hitam putih) maupun warna. Televisi berasal dari bahasa Yunani. Kata *tele* berarti jauh dan *visio* berarti penglihatan. Sehingga televisi dapat diartikan sebagai telekomunikasi yang dapat dilihat dari jarak jauh. (Rahmawati & Rusnadi, 2011:3).

Televisi merupakan media dari jaringan komunikasi yang memiliki ciri-ciri sama seperti komunikasi massa, bersifat satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya bersifat keserempakan, dan komunikatornya bersifat heterogen. Televisi merupakan media elektronik yang paling sempurna dan mempunyai efek yang paling besar terhadap khalayak dibanding dengan media elektronik lainnya seperti radio, karena televisi merupakan media audio visual yang bersifat informatif, hiburan, pendidikan, dan juga alat kontrol sosial.

### ***Talk Show***

Menurut Naratama (2004:147) *Talk show* atau dialog atau debat atau argumentasi atau blak-blakan. Sang pembicara bebas membantah, sang moderator boleh mengkritik, sang bintang tamu boleh menangis, bila memang perlu. Pokoknya bicara menjadi menu primer.

Menurut Fred Wibowo (2007:8) program *talk show* adalah program pembicaraan tiga orang atau lebih mengenai suatu permasalahan. Dalam program ini masing-masing tokoh yang diundang dapat saling berbicara mengemukakan

pendapat dan presenter bertindak sebagai moderator yang kadang-kadang juga melontarkan pendapat atau membagi pembicaraan.

*Talk show* mempunyai ciri tipikal: menggunakan percakapan sederhana (casual conversation) dengan bahasa yang universal (untuk menghadapi heterogenitas khalayak). Tema yang diangkat mestilah benar-benar penting (atau dianggap penting) untuk diketahui khalayak atau setidaknya menarik bagi pemirsanya. Wacana yang diketengahkan merupakan isu (atau trend) yang sedang berkembang dan hangat di masyarakat. Berdasarkan Keputusan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 009/SK/KPI/8/2004 Tentang Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran Komisi Penyiaran Indonesia pada Pasal 8 disebutkan bila program *talk show* termasuk di dalam program faktual. Adapun pengertian program faktual merujuk pada program siaran yang menyajikan fakta non-fiksi. (Sumber : Pengertian *Talk show*\_Perpuskita).

### **Perilaku**

Perilaku dalam kamus bahasa Indonesia adalah tingkah laku atau perbuatan individu atau tanggapan individu yang terwujud dalam gerakan atau sikap (Walgito, 2003). Setiap manusia pastilah memiliki perilaku berbeda-beda antara yang satu dengan yang lainnya. Perilaku atau aktivitas yang ada pada individu atau organisme itu tidak timbul dengan sendirinya, tetapi sebagai akibat dari stimulus yang diterima oleh organisme yang bersangkutan baik stimulus eksternal maupun stimulus internal. Namun demikian sebagian terbesar dari perilaku organisme itu sebagai respon terhadap stimulus eksternal. Bagaiman kaitan antara stimulus dan perilaku sebagai respon terdapat sudut pandang yang belum menyatu antara para ahli. Ada ahli yang memandang bahwa perilaku sebagai respon terhadap stimulus, akan sangat ditentukan oleh keadaan stimulusnya, dan individu atau organisme seakan-akan tidak mempunyai kemampuan untuk menentukan perilakunya, hubungan stimulus dan respon seakan-akan bersifat mekanistik. Pandangan semacam ini pada umumnya merupakan pandangan yang bersifat behavioristik.

Berbeda dengan pandangan kaum behavioristik adalah pandangan dari aliran kognitif, yaitu yang memandang perilaku individu merupakan respon dari stimulus, namun dalam diri individu itu ada kemampuan untuk menentukan perilaku yang diambilnya. Ini berarti individu dalam keadaan aktif dalam menentukan perilaku yang diambilnya (Walgito, 2003:13).

Menurut Lewin (dalam Jalaluddin Rakhmat, 2007 : 27), perilaku individu diartikan sebagai hasil interaksi antara individu dengan lingkungan. Perilaku manusia tidak dapat lepas dari keadaan individu itu sendiri dan lingkungan dimana individu berada. Perilaku manusia didorong oleh motif tertentu sehingga manusia itu berperilaku.

Menurut Skinner (dalam Walgito, 2003:17) membedakan jenis-jenis perilaku menjadi (a) perilaku yang alami (*innate behavior*), (b) perilaku operan

(*operant behavior*). Perilaku alami yaitu perilaku yang dibawa sejak organisme dilahirkan, yaitu yang berupa refleks-refleks dan insting-insting, sedangkan perilaku operan yaitu perilaku yang dibentuk melalui proses belajar.

### **Gaya Bicara**

Gaya bicara adalah cara berbicara yang dapat menimbulkan daya tarik para penggemar. Gaya bicara dapat digolongkan menjadi gaya berbicara dengan menghubungkan suara dengan kata-kata, atau gaya bahasa.

Gaya bicara juga dikemukakan oleh Brown dan Yule dalam Puji Santosa, dkk (2006:34). Gaya bicara adalah kemampuan mengucapkan bunyi-bunyi bahasa untuk mengekspresikan atau menyampaikan pikiran, gagasan atau perasaan secara lisan. Pengertian ini pada intinya mempunyai makna yang sama dengan pengertian yang disampaikan oleh Tarigan yaitu bahwa gaya bicara berkaitan dengan pengucapan kata-kata.

1. Gaya bahasa *Aksidenton*, yaitu pembicara berusaha agar penerima pesan memperhatikan seluruh kalimat yang diucapkan, bukan pada bagian-bagian dari kalimat.
2. Gaya bahasa *polisidenton*, yaitu pembicara berusaha agar penerima pesan mengarahkan perhatiannya terarah pada kalimat demi kalimat.
3. Gaya bahasa *klimaks*, yaitu pembicara berusaha agar pendengar tertarik akan pembicaraannya dan memperoleh perbandingan yang mendalam.
4. Gaya bahasa *anti klimaks*, yaitu pembicara berusaha agar pendengar tertarik akan pembicaraannya.
5. Gaya bahasa *hiperbola*, yaitu pembicara berusaha menarik perhatian pendengar dengan menggunakan bahasa yang “menyangkatkan”.
6. Gaya bicara dengan gerak air muka (*mimik*). Pada gaya ini, pembicara tidak mengeluarkan kata-kata, tidak juga diam, akan tetapi dengan gerak air muka.
7. Gaya bicara dengan gerak anggota badan (*panto mimik*). Pada jenis gaya bicara ini, pembicara tidak mengeluarkan kata-kata, akan tetapi membuat gerakan-gerakan pada bagian tubuhnya.
8. Gaya bicara dengan gerak-gerak (*panto mimik dan mimik*). Pembicara menyampaikan pesannya dengan gerak muka berbarengan dengan gerak anggota badan. (Charles Bonar Sirait (2007) dalam buku Fitriana Utama Dewi).

### **Remaja**

Masa remaja, menurut Mappiare (Sarwono, 2007) berlangsung antara umur 12 tahun bagi wanita dan 13 tahun sampai dengan 22 tahun bagi pria. Rentang usia remaja ini dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu usia 12/13 tahun sampai dengan 17/18 tahun adalah remaja awal, sedangkan usia 17/18 tahun sampai dengan 21/22 tahun adalah remaja akhir. Menurut hukum di Amerika Serikat saat ini, individu dianggap telah dewasa apabila telah mencapai usia 18 tahun, dan bukan 21 tahun seperti ketentuan sebelumnya.

Menurut Piaget (Hurlock, 1991) remaja adalah suatu usia dimana individu menjadi terintegrasi ke dalam masyarakat dewasa, suatu usia dimana anak tidak merasa bahwa dirinya berada di bawah tingkat orang yang lebih tua melainkan merasa sama, atau paling tidak sejajar.

Petro Blos dalam buku *psikologi remaja* (2007) mengatakan ada tiga tahap perkembangan remaja dalam proses penyesuaian dalam proses menuju kedewasaan yaitu :

1. Remaja Awal

Seorang remaja pada tahap ini masih terheran-heran akan perubahan-perubahan yang terjadi pada tubuhnya sendiri dan dorongan-dorongan yang menyertai perubahan-perubahan itu.

2. Remaja Madya

Pada tahap ini remaja sangat membutuhkan kawan-kawan. Ia senang kalau banyak teman yang menyukainya. Ada kecenderungan “*narcistic*”, yaitu mencintai diri sendiri, dengan menyukai teman-teman yang mempunyai sifat-sifat yang sama dengan dirinya.

3. Remaja Akhir

Pada masa ini seseorang sudah dapat mengetahui kondisi dirinya. Ia sudah mulai membuat rencana kehidupan serta sudah mulai memilih jalan hidup yang ditemuinya.

### ***Definisi Konsepsional***

Konsepsional adalah sesuatu yang menggambarkan hubungan, antara konsep-konsep khusus, yang ingin atau yang akan diteliti. istilah konsepsional merupakan pengarah atau pedoman yang lebih konkrit, dan teori yang kadang-kadang masih abstrak. Dari konsep yang dikemukakan diatas dapat ditarik ditarik definisi konsepsional sebagai berikut: Dampak tayangan Show Imah diartikan bagaimana terpaan tayangan Show Imah adalah suatu dampak yang diterima atau dialami oleh remaja secara langsung dari sebuah tayangan Show Imah baik itu secara verbal maupun non verbal yang menimbulkan pengaruh negatif atau positif terhadap perubahan gaya bicara, sikap dan perilaku dalam berkomunikasi pada diri remaja di kehidupan sehari-hari.

### **Metodologi Penelitian**

Sesuai dengan penelitian yang penulis teliti, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui, mendeskripsikan serta menganalisis Dampak tayangan Show Imah di Trans TV pada gaya Bicara Remaja di Desa Santan Ilir Kecamatan Marangkayu. Teknik analisis data yaitu teknik analisis data model interaktif yang terdiri dari tahapan pengumpulan data, reduksi (penyederhanaan) data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (verifikasi).

## **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Peniruan yang dilakukan oleh remaja setelah menyaksikan tayangan Show Imah dalam hal gaya bicara, dalam hal kata-kata (verbal), serta faktor yang mempengaruhi perilaku gaya bicara

Media massa secara pasti mempengaruhi pemikiran dan tindakan khalayak. Media membentuk opini publik untuk membawanya pada perubahan yang signifikan. Dalam hal ini tayangan Show Imah, telah mampu membuat remaja yang suka menyaksikan tayangan tersebut meniru berbagai hal yang terkait dengan tayangan Show Imah. Aspek peniruan ini antara lain meniru gaya bicara.

Menunjukkan delapan orang diantaranya mengaku telah meniru berbagai gaya bicara yang ditampilkan oleh Show Imah seperti “masalah buat Loe”, juragan mau duduk, jos gandhos kotos-kotos. Imitasi yang dilakukan oleh remaja ini sebagai akibat dari kurangnya filter yang dilakukan dalam melihat dan menyaksikan tayangan tersebut.

### **Dalam hal kata-kata verbal**

Sesuai dengan pendekatan efek komunikasi kognitif tentang efek perubahan perilaku, menonton televisi khususnya sinetron sebenarnya memberikan efek bagi penontonnya yakni efek kognitif dan behavioral atau perubahan perilaku dengan semua yang terlihat dalam tayangan *Talk Show*. Seperti halnya dalam hal kata-kata (verbal) seperti dari cara bicara atau gaya bahasa yang terlihat dalam acara *Talk Show* Show Imah, para pemainnya akan menampilkan penampilan terbaik mereka yang sangat menghibur dalam acara *Talk Show* tersebut.

Khususnya dalam hal kata-kata verbal seperti dalam berbicara, penonton yang aktif seperti remaja yang menjadi informan dalam penelitian ini, ikut pula meniru para pemainnya dalam gaya bahasa.

### **Faktor personal yang mempengaruhi perilaku individu**

Perilaku gaya bicara yang dilakukan oleh remaja dipengaruhi oleh faktor individu itu sendiri. Individu dapat menentukan pilihan terhadap perilaku yang akan dilakukan. Dalam hal ini, perilaku gaya bicara remaja merupakan dorongan dari individu itu sendiri. Faktor personal terdiri atas dua yaitu faktor biologis dan faktor sosiopsikologis.

Motif sosiogenis ini merupakan bagian dari faktor sosiopsikologis dimana motif sosiogenis ini adalah keinginan untuk memperoleh hiburan yang dapat terpuaskan dengan menonton program *talk show* Show imah. Sikap informan dalam menonton program *talk show* Show imah dapat dilihat dengan kecenderungan informan bertindak dengan mengikuti kata-kata yang dinilai tidak

sopan yang ada dalam acara Show imah. Hal ini terjadi karena adanya faktor kebiasaan yang dimana ini bermula dari adanya hobi remaja yang suka berbicara dengan mengikuti gaya dan *trend* yang lagi fenomenal di kalangan masyarakat untuk menunjukkan identitas diri, wujud kegembiraan dan sarana pergaulan dengan teman-teman sebaya.

### **Faktor situasional**

Faktor situasional merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi Perilaku gaya bicara remaja, karena umumnya lingkungan remaja yang cenderung membahas program *talk show* tersebut dan berlangsung cukup lama. Interaksi yang terjadi pada remaja ini menimbulkan ketertarikan terhadap program *talk show* tersebut. Dalam hal ini lingkungan yang mempengaruhi perilaku gaya bicara ini salah satunya lingkungan pertemanan dimana hubungan pertemanan ini, menyebabkan informan menonton program *talk show* Show imah karena dalam pergaulan informan banyak teman informan yang membahas tayangan Show imah.

Remaja tertarik menonton program *talk show* Show imah karena acaranya yang unik dan menghibur serta sajian acara yang berbeda dengan program *talk show* lainnya sehingga perilaku gaya bicara remaja dalam hal ini ditiru dan dipraktikkan oleh remaja karena seringnya menonton tayangan Show imah tersebut. Selain dari sajian acara yang disuguhkan unik dan menarik, perilaku gaya bicara remaja juga dipengaruhi oleh faktor personal dan situasional. Dimana faktor-faktor tersebut telah sesuai dengan asumsi dari teori yang digunakan yaitu *teori pembelajaran sosial, teori perilaku, dan teori kultivasi*.

### **Penutup**

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan, maka dapat disimpulkan beberapa hal antara lain ialah sebagai berikut:

1. Dampak menonton tayangan *talk show* Show imah pada perilaku dalam gaya bicara remaja yaitu berdampak negatif, seperti adanya perilaku meniru adegan-adegan yang terkesan tidak sopan dalam hal gaya bicara yang ditampilkan dalam *talk show* Show imah yang meliputi aksi peniruan dalam hal gaya bicara, hal kata-kata (verbal) serta perilaku dalam gaya bicara itu juga dipengaruhi dua faktor yaitu faktor personal yang terdiri dari : faktor biologis, motif sosiogenis, sikap, dan kebiasaan. Faktor situasional terdiri dari : Suasana Perilaku (*Behavioural setting*) dan Teknologi Komunikasi.
2. Melalui beberapa uji teori komunikasi massa yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu teori pembelajaran social, teori perilaku dan teori kultivasi yang telah teruji bahwa media massa dapat memberikan efek atau dampak yang kuat dan memberikan efek secara langsung kepada khalayaknya melalui

tayangan-tayangan yang disuguhkan apalagi mengingat bahwa tayangan tersebut memiliki jam tayang setiap hari yang akan secara bebas memberikan efek secara langsung bagi responden yang menontonnya secara terus menerus baik efek negatif maupun efek positif.

3. Aspek peniruan yang dilakukan oleh remaja juga terdapat perbedaan jawaban dari informan, ada yang melakukan peniruan dan mempraktekkan gaya bicara itu karena memang suka dengan acara Show imah tersebut, untuk mencari identitas diri melalui gaya atau *style* penggunaan bahasa tapi ada juga yang mempraktekkan gaya bicara dari tayangan Show imah tersebut karena mengikuti gaya dan trend masa kini yang lagi fenomenal di kalangan masyarakat, dalam hal kata-kata (verbal), keseluruhan remaja yang menjadi informan cenderung ikut meniru dan mempraktekkan kata-kata yang ada dalam *talk show* tersebut kedalam kehidupan mereka sehari-hari, misalnya seperti saling mengucapkan kata-kata masalah buat loe, loe dan gue dengan tingkah yang konyol kepada sesama teman dan keluarga.
4. Perilaku gaya bicara remaja dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor personal yang terdiri dari : faktor biologis, motif sosiogenis, sikap, dan kebiasaan. Faktor situasional terdiri dari : Suasana Perilaku (*Behavioural setting*) dan Teknologi Komunikasi.

### **Saran-saran**

Berdasarkan temuan dan analisis permasalahan, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Pihak pemilik stasiun televisi diharapkan memperhatikan kualitas dalam memberikan tayangan televisi untuk dapat menyuguhkan dan membuat tayangan-tayangan yang berkualitas lagi, tidak hanya membuat unsur hiburan semata didalamnya tetapi juga memberikan unsur pendidikan bagi masyarakat.
2. Pihak Komisi Penyiaran Indonesia diharapkan dapat lebih selektif dalam memperhatikan dan membatasi tayangan pada televisi.
3. Kepada remaja, membanjirnya informasi dan tontonan yang merusak mental harus dicermati secara sungguh-sungguh, karena informasi ataupun tontonan yang kita konsumsi pasti sedikit banyak akan memiliki dampak pada diri kita masing-masing. Memilih informasi dan tontonan yang berkualitas adalah solusi yang dapat kita tempuh serta tidak mudah terpengaruh pada apa yang ditayangkan di televisi baik dari gaya bahasa dan gaya bicaranya yang dapat merugikan diri sendiri dan orang lain.
4. Diharapkan para orang tua dapat selektif dalam memilih tayangan-tayangan yang berkualitas untuk anak-anak mereka agar dapat membawa perilaku yang positif pada diri anak untuk dapat dijadikan pelajaran dan pengalaman hidup.

5. Untuk penelitian selanjutnya yang ingin meneliti dengan tema yang sama pada penelitian ini, diharapkan dapat lebih memperluas lahan atau lokasi penelitian, seperti menambah informan agar dapat memperkuat hasil penelitian yang dilakukan.

### **Daftar Pustaka**

- Ardianto, Elvinaro, Komala Lukiati dan Karlinah. 2009. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ardianto, Erdinaya. 2005. *Komunikasi Massa*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Arifin, Anwar. 2003. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Baksin, A. 2006. *Jurnalistik Televisi:Teori dan Praktek*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Pt Raja Grafindo
- Efindi, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek*. Bandung: PT Remaja
- \_\_\_\_\_.2003. *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- \_\_\_\_\_.1993. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komuniksi: Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Iskandar. 2013. *Metodelogi Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Jakarta: Referensi
- Kriyantono, Rakhmat. 2008. *Teknik praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa: Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Kuswandi, Wawan. 2008. *Komunikasi Massa : Analisis Interaktif Budaya Massa*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Maratama, Rukmanda. 2004. *Menjadi Sutradara Televisi*. Grasindo
- Nurgiyantoro, B. 2001. *Penilaian Dalam Pengajaran Bahasa & Sasta*. Yogyakarta: BPFE
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Rakhmad, Jalaluddin. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaluddin. 2003. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Riswandi. 2009. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu Rosdakarya
- Santoso, Edi Dan Setiansah, Mike. 2010. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graham Ilmu
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 1988. *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Tarigan, Henry Guntur. 2008. *Berbicara*. Bandung : Angkasa

Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media : Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta : Rajawali Pers

Walgito, Bimo.2003. *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar)*. Yogyakarta: Andi

Wibowo, Fred. 2007. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Penuis Book Publisher.

Diakses Tanggal 16 November 2013. Pukul 13.00