

EFEK TAYANGANGANTENG-GANTENG SERIGALA DALAM MEMPENGARUHI GAYA BERBICARA REMAJA DI KOTA SAMARINDA (Studi Pada SMK Negeri 3 Samarinda)

Maria Tandi Boro¹

Abstrak

Maria Tandi Boro, 2015, Efek Tayangan Ganteng-Ganteng Serigala Dalam Mempengaruhi Gaya Berbicara Remaja di Kota Samarinda (Studi Pada SMK Negeri 3 Samarinda), dibawah bimbingan Bapak Drs. Endang Erawan, M.Si dan Bapak Sabiruddin, S.Sos.I.M.A. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan efek tayangan Ganteng-Ganteng Serigala dalam mempengaruhi gaya berbicara remaja di SMK Negeri 3 Samarinda. Fokus dalam penelitian ini meliputi efek pesan media massa antara lain efek kognitif, efek afektif, dan efek behavioral. Penelitian ini termasuk studi deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan atau melukiskan secara sistematis sifat-sifat serta hubungan yang diselidiki. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik observasi dan wawancara kepada remaja yang memenuhi kriteria-kriteria tujuan penelitian untuk mengetahui efek tayangan Ganteng-Ganteng Serigala dalam mempengaruhi gaya berbicara mereka, serta mencari data dari berbagai tulisan artikel, buku-buku dan internet. Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2014 sampai Februari 2015. Hasil penelitian diperoleh gambaran yaitu beberapa remaja terkena efek kognitif, afektif, dan behavioral yang berkaitan dengan bahasa dari tayangan Ganteng-Ganteng Serigala. Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah bahwa tayangan Ganteng-Ganteng Serigala telah memberikan efek hingga mempengaruhi gaya berbicara remaja dalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya tayangan ini, mengingatkan kita untuk lebih mencintai dan menggunakan Bahasa Indonesia sesuai dengan Kamus Besar Bahasa Indonesia Ejaan Yang Disempurnakan dalam kehidupan sehari-hari dan bukan hanya mengikuti tren yang ada karena saat ini banyak bahasa yang bermunculan seperti bahasa alay yang dapat membuat penontonnya mulai melupakan Bahasa Indonesia yang benar. Dapat dijadikan pelajaran dan pengalaman hidup serta kepada penonton untuk memanfaatkan waktu dengan sebaik-baiknya ketika menonton hal-hal yang memberikan informasi yang baik bagi diri mereka.

Kata Kunci : Efek Tayangan, Ganteng-Ganteng Serigala, Gaya Berbicara Remaja

Pendahuluan

Perkembangan media massa dari tahun ke tahun semakin pesat, salah satunya adalah televisi. Televisi merupakan media elektronik yang paling

¹Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: mariatandiboro@gmail.com

sempurna dan mempunyai efek yang paling besar terhadap khalayak dibandingkan dengan media elektronik lainnya seperti radio, karena televisi merupakan media audio visual yang bersifat informatif, hiburan, pendidikan, dan juga alat kontrol sosial.

Tidak bisa dipungkiri lagi bahwa televisi pada saat ini merupakan salah satu sarana media yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Banyak orang yang menghabiskan waktunya lebih lama di depan televisi dibandingkan dengan waktu yang digunakan untuk mengobrol dengan keluarga atau untuk membaca buku. Hal ini memicu para pemilik modal berlomba-lomba melebarkan sayapnya di industri pertelevisian sehingga stasiun televisi di Indonesia mulai bermunculan.

Perkembangan pertelevisian di Indonesia dalam beberapa tahun belakangan ini cukup pesat, dan kini sudah berdiri beberapa stasiun televisi swasta yang berorientasi bisnis. Hampir selama 27 tahun masyarakat Indonesia hanya menonton satu-satunya siaran televisi yang ada, bermula dari stasiun televisi milik pemerintah (TVRI) pada tanggal 24 Agustus 1962 dan kini telah berkembang menjadi belasan televisi swasta yang berada di Jakarta dan daerah.

Dengan banyaknya jumlah stasiun televisi di Indonesia semakin kompetitif dalam menyajikan program-program unggulannya dan membuat peta persaingan di layar kaca semakin ketat. Adu program pun dilakukan untuk memperebutkan pemirsa dan pengiklan. Setiap stasiun televisi dapat menayangkan berbagai program yang jumlahnya sangatlah banyak dan beragam seperti berita, film, sinetron, olahraga, musik, kuis, *games show*, *reality show*, *variety show*, dan sebagainya. Dari sekian banyak program acara yang ada di televisi, program sinetron adalah program yang paling sering mendapat sambutan hangat dari pemirsa. Ini menandakan, perhatian pemirsa terhadap sinetron sangat luar biasa dibandingkan program acara lainnya.

Pada umumnya tayangan sinetron ditayangkan pada malam hari yang membuat para remaja terhibur setelah seharian disibukkan dengan aktivitas di sekolah. Meluangkan waktu 1-2 jam untuk menonton sinetron setiap harinya seolah sudah menjadi kebiasaan rutin yang dilakukan para remaja tersebut demi mendapatkan penghiburan dari sinetron yang mereka tonton. Apapun dapat mereka lakukan agar tidak kehilangan menonton kelanjutan kisahnya setiap hari.

Kini para remaja sangat mudah sekali untuk mengikuti gaya hidup dari sinetron yang disiarkan oleh stasiun televisi. Cara berperilaku dan berbicara yang ditampilkan akan mudah diterima dan diingat oleh remaja, sehingga mereka dengan leluasa dapat menirukan, bahkan semakin menyebarkan hal baru yang mereka dapatkan dari sinetron ini. Ditambah lagi dengan pemilihan para pemain yang memiliki wajah serta kemampuan akting yang baik, akan semakin membuat remaja tertarik untuk mengikuti ceritanya.

Salah satu sinetron remaja yang menjadi perhatian penulis untuk dianalisis adalah sinetron “Ganteng-Ganteng Serigala” yang merupakan salah satu sinetron yang ditayangkan di SCTV dan merupakan sinetron yang menempati rating tertinggi. “Ganteng-Ganteng Serigala” ditayangkan dari hari Senin sampai

Minggu, pukul 19:30-21:00 WIB. Kesuksesan GGS tentunya tak lepas dari ceritanya yang berbeda dari sinetron remaja kebanyakan. Bila awalnya GGS tampak mirip sekali dengan cerita film *Twilight*, kini konflik semakin berkembang, apalagi GGS diwarnai dengan kisah cinta remaja ala vampir dan manusia. Selain cerita, GGS juga didukung oleh sejumlah artis-artis dengan wajah dan penampilan yang mudah digandrungi para remaja. Sebut saja Kevin Julio, Ricky Harun, Jessica Mila, Aliando Syarief, Dicky SMASH, Prilly Latuconsina, dan masih banyak lagi. Sinetron garapan rumah produksi Amanah Surga *Productions* ini merupakan sinetron yang mendapat banyak perhatian remaja. Tidak dapat disangkal, penggunaan kata-kata seperti “*OMG Hello*” “*mamsky*”, “*papsky*”, “*tansky*” “*my baby honey*”, “*jin tomang*”, “*peniti sinden*”, “*sekate-kate*”, sering terdengar dari percakapan yang terjadi di antara remaja saat ini. Kata-kata ini menjadi trend oleh remaja karena mereka menyaksikan tayangan sinetron yang disuguhkan dan dikemas dalam tampilan yang menarik.

Penggunaan gaya berbicara dari Bahasa Indonesia yang baik dan benar telah berubah mengikuti gaya berbicara artis saat melakukan perannya dalam sinetron. Seringnya mengikuti gaya berbicara artis dalam sinetron dapat membuat remaja melupakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar yang seharusnya digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, remaja juga akan sulit membedakan Bahasa Indonesia yang sesuai dan tidak sesuai dengan Kamus Besar Bahasa Indonesia Ejaan Yang Disempurnakan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana efek tayangan Ganteng-Ganteng Serigala dalam mempengaruhi gaya berbicara remaja di SMK Negeri 3 Samarinda?”.

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 “untuk menjelaskan efek tayangan Ganteng-Ganteng Serigala dalam mempengaruhi gaya berbicara remaja di SMK Negeri 3 Samarinda”.

Teori dan Konsep

Televisi

Effendy (2003: 174) mengatakan, “Televisi terdiri dari istilah “*tele*” yang berarti jauh dan “*visi*” (*vision*) yang berarti penglihatan. Segi “jauh”-nya diusahakan oleh prinsip radio dan segi “penglihatan”-nya oleh gambar”. Dengan demikian, jelas bahwa televisi merupakan media massa yang bersifat audio visual dengan menggabungkan gambar dan suara sehingga memiliki kelebihan

dibandingkan media massa lainnya yang hanya menggunakan suara atau gambar seperti radio maupun surat kabar.

Televisi Sebagai Media Massa

Televisi atau yang sering disebut TV merupakan salah satu media massa yang sangat berpengaruh terhadap masyarakat. Menurut Karlinah dan kawan-kawan (2009: 6): 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. Dengan demikian, jelas bahwa televisi memegang peranan penting dalam melakukan komunikasi untuk menyampaikan suatu pesan atau informasi kepada masyarakat umum yang berada di tempat yang berbeda.

Tayangan Televisi

Wahyudi (1996: 12) mengatakan, “Tayangan adalah sesuatu yang ditayangkan atau dipertunjukkan”. Tayangan merupakan kegiatan, informasi atau isi pesan dari seseorang atau produser kepada khalayak melalui proses pemancar gelombang elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi.

Efek Pesan Media Massa

Efek media adalah perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa. Karena fokusnya pada pesan, maka efek haruslah berkaitan dengan pesan yang disampaikan media massa tersebut. Nurudin (2011: 228) mengatakan, “Wujud efek bisa berwujud tiga hal: efek kognitif (pengetahuan), afektif (emosional dan perasaan), dan *behavioral* (perubahan pada perilaku)”. Selain itu, pendapat lainnya yang sama mengenai efek pesan media massa (Karlinah dan kawan-kawan, 2009: 52) antara lain: efek kognitif, efek afektif dan efek *behavioral*.

Sinetron

Dari sekian banyak acara yang ada di televisi, program sinetron tampaknya paling sering mendapat sambutan hangat dari pemirsa. Ini menandakan, perhatian pemirsa terhadap sinetron sangat luar biasa dibanding paket acara lainnya. Menjamurnya program sinetron di televisi, bukan hal luar biasa. Kuswandi (1996: 131), kehadiran sinetron merupakan suatu bentuk aktualitas komunikasi dan interaksi manusia yang diolah berdasarkan alur cerita untuk mengangkat permasalahan hidup manusia sehari-hari. Dalam membuat paket sinetron, kru televisi (sutradara, pengarah acara dan produser) harus memasukkan isi pesan yang positif bagi pemirsa. Dengan kata lain, pesan sinetron dapat mewakili aktualitas kehidupan masyarakat dalam realitas sosialnya.

Pengaruh Sinetron

Sinetron sebagai salah satu bentuk interaksi komunikatif memiliki unsur pembangunan yang hampir sama dengan drama yaitu tersusun atas unsur lakon, pemain, latar, dialog, tema, amanat dan petunjuk teknis. Akan tetapi tidak dapat dipungkiri juga melalui beragam pola pikir masyarakat yang berbeda maka akan berbeda pula respon penerimaan yang diambil dari tayangan sinetron tersebut dan perubahan perilakunya juga berbeda. Terdapat beberapa efek yang dapat membentuk para penonton sinetron dari beberapa unsur di atas. Seperti jika dalam sinetron tersebut menggunakan kata-kata atau dialog yang kurang pantas untuk digunakan, dan perilaku-perilaku buruk yang terjadi di dalam cerita sinetron tersebut maka secara langsung, sinetron yang menayangkan adegan-adegan atau kata-kata yang tidak pantas akan terekam di memori penontonnya hingga bukan tidak mungkin mereka jadikan pelajaran ataupun mencontohkannya ke orang lain dalam kehidupan nyata.

Komunikasi Verbal

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Simbol dalam komunikasi verbal yang sering digunakan yaitu bahasa, karena bahasa mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain. Di dalam komunikasi verbal dibedakan menjadi dua, yaitu komunikasi verbal menggunakan vokal, seperti: bahasa lisan, dan komunikasi verbal nonvokal seperti: bahasa tertulis. Mulyana (2004: 237) mengatakan, “Bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, perasaan, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang mempresentasikan berbagai aspek realitas individual kita”. Penggunaan bahasa melalui kata-kata membuat seseorang dapat mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan atau maksud mereka, menyampaikan fakta, data, dan informasi serta menjelaskannya, saling bertukar perasaan dan pemikiran, saling berdebat, bertengkar dan lain sebagainya.

Komunikasi Nonverbal

Komunikasi Nonverbal merupakan proses komunikasi dimana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata. Komunikasi nonverbal memainkan peran utama dalam perkembangan suatu hubungan, karena komunikasi nonverbal juga merupakan saluran utama yang kita gunakan untuk mengkomunikasikan perasaan dan sikap kita. Tetapi kebanyakan komunikasi nonverbal adalah tingkah laku yang tidak disadari, karena kebanyakan dari kita mempunyai keterbatasan dalam memahaminya (Rosmawaty, 2010: 33). Contoh komunikasi nonverbal ialah menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan sebagainya, simbol-simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara. Komunikasi nonverbal merupakan salah satu bentuk media komunikasi yang sama pentingnya dan banyak digunakan dalam berbagai situasi terutama berkaitan dengan sistem nilai, gaya dan bahasa tubuh, perasaan,

dan emosi. Keterampilan komunikasi nonverbal menjadi bagian penting dari kemampuan pendamping untuk mengenal sikap, perilaku, tindakan dan harapan yang ditunjukkan melalui gerak tubuh yang terkadang sulit untuk dipahami.

Gaya Berbicara

Berbicara adalah sarana komunikasi lisan yang dilakukan antara individu dengan individu yang lain. Tarigan (1993: 15) mengatakan, "Berbicara adalah kemampuan mengucapkan bunyi-bunyi artikulasi atau kata-kata untuk mengekspresikan, menyatakan serta menyampaikan pikiran, gagasan dan perasaan". Gaya berbicara adalah cara berbicara yang dapat menimbulkan daya tarik para pendengar. Teknik berbicara menyangkut cara dan kemampuan seseorang dalam mengutarakan pendapat, pikiran, dan perasaannya melalui kata-kata yang baik dan benar sesuai dengan kaidah kebahasaan, sehingga hal-hal yang diucapkan dapat dimengerti oleh lawan bicara.

Golongan Gaya Berbicara

1. Gaya berbicara dengan menghubungkan suara dengan kata-kata, atau gaya bahasa.
2. Gaya berbicara dengan gerak air muka (mimik).
3. Gaya berbicara dengan gerak anggota badan (panto mimik).
4. Gaya berbicara dengan gerak-gerak (panto mimik dan mimik).

Fenomena Alay

Alay adalah sebuah istilah yang merujuk pada sebuah fenomena perilaku remaja di Indonesia. *Alay* merupakan singkatan dari "anak layangan" atau "anak lebay". Istilah ini merupakan *stereotype* (pandangan negatif) yang menggambarkan gaya hidup norak atau kampungan. Selain itu, *alay* merujuk pada gaya yang dianggap berlebihan (*lebay*) dan selalu berusaha menarik perhatian. Seseorang yang dikategorikan *alay* umumnya memiliki perilaku unik dalam hal bahasa dan gaya hidup. Bahasa *alay* ini dengan cepat menjadi sebuah pesan berantai yang boleh siapapun orang lain gunakan. Kebanyakan orang berpendapat bahwa bahasa *alay* adalah bahasa yang dipakai untuk bergaul dan akan dengan mudah membuat sebuah pertemanan tak kaku dan cenderung lebih *gaul*. Fenomena *alay* ini semakin berkembang dengan adanya sinetron-sinetron remaja saat ini yang sering menampilkan gaya berbicara dan bahasa *alay* yang di gunakan oleh pemain sinetron tersebut sehingga para remaja yang menontonnya secara tidak langsung mempraktekkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Remaja

Masa remaja, menurut Mappiare (1982: 27) berlangsung antara umur 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi wanita dan 13 tahun sampai dengan 22 tahun bagi pria. Rentang usia remaja ini dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu usia 12 atau 13 tahun sampai dengan 17 atau 18 tahun adalah remaja awal, sedangkan

usia 17 atau 18 tahun sampai dengan 21 atau 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 (2004: 206) 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.

Hypodermic Needle Theory (Teori Jarum Hipodermik)

Teori Peluru ini merupakan konsep awal efek komunikasi massa yang oleh para pakar komunikasi tahun 1970-an dinamakan pula *hypodermic needle theory* (teori jarum hipodermik). Teori ini disamping mempunyai pengaruh yang sangat kuat juga mengasumsikan bahwa para pengelola media dianggap sebagai orang yang lebih pintar dibanding *audience*. Akibatnya, *audience* bisa dikelabui sedemikian rupa dari apa yang disiarkannya. Berbagai perilaku yang diperlihatkan televisi dalam adegan filmnya memberi rangsangan masyarakat untuk menirunya. Padahal semua orang tahu bahwa yang disajikan itu semua bukan yang terjadi sebenarnya. Akan tetapi, karena begitu kuatnya pengaruh televisi, penonton tidak kuasa untuk melepaskan diri dari keterpengaruhan itu.

Metode penelitian

Jenis penelitian

Peneliti menggunakan penelitian Deskriptif Kualitatif. Hal ini dikarenakan data yang ingin disajikan oleh peneliti berupa cerita dari para narasumber tentang pengalaman, opini, pengetahuan. Dengan kata lain, penelitian dengan metode penelitian kualitatif dapat menghasilkan data deskriptif berupa uraian dalam bentuk kata, tertulis atau lisan dari suatu individu, kelompok maupun organisasi yang diamati.

Fokus penelitian

Fokus penelitian dalam sebuah penelitian dimaksudkan untuk membatasi studi. Sesuai dengan permasalahan yang dirumuskan, maka peneliti memfokuskan pada efek pesan media massa (Karlinah dan kawan-kawan, 2009: 52) yang muncul setelah remaja menonton tayangan “Ganteng-Ganteng Serigala” antara lain:

1. Efek Kognitif
2. Efek Afektif
3. Efek *Behavioral*

Sumber data

Dalam penelitian ini, yang menjadi informan yang akan diteliti yaitu siswa kelas X (sepuluh) di SMK Negeri 3 Samarinda. Alasan peneliti memilih siswa kelas X (sepuluh) karena mereka mempunyai banyak waktu luang untuk

menonton dibandingkan kelas XI dan XII yang mempunyai jadwal lebih padat di sekolah. Seperti yang kita ketahui bahwa siswa SMK kelas XI disibukkan dengan jadwal sekolah dan kegiatan PSG atau Prakerin (Praktek Kerja Industri) sedangkan siswa SMK kelas XII disibukkan dengan jadwal sekolah dan kegiatan bimbel (bimbingan belajar) untuk persiapan Ujian Praktek, Ujian Sekolah dan Ujian Nasional. Selain itu, siswa kelas X lebih mudah terpengaruh dengan tayangan yang ditontonnya sebab mereka masih terbawa dengan kebiasaan dan sikap saat masih di bangku SMP yang cenderung kurang menyaring tayangan yang ditontonnya.

Jenis data dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer
2. Data Skunder

Teknik pengumpulan data

- a. Penelitian lapangan berupa Wawancara
- b. Observasi
- c. Kuesioner
- d. Dokumentasi

Teknik analisis data

Teknik analisi yang digunakan model interaktif Miles dan Huberman yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian dan pembahasan

Identitas informan

Penelitian dilakukan oleh peneliti dalam kurun waktu dua bulan, yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah siswa SMK Negeri 3 Samarinda sebanyak 9 siswa.

Sinopsis Tayangan Ganteng-Ganteng Serigala

Merupakan sebuah sinetron yang berkisah tentang kehidupan antara manusia serigala, vampir dan manusia biasa. Ganteng-Ganteng Serigala adalah sebuah sinetron yang ditayangkan di SCTV. Sinetron ini diproduksi oleh Amanah Surga Productions yang tayang dari hari Senin sampai Minggu, pukul 19:30-21:00 WIB. Pemainnya antara lain Kevin Julio, Jessica Mila, Ricky Harun, Prilly Latuconsina, Aliando Syarief, Dicky Muhammad Prasetya, Dahlia Poland, Jerry In't Veld, dan Michelle Joan. Banyak sinetron yang berhasil menciptakan suasana yang bernuansa remaja. Sinetron Ganteng-Ganteng Serigala ini juga banyak menyelipkan hal-hal yang sedang ngetren atau yang banyak dibicarakan oleh para remaja saat ini. Dalam sinetron ini, Prilly yang memiliki sifat feminim dan ceria sering menyebutkan kata “*OMG Hello, mamsky, papsky, jin tomang, my baby honey, sekate-kate* dengan gaya berbicara yang terkesan *alay* dan

centil menggunakan gerakan badan serta mimik muka. Sinetron ini memberikan cerita yang berbeda dibandingkan dengan sinetron remaja lainnya karena menceritakan tentang kisah percintaan antara manusia dan vampir. Bahkan sinetron ini mendapatkan *rating* yang tinggi diantara banyaknya sinetron remaja yang ada.

Pembahasan

Data-data yang diperoleh tentang tayangan Ganteng-Ganteng Serigala dalam mempengaruhi gaya berbicara remaja di kota Samarinda (Studi pada SMK Negeri 3 Samarinda) disajikan berupa cerita asli dari para informan menurut bahasa, pandangan dan ungkapan oleh mereka. Untuk mengetahui bagaimana informan memahami tayangan Ganteng-Ganteng Serigala tentulah informan harus mengikuti alur dan cerita dari tayangan tersebut. Hal ini terlihat dari dalam hasil wawancara peneliti kepada 9 (sembilan) siswa yang menjadi informan. Berikut hasil analisis peneliti berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari hasil observasi dan hasil wawancara mengenai efek tayangan Ganteng-Ganteng Serigala yang telah dilakukan oleh peneliti kepada siswa kelas X (sepuluh) SMK Negeri 3 Samarinda.

Komunikasi Verbal

Bahasa Alay

Dilihat berdasarkan jawaban 9 (sembilan) informan yang merupakan penonton pasif, mereka mendapatkan informasi mengenai bahasa yang sedang tren saat ini dalam tayangan Ganteng-Ganteng Serigala. Bahasa yang mereka dapatkan khususnya mengenai bahasa *alay* dari tayangan Ganteng-Ganteng Serigala yaitu *OMG Hello, mamsky, papsky, my baby honey, amsyong, peniti sinden*, dan lain sebagainya. Mereka merasa bahwa menggunakan bahasa *alay* merupakan hal yang sudah biasa dan terdengar lazim saat ini. Pada dasarnya, informasi yang diberikan oleh tayangan Ganteng-Ganteng Serigala bisa diikuti atau tidak tergantung kepada penontonnya, namun media massa khususnya dalam hal ini televisi yang menayangkan Ganteng-Ganteng Serigala memiliki peranan penting dan aktif. Bagi penonton pasif, mereka mudah terpengaruh dengan sesuatu yang disajikan oleh media dan menganggap bahwa informasi yang diberikan oleh suatu tayangan merupakan hal yang penting dan perlu diikuti. Selain itu, mereka menonton tayangan Ganteng-Ganteng Serigala hampir setiap hari dan aktif dalam berbagai media sosial sehingga mereka seakan terhipnotis dengan tayangan tersebut dan menganggap informasi yang diberikan melalui tayangan Ganteng-Ganteng Serigala dalam hal ini mengenai bahasa *alay* dianggap penting bagi mereka dalam kehidupan sehari-hari.

Pendapat Tentang Bahasa Alay

Secara umum mereka yang menyukai bahasa *alay* yang sedang tren saat ini adalah anak-anak yang masih mencari jati diri mereka. Dengan mengikuti tren

semacam itu, mereka ingin eksistensi mereka diakui oleh orang lain. Terlepas dari hal itu, mereka secara percaya diri membuka diri untuk berkembang dengan gaya pergaulan mereka di komunitas dalam pergaulan sehari-hari, sehingga secara tidak langsung mereka merasa tidak *kuper* atau ketinggalan zaman. Dilihat dari jawaban 9 (sembilan) informan yang telah diuraikan sebelumnya bahwa hampir semua jawaban informan berpendapat bahwa bahasa *alay* saat ini terdengar biasa dan dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari, namun harus menyesuaikan tempat, situasi dan kondisi serta yang akan menjadi lawan bicara kita. Selain itu, walaupun boleh saja menggunakan bahasa alay namun penonton saat ini khususnya remaja tidak boleh melupakan Bahasa Indonesia sebagai bahasa yang harus kita jaga dan lestarikan.

Komunikasi Nonverbal

Perasaan Yang Timbul Saat Mendengar Bahasa Alay di GGS

Dilihat berdasarkan jawaban 9 (sembilan) informan yang telah diuraikan sebelumnya bahwa ada perasaan yang timbul saat mereka mendengar bahasa *alay* yang digunakan oleh para pemain dalam tayangan Ganteng-Ganteng Serigala yaitu hampir semua menjawab bahwa mereka merasa senang dan lucu dengan bahasa *alay* yang ditampilkan dalam tayangan Ganteng-Ganteng Serigala karena mereka menyajikan bukan hanya lewat bahasa namun juga dengan penggunaan gaya berbicara yang dapat membuat penontonnya tertawa.

Timbulnya Perilaku Meniru dari Gaya Berbicara dan Bahasa

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada 9 (sembilan) informan yang bersifat pasif memiliki jawaban yang hampir sama yaitu mereka meniru dari gaya berbicara dan bahasa yang ditampilkan dalam tayangan Ganteng-Ganteng Serigala. Mengenai 9 (sembilan) informan yang menjawab bahwa mereka meniru gaya berbicara dan bahasa yang ditampilkan dalam tayangan Ganteng-Ganteng Serigala karena begitu besarnya efek televisi dalam mempengaruhi para penontonnya. Para penonton khususnya remaja mudah terpengaruh dengan tren serta fenomena yang sedang terjadi, seperti saat ini dimana fenomena alay banyak terjadi karena hal tersebut sering ditampilkan dalam sinetron. Penonton yang sering menonton tayangan Ganteng-Ganteng Serigala dapat mudah terpengaruh dengan tayangan yang disajikan. Dalam hal ini, gaya berbicara dan bahasa yang digunakan oleh pemain dalam Ganteng-Ganteng Serigala saat ini menjadi tren karena penonton menggunakannya juga dalam pergaulan sehari-hari. Mereka menganggap bahwa yang disajikan oleh tayangan tersebut menjadi hal yang penting sehingga dapat diikuti dan menjadi tren di kalangan masyarakat khususnya remaja. Kata-kata yang merujuk pada bahasa gaul yang *booming* kini seperti *OMG Hello, my baby honey, mamsky, papsky, amsyong* dan masih banyak lagi. Sepintas, kata-kata seperti itu terkesan biasa dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaannya marak digunakan oleh berbagai kalangan khususnya para remaja. Banyak yang menganggap jika penggunaan

kata-kata tersebut dianggap wajar dan lucu atau bahkan mencirikan identitas dari sekelompok masyarakat bahasa tertentu.

Respon Lawan Bicara Ketika Berbahasa Alay

Tak hanya dalam penggunaan bahasa, perilaku *alay* juga ditunjukkan dalam berbicara. Para *alayers* cenderung menggunakan intonasi yang berlebihan. Seperti penekanan pada kata-kata tertentu, yang seharusnya diucapkan dengan mimik biasa pun orang juga akan mengerti. Mereka merasa perlu menggunakan ekspresi wajah yang berlebihan ketika hendak menyampaikan sesuatu. Hal seperti itu akan menimbulkan respon negatif pada lawan bicaranya sehingga membuat lawan bicaranya menjadi *risih* ketika berbicara dengan anak *alay* tersebut. Bagi mereka yang sudah terbiasa dan menyukai kebiasaan mereka berbahasa *alay*, hal tersebut merupakan kesenangan dan kebanggaan tersendiri. Mereka menginginkan untuk menjadi yang paling keren dari teman-temannya. Mereka menganggap bahwa bahasa *alay* merupakan bentuk kreativitas yang harus mereka kembangkan untuk mencapai sebuah kepuasan dan untuk mendapatkan pujian dari teman-temannya. Namun dalam pandangan orang lain yang tidak terbiasa mendengar atau menggunakan bahasa *alay*, hal tersebut justru sangat *norak* dan kampungan. Mereka tidak mau menerima adanya bahasa *alay* karena mereka terganggu dan menganggap bahasa *alay* adalah bahasa yang sangat sulit untuk dipahamai serta tidak mudah dimengerti.

Efek Pesan Media Massa

Efek Kognitif

Media televisi merupakan salah satu media yang memberikan efek bagi para penontonnya. Salah satunya adalah efek kognitif. Dari uraian sebelumnya, tidak dapat dipungkiri bahwa televisi memberikan efek bagi remaja dalam menyampaikan informasi yang dibutuhkan dalam kehidupan remaja saat ini. Media mempunyai pengaruh yang sangat kuat dalam pembentukan kognisi seseorang. Media memberikan informasi dan pengetahuan yang pada akhirnya dapat membentuk persepsi. Dari jawaban informan tersebut, informan menjawab bahwa mereka mendapatkan informasi yang sesuai dengan kebutuhannya setelah menonton tayangan Ganteng-Ganteng Serigala berkaitan dengan bahasa *alay* yang sedang tren saat ini seperti *OMG Hello*, *mamsky*, *papsky*, *my baby honey*, *amsyong*, dan lain-lain. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti kepada 9 (sembilan) informan yaitu mereka merupakan penonton pasif yang terkena terpaan tayangan dalam hal menerima informasi mengenai bahasa *alay* dari tayangan Ganteng-Ganteng Serigala dilihat dari jawaban yang informan berikan dan aktivitasnya sehari-hari.

Efek Afektif

Sinetron adalah salah satu tayangan yang dapat mempengaruhi perasaan para penontonnya agar ikut terbawa suasana dengan alur yang ditampilkan dalam

sinetron. Dari uraian yang pernah dibahas sebelumnya, tidak dapat dipungkiri bahwa media televisi punya efek yang besar pada afeksi khalayaknya. Dari jawaban informan, mayoritas informan menjawab bahwa mereka terbawa suasana pada saat menonton tayangan Ganteng-Ganteng Serigala. sinetron Ganteng-Ganteng Serigala juga menampilkan para pemainnya sering menggunakan bahasa *alay* dengan gaya atau ekspresi yang terlihat lucu sehingga dapat membuat penonton tertawa sehingga menghilangkan rasa bosan dan jenuh yang ada dalam diri penontonnya. Dari jawaban informan, mayoritas informan menjawab bahwa mereka terbawa suasana pada saat menonton tayangan Ganteng-Ganteng Serigala. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti kepada 9 (sembilan) informan berkaitan dengan efek afektif yaitu semua informan turut merasakan dan terbawa suasana dengan bahasa *alay* yang sering ditampilkan dalam tayangan Ganteng-Ganteng Serigala dilihat dari jawaban yang diberikan informan, sifat dan aktivitasnya sehari-hari.

Efek Behavioral

Selain efek kognitif dan efek afektif. Media massa khususnya televisi memberikan efek *behavioral* bagi para penontonnya yang berhubungan dengan perubahan perilaku sesuai dengan yang ditampilkan dalam tayangan sinetron. Efek terhadap sinetron remaja ada yang negatif dan juga positif. Bagi remaja yang memiliki persepsi positif terhadap sinetron, mereka menganggap bahwa yang ditayangkan di sinetron itu baik, sehingga mereka cenderung untuk meniru apa yang ditayangkan dalam sinetron remaja tersebut. Hal ini akan membawa pengaruh positif jika yang ditayangkan memang benar-benar positif. Namun sebaliknya akan membawa pengaruh negatif jika ternyata yang ditayangkan di sinetron tersebut sebenarnya hal yang bersifat negatif. Seperti halnya bahasa dan gaya berbicara yang terlihat di dalam sinetron, para pemain sinetron akan menampilkan penampilan terbaik mereka dalam hal akting dan menampilkan bahasa serta gaya berbicara yang dapat menarik perhatian penonton. Dari uraian yang pernah dibahas sebelumnya, dapat dilihat bahwa media massa mampu mempengaruhi perilaku khalayaknya. Media massa memiliki peranan penting dan aktif sedangkan penonton bersifat pasif sehingga terpengaruh oleh terpaan media yang membuat mereka cenderung untuk meniru apa yang mereka tonton. Hampir semua informan yang peneliti wawancarai berperilaku mengikuti tren yang ditampilkan oleh televisi. Banyak remaja terpengaruh cara berbicara menggunakan gaya berbicara dan bahasa *gaul* yang banyak digunakan remaja dengan mengikuti artis dalam sinetron Ganteng-Ganteng Serigala.

Kesimpulan

Pada bagian akhir skripsi ini penulis menarik kesimpulan dan saran-saran khususnya mengenai efek tayangan Ganteng-Ganteng Serigala dalam mempengaruhi gaya berbicara remaja di kota Samarinda (Studi pada SMK Negeri

3 Samarinda). Berdasarkan pada penyajian data, analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Melalui uji teori komunikasi massa yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu *Hypodermic Needle Theory* (Teori Jarum Hipodermik) bahwa media massa dapat memberikan efek yang kuat kepada informan melalui tayangan-tayangan sinetron yang disuguhkan. Apalagi mengingat bahwa tayangan sinetron memiliki jumlah episode yang tidaklah pendek dengan jam tayang setiap hari yang akan memberikan efek bagi informan yang menontonnya secara terus menerus baik efek negatif yaitu informan menjadi melupakan Bahasa Indonesia Ejaan Yang Disempurnakan yang seharusnya digunakan sehari-hari kemudian lebih menggunakan gaya berbicara dan bahasa yang sedang tren, sedangkan efek positifnya yaitu mereka mendapatkan informasi baru sesuai perkembangan zaman yang berkaitan dengan kehidupan remaja saat ini.
2. Dilihat dari hasil penelitian yang telah dibahas sebelumnya, dapat dilihat adanya perilaku yang terbentuk diakibatkan tayangan Ganteng-Ganteng Serigala pada remaja, dimana informan mendapatkan informasi berkaitan dengan bahasa *alay*, kemudian ikut terbawa suasana dengan penampilan pemainnya dalam hal bahasa dan ekspresi yang digunakan, setelah itu adanya perilaku meniru dari segi bahasa dan gaya berbicara.
3. Dilihat dari hasil penelitian yang telah dibahas bahwa tayangan Ganteng-Ganteng Serigala memberikan efek yang cukup besar bagi remaja. Dari 9 informan yang diteliti, terkena efek dari efek kognitif, efek afektif dan behavioral.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan setelah melihat hasil dari penelitian ini, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan para remaja dapat lebih selektif dalam memilih tayangan-tayangan yang berkualitas agar dapat membawa perilaku yang positif pada diri sendiri untuk dapat dijadikan pelajaran dan pengalaman hidup serta diharapkan informan dapat memanfaatkan waktu dengan sebaik-baiknya untuk menonton hal-hal yang memberikan informasi yang baik bagi diri mereka.
2. Bagi produsen Amanah Surga Productions dan SCTV sebagai stasiun TV dan manajemen salah satu Productions House (PH) yang membuat sinetron Ganteng-Ganteng Serigala yang lebih berkualitas lagi. Baik dari segi penokohan ataupun dari tema ceritanya yang tidak hanya unsur hiburan semata di dalamnya tetapi juga memberikan unsur pendidikan bagi masyarakat serta dapat menyesuaikan jam tayang yang lebih sesuai dengan target sasaran yang dituju.
3. Sebagian remaja yang menggemari tayangan sinetron hendaknya diharapkan agar tidak mudah terpengaruh pada apa yang ditayangkan di dalam sinetron, baik melalui cerita, peran, serta bahasa dan gaya berbicara agar tidak

terpengaruh pada hal-hal negatif yang dapat merugikan diri sendiri maupun orang lain.

4. Hal lain yang dapat disarankan adalah kemungkinan penelitian-penelitian yang sejenis akan ada dengan berkesinambungan dalam jangka waktu tertentu, untuk itu diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pandangan terhadap penelitian selanjutnya, demi perkembangan ilmu pengetahuan yang lebih baik kedepannya.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala, Siti Karlinah. 2009. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darwanto. 2007. *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Hurlock, Elizabeth B. 2006. *Psikologi Perkembangan ed.V*. Jakarta: Erlangga.
- Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Masa: Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Kuswandi, Wawan. 2008. *Komunikasi Massa Analisis Budaya Massa*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Lestari, Endang dan Maliki, MA. 2006. *Komunikasi Yang Efektif*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia.
- Mappiare, Andi. 1982. *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Mulyana, Deddy. 2004. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rosmawaty. 2010. *Mengenal Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Widya Padjadjaran.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 2006. *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tarigan, Henry Guntur. 1993. *Berbicara Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Bandung: Angkasa.
- Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Wiryanto. 2000. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Grasindo.

Sumber Internet :

Andreas. 2013. *Tentang Gaya Hidup*. <http://arsmusic.wordpress.com/gaya-hidup/tentang-gaya-hidup/> (diakses 20 Oktober 2014).

Munajah. 2013. *Apakah Bahasa `Alay` Menggerus Bahasa Persatuan?*. <http://news.liputan6.com/read/788599/apakah-bahasa-alay-menggerus-bahasa-persatuan> (diakses 20 Oktober 2014).

Putra, Anawia. 2014. *Rating Televisi Indonesia*. <http://tv.studiokita.net/p/rating-telvisi-indonesia.html> (diakses 20 September 2014).