

DAMPAK TAYANGAN SITUASI KOMEDI “TETANGGA MASA GITU” DI NET TV DALAM KEHARMONISAN RUMAH TANGGA WANITA KARIR DI RT. 30 KELURAHAN KARANG ANYAR SAMARINDA

Muhammad Iqbal Haq¹

Abstrak

Muhammad Iqbal Haq, 1002055247, Dampak Tayangan Situasi Komedi “Tetangga Masa GITU” Di Net TV Dalam Keharmonisan Rumah Tangga Wanita Karir Di Kelurahan Karang Anyar Samrinda, di bawah bimbingan Dr. Iman Surya S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing I, Hikmah, S.Sos., M.A selaku dosen pembimbing II, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Mulawarman.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh terpaan tayangan situasi komedi tetangga masa gitu terhadap perilaku ibu rumah tangga Kelurahan Karang Anyar?. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini adalah Ibu rumah tangga yang bekerja atau berkarir di kelurahan Karang Anyar RT. 30 Samarinda yaitu 14 orang sebagai key informan

Dampak tayangan situasi komedi “tetangga masa gitu” dalam keharmonisan rumah tangga wanita karir di Kelurahan Karang Anyar RT. 30 Samarinda adalah sebagai berikut :

Atensi berkaitan perhatian ibu rumah tangga yang bekerja atau berkarir terhadap karakter Angel yang diperankan Sophia Latjuba dalam tayangan situasi komedi tetangga masa gitu, durasi berkaitan berapa lama para ibu rumah tangga yang bekerja atau berkarir menonton tayangan situasi komedi tetangga masa gitu, frekuensi berkaitan berapa kali dalam seminggu para ibu rumah tangga yang bekerja atau berkarir menonton tayangan situasi komedi tetangga masa gitu

Kata Kunci : *Dampak Tayangan, Program Acara, Net TV*

PENDAHULUAN

Perkembangan dan kemajuan teknologi di era globalisasi saat ini telah menjadikan informasi sangat penting, seiring dengan kehadiran media komunikasi terutama televisi yang dikenal dengan Audio Visual berpacu dalam menyampaikan informasi dan pesan-pesan yang berhubungan dengan segala aspek kehidupan manusia tidak terkecuali bidang ekonomi dan profesi

Sebelum tahun 1990-an, relatif masyarakat hanya mengenal tontonan siaran hiburan dan berita dari Televisi Republik Indonesia (TVRI). Baru setelah tahun tersebut, ada lima stasiun televisi baru, yakni Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI), Surya Citra Televisi (SCTV), Televisi Pendidikan Indonesia (TPI),

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

Andalas Televisi (ANTV), dan Indosiar Visual Mandiri (Indosiar). Yang kini sudah mengudara (on air) secara nasional. Dan dalam 4 tahun terakhir ini hadir juga Net Mediatama (NET TV) yang belakangan ini acaranya banyak digemari oleh masyarakat. Salah satu acara yang digemari adalah situasi komedi “Tetangga Masa Gitu” yang dilakukan Survei Indeks Kualitas Program Siaran Televisi Periode 1 tahun 2016 oleh KPI Pusat, bekerja sama dengan Ikatan Sarjana Ilmu Komunikasi (ISKI) dan 12 Perguruan Tinggi di Indonesia.. “Tetangga Masa Gitu” masuk dalam tiga besar program yang paling banyak ditonton masyarakat, untuk kategori program sinetron dan komedi. “Tetangga Masa Gitu” ditonton oleh 34,6% dari 1200 responden.

Kemajuan teknologi dan budaya telah banyak mendukung kemajuan bangsa dan masyarakat dunia khususnya maupun di Indonesia khususnya bidang karir, yang menuntut semua golongan untuk ikut berperan dalam semua aspek kehidupan baik di rumah tangga maupun dalam politik, dan lembaga pemerintahan. Persamaan tuntutan dari kalangan gender menunjukkan bahwa wanita merasa memiliki persamaan hak dengan laki-laki, sehingga banyak wanita meniti karir sesuai dengan profesinya.

TEORI DAN KONSEP

Teori Defendensi Efek Komunikasi

Teori yang dikembangkan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin L DeFleur (dalam Nurudin, 2007:43) memfokuskan perhatiannya pada kondisi structural suatu masyarakat yang mengatur kecenderungan terjadinya suatu efek media massa. Teori ini pada dasarnya merupakan suatu pendekatan struktur social yang berangkat dari gagasan mengenai sifat suatu masyarakat modern (atau masyarakat massa), dimana media massa dapat dianggap sebagai system informasi yang memiliki peran penting dalam proses pemeliharaan, perubahan, dan konflik pada tataran masyarakat, kelompok atau individu dalam aktivitas social. Teori mereka secara ringkas digambarkan dalam model berikut :

Pemikiran terpenting dari teori ini adalah bahwa dalam masyarakat modern, audience menjadi tergantung pada media massa sebagai sumber informasi bagi pengetahuan tentang, dan orientasi kepada, apa yang terjadi dalam masyarakatnya. Jenis dan tingkat ketergantungan akan dipengaruhi oleh sejumlah kondisi structural, meskipun kondisi terpenting terutama berkaitan dengan tingkat perubahan, konflik atau tidak stabilnya masyarakat tersebut. Dan kedua, berkaitan dengan apa yang dilakukan media yang pada dasarnya melayani berbagai fungsi informasi. Dengan demikian teori ini menjelaskan saling hubungan antara tiga perangkat variable utama dan menentukan jenis, efek tertentu sebagai hasil interaksi antara ketiga variabel tersebut.

Pembahasan lebih lanjut mengenai teori ini ditujukan pada jenis-jenis efek yang dapat dipelajari melalui teori ini. Secara ringkas kajian terhadap efek tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

a. Kognitif

- 1) Menciptakan atau menghilangkan ambiguitas
- 2) Pembentukan sikap

- 3) Agenda-Setting
 - 4) Perluasan system keyakinan masyarakat
 - 5) Penegasan/penjelasan nilai-nilai
- b. Afektif
- 1) Menciptakan ketakutan atau kecemasan
 - 2) Meningkatkan atau menurunkan dukungan moral
- c. Behavioral
- 1) Mengaktifkan/menggerakkan atau meredakan
 - 2) Pembentukan issue tertentu atau penyelesaiannya]
 - 3) Menjangkau atau menyediakan strategi untuk suatu aktivitas
 - 4) Menyebabkan perilaku dermawan (menyumbangkan uang)

New Media

Dimulai pada tahun 1930-an, lahir suatu model klasik komunikasi yang banyak mendapat pengaruh teori psikologi, Teori S-O-R singkatan dari Stimulus-Organism-Response. Objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi afeksi dan konasi (Effendy, 2003:253).

Asumsi dasar dari model ini adalah: media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Stimulus Response Theory atau S-R theory. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Artinya model ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Pola S-O-R ini dapat berlangsung secara positif atau negatif; misal jika orang tersenyum akan dibalas tersenyum ini merupakan reaksi positif, namun jika tersenyum dibalas dengan palingan muka maka ini merupakan reaksi negatif. Model inilah yang kemudian mempengaruhi suatu teori klasik komunikasi yaitu Hypodermic Needle atau teori jarum suntik.

Media Massa

Media massa adalah suatu istilah yang digunakan pada tahun 1920-an untuk mengistilahkan jenis media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Dalam pembicaraan sehari-hari, istilah ini sering disingkat menjadi media (Effendy, 2003:37).

Masyarakat dengan tingkat ekonomi rendah memiliki ketergantungan dan kebutuhan terhadap media massa lebih tinggi dari pada masyarakat dengan tingkat ekonomi tinggi karena pilihan mereka yang terbatas. Masyarakat Dengan tingkat ekonomi lebih tinggi memiliki lebih banyak pilihan dan akses banyak media massa, termasuk bertanya langsung pada sumber atau ahli dibandingkan mengandalkan informasi yang mereka dapat dari media massa tertentu (Effendy, 2003:39).

Media massa merupakan salah satu alat dalam proses komunikasi massa, karena media massa mampu menjangkau khalayak yang lebih luas dan relatif lebih banyak, heterogen, anonim, pesannya bersifat abstrak dan terpecah. Media massa sendiri dalam kajian komunikasi massa sering dipahami sebagai perangkat-

perangkat yang diorganisir untuk berkomunikasi secara terbuka dan pada situasi yang berjarak kepada khalayak luas dalam waktu yang relatif singkat (McQuail, 2000:17).

Karakteristik Media Massa

Unsur-unsur dan Karakteristik Media Massa Menurut Prakosa (2006:39) secara umum isi media dapat dibagi menjadi empat, yaitu berita, hiburan, opini dan iklan. Media massa (mass media) singkatan dari media komunikasi massa dan merupakan channel of mass yaitu saluran, alat atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa, karakteristik media massa itu meliputi:

1. Publisitas, disebarakan kepada khalayak.
2. Universalitas, kesannya bersifat umum.
3. Perioditas, tetap atau berkala
4. Kontinuitas, berkesinambungan.
5. Aktulitas, berisi hal-hal baru (Romly, 2002:5-6).

Televisi

Televisi merupakan salah satu media massa yang cukup populer di kalangan masyarakat. Hampir di setiap rumah setidaknya memiliki satu buah televisi. Televisi sendiri memiliki fungsi yang sama dengan media massa lainnya (surat kabar dan radio siaran), yakni memberi informasi, mendidik, menghibur, dan membujuk. Tapi tampaknya fungsi menghibur lebih dominant disbanding fungsi lainnya.

Menurut J.B Wahyudi televisi berasal dari dua kata yang berbeda aslnya, yaitu tele (bahasa yunani) yang berarti jauh, dan Visi yang berarti penglihatan, dengan demikian berate televisi diartikan dengan melihat jauh. Melihat jauh disini diartikan dengan gambar dan suara yang diproduksi disuatu tempat (studio) dapat dilihat dari tempat yang lain melalui sebuah perangkat penerima (J.B Wahyudi 1996:46)

Dalam istilah bahasa Inggris disebut television. berasal dari kata yunani, tele artinya jauh ditambah vision artinya melihat. Jadi arti televisi secara harfiah adalah melihat jauh, hal ini sesuai dengan kenyataanya bahwa pada saat sekarang kita dapat melihat siaran langsung dari Jakarta atau kota lain dari rumah kita masing-masing, dengan demikian televisi adalah salah satu mass media yang memancarkan suara dan gambar yang berarti sebagai reproduksi dari pada kenyataan yang disiarkannya, melalui gelombang-gelombang elektronik, sehingga dapat diterima oleh pesawat- pesawat penerima di rumah (Sunarjo dan Djonaesih S Sunarjo, 1983:125).

Jenis Televisi

Jenis televisi terbagi ke dalam beberapa jenis menurut kamus istilah televisi dan film yang dikutip oleh Ilham Z (2010: 256-257) yaitu:

1. Televisi Digital

Merupakan jenis televisi yang menggunakan modulasi digital dan system kompresi untuk menyiarkan sinyal video, audio dan data ke pesawat televisi.

2. Televisi Analog

Merupakan jenis televisi yang mengkodekan informasi gambar dengan bervariasikan voltase dan frekuensi dari sinyal.

3. Televisi Berlangganan

Merupakan jenis televisi yang menggunakan satelit, jadi pesawat penerima dilengkapi dengan alat dekoder yang berfungsi sebagai penerima sinyal dari satelit dan dilaksanakan dengan sistem sewa dan membayar iuran tiap bulannya (berlangganan).

4. Televisi Lokal

Merupakan jenis televisi yang jangkauannya terbatas di suatu daerah.

5. Televisi komunitas

Merupakan jenis televisi yang didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen dan tidak komersial dengan daya pancar yang rendah, dan luas jangkauan frekuensi wilayahnya terbatas, serta hanya untuk melayani kepentingan komunitasnya.

Situasi Komedi

Komedi Situasi merupakan salah satu genre komedi yang berasal dari radio, tetapi saat ini kebanyakan hanya dapat dijumpai di televisi. Komedi situasi biasanya terdiri dari karakter yang selalu sama dengan hanya satu latar seperti rumah atau tempat kerja. Komedi situasi mendapat penilaian yang baik dari kalangan penonton yang menginginkan hiburan ringan pada malam hari. Komedi situasi ini mudah diolah dan dideskripsikan karena hanya memakan waktu selama 30-45 menit dengan tema yang berubah-ubah dari waktu ke waktu tetapi menggunakan latar, lokasi, dekorasi, dan karakter yang hampir sama setiap kali tayang di televisi.

Bagi masyarakat yang ingin menjadikan tayangan televisi sebagai suatu hiburan segar, ringan dan tidak berbelit-belit mungkin situasi komedi atau sitkom menjadi pilihan yang tepat menemani waktu luang. Komedi situasi mampu menjadi alternatif hiburan komplit yang menyajikan drama dan gambaran kisah kehidupan serta komedi dalam waktu yang bersamaan. Walau komedi situasi biasanya merupakan bentuk serial televisi dengan potongan-potongan episode layaknya sinetron, namun komedi situasi lebih fokus pada ide cerita dan pemerannya yang tidak terlalu banyak. Dengan dominasi komedi dalam penyampaian ide cerita, maka komedi situasi akan selalu menarik untuk diikuti. Durasi tayang yang biasanya hanya 30-45 menit pun terasa kurang panjang saking atraktifnya suatu komedi situasi. Tentunya ditunjang dengan skenario, grafis dan kualitas akting aktris dan aktornya juga.

Namun memasuki tahun 2010-an, industri televisi Indonesia mulai menanggalkan komedi situasi dari tayangannya. Tren selera pasar yang berganti pada akhirnya membuat komedi situasi menjadi langka. Jikapun ada, gaungnya tidak terdengar karena gagal mendapatkn atensi dari pemirsa televisi. Sinetron stripping dan acara pencarian bakat mendominasi tayangan televisi.

Dampak Tayangan

Dampak tayangan menurut Shore (1985:26) tidak hanya menyangkut apakah seseorang secara fisik cukup dekat dengan kehadiran media massa, tetapi apakah seseorang itu benar-benar terbuka terhadap pesan-pesan media tersebut. Terpaan media merupakan kegiatan mendengarkan, melihat dan membaca pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut, yang dapat terjadi pada tingkat individu ataupun kelompok.

Menurut pendapat Rosengren (dalam Rakhmat, 2003:66) penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis media, jenis isi mediayang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Sementara itu Sari (1993:29) memoperasionalkan terpaan media sebagai frekuensi dari durasi setiap jenis media yang digunakan.

Dampak media juga dapat di definisikan sebagai penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan jenis media maupun durasi penggunaan (Ardianto dan Erdiana, 2004:164). Penggunaan jenis media meliputi media audio, audiovisual, media cetak, dan lain sebagainya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang diambil oleh peneliti adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memaparkan dan bertujuan memberikan gambaran serta menjelaskan dari variabel yang diteliti. Menurut Moleong (2003:6) mengemukakan bahwa deskriptif adalah data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dari pendapat ini dijelaskan penelitian deskriptif dalam penyajian ini lebih kepada kata-kata, kalimat ataupun gambar, juga berupa naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi atau memo. Hal ini disebabkan karena adanya penerapan metode kualitatif. Jadi penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, karena pada dasarnya penelitian ini menggambarkan dan mengetahui permasalahan yang diteliti dalam penelitian yaitu dampak tayangan situasi komedi “tetangga masa gitu” di Net TV dalam keharmonisan rumah tangga wanita karir di RT. 30 kelurahan Karang Anyar Samarinda.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Kelurahan Karang Anyar merupakan wilayah dari Kecamatan Sungai Kunjang Kota Samarinda Provinsi Kalimantan Timur. Kelurahan Sungai Kunjang memiliki luas wilayah 237,8 Ha. Letak Kelurahan Sungai Kunjang berbatasan berbatasan Kelurahan Teluk Lerong Ulu untuk sebelah utara, sebelah selatan berbatasan dengan Kelurahan Karang Asam Ilir, sebelah barat berbatasan dengan Kelurahan Lok Bahu dan sebelah timur berbatasan dengan kelurahan Sunai Keledang.

Kelurahan Karang Anyar mempunyai iklim tropis dengan temperatur bervariasi antara 20oC – 32oC dengan keadaan geografis berupa dataran rendah dengan curah hujan 15 mm/th. Kelurahan Karang Anyar terbagi menjadi 60 RT (Rukun Tetangga) dan orbitasi (jarak dari pusat pemerintah ke kelurahan) jarak

Dampak Tayangan Situasi Komedi “Tetangga Masa Gitu” Di Net TV (M. Iqbal Haq) dari pusat pemerintahan Kecamatan ke Kelurahan kurang lebih 3 km, jarak dari pusat pemerintah Kota ke Kelurahan kurang lebih 5 km dan jarak dari pusat pemerintahan Provinsi ke Kelurahan kurang lebih 4 km. Meskipun kondisi geografis Kelurahan Karang Anyar dataran rendah tapi jalan yang menghubungkan wilayah tersebut telah beraspal karena terletak di wilayah kota.

Jumlah RT yang terdapat di Kelurahan Karang Anyar ada 60 RT dengan penyebaran penduduk berjumlah 22.179 jiwa terdiri dari 5.530 KK di pusat kota (RT 5,6,7,9,11,12,14,17,18,19,20,21,22,23,24,25,27,28,29,30). Kondisi topografis wilayah jalan yang di lalui adalah perbukitan dan dataran, sehingga sarana yang terdapat di semua RT dapat di lalui transportasi. Penerangan menggunakan listrik dan komunikasi di masyarakat lancar.

Adapun untuk RT. 30 Kelurahan Karang Anyar berbatasan langsung dengan RT. 31 Kelurahan Karang Anyar dan Kelurahan Karang Asam Ilir. Dimana mayoritas pekerjaan penduduk yaitu sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) dengan luas wilayah 300 x 200 meter (Sumber: Kelurahan Karang Anyar Kota Samarinda).

Hasil Penelitian

Pada bagian ini disajikan hasil penelitian yang didapatkan dari wawancara dengan informan. Dari hasil wawancara yang dibuat pertanyaan tertutup, pertanyaan seperti ini digunakan untuk mempermudah informan dalam memberikan penilaian atau jawaban. Selanjutnya untuk mendapatkan data lebih deskriptif, peneliti menggunakan pertanyaan terbuka pada setiap pertanyaan yang berhubungan dengan fokus penelitian.

1. Indikator Atensi

Sebelumnya untuk mengetahui terpaan tayangan tetangga masa gitu terhadap keharmonisan rumah tangga wanita karir di RT.30 Kelurahan Karang Anyar, peneliti memberikan pertanyaan pada setiap wawancara tentang apakah informan menonton tayangan tetangga masa gitu mengetahui karakter Angel yang diperankan Sophia Latjuba.

Tabel 4.1
Perhatian informan tentang karakter Angel dalam tayangan Tetangga Masa Gitu

No pertanyaan	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ya	14	100
	Tidak	0	0
Jumlah		14	100

Sumber : hasil wawancara informan pada tanggal 14 Juni 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari 14 informan penelitian sebanyak 100% mengetahui karakter Angel dalam tayangan tetangga masa gitu. Hal yang wajar apabila banyak yang mengetahui karakter Angel karena merupakan salah satu tokoh utama dalam tayangan tetangga masa gitu. Dilihat dari jawaban informan yang mengaku mengetahui karakter Angel dalam tayangan tetangga masa gitu maka peneliti merasa para informan menaruh perhatian terhadap karakter Angel dalam tayangan tetangga masa gitu. Hal ini sejalan

dengan apa yang dikatakan Shore (1985:26) bahwa dampak media merupakan kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut, yang terjadi pada tingkat individu atau kelompok.

2. Indikator Frekuensi

Agar mempermudah peneliti mengolah data yang valid maka peneliti memberikan pertanyaan seringkan informan menonton tayangan tetangga masa gitu dalam kurun waktu seminggu, untuk membuktikan bahwa informan mendapat terpaan media karena memiliki latar belakang pernahnya dan seringnya menonton tayangan tetangga masa gitu dalam kurun waktu seminggu, berikut hasil wawancara:

Tabel 4.2

Frekuensi informan menonton tayangan tetangga masa gitu dalam kurun waktu seminggu

No pertanyaan	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
2	Sering	9	64,3
	Tidak sering	5	35,7
Jumlah		14	100

Sumber : hasil wawancara informan pada tanggal 14 Juni 2017

Bedasarkan tabel diatas, dapat dilihat sebanyak 64,3% menjawab sering menonton tayangan tetangga masa gitu dalam kurun waktu seminggu dan 35,7 menjawab tidak sering menonton tayangan tetangga masa gitu dalam kurun waktu seminggu, jadi dapat ditafsirkan bahwa informan terkena terpaan karena dilatar belakangi seringnya menonton tayangan tetangga masa gitu dalam kurun waktu seminggu, sedangkan informan yang mengaku tidak sering menonton tayangan tetangga masa gitu dalam kurun waktu seminggu, peneliti meyakini bahwa mereka mendapatkan terpaan media, karena berpegang pada pertanyaan sebelumnya yaitu atensi, dimana 14 informan mengaku pernah menonton tayangan tetangga masa gitu. Hal ini memungkinkan karena, walaupun informan tersebut tidak sering menonton tayangan tetangga masa gitu dalam kurun waktu seminggu, tetapi mereka tetap menaruh perhatian pada tayangan tetangga masa gitu. Seperti yang ditegaskan Ardianto dan Erdina (2006:164) bahwa frekuensi penggunaan media mengumulkan data khalayak tentang berapa kali sehari seseorang menggunakan media dalam satu minggu (untuk meneliti program harian).

3. Indikator durasi

pada bagian ini disajikan mengenai hasil penelitian yang peneliti lakukan pada 14 wanita karir di RT 30 Kelurahan Karang Anyar Samarinda untuk mengetahui berapa lama waktu yang digunakan untuk menonton tayangan situasi komedi “Tetangga Masa Gitu” di Net TV, berikut hasil wawancaranya:

Tabel 4.2

Frekuensi informan menonton tayangan tetangga masa gitu dalam kurun waktu seminggu

No pertanyaan	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
2	Sering	9	64,3

	Tidak sering	5	35,7
Jumlah		14	100

Sumber : hasil wawancara informan pada tanggal 14 Juni 2017

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa sebanyak 100% informan penelitian menjawab menonton tayangan situasi komedi “Tetangga Masa Gitu” di Net TV lebih dari 20 menit. Selain menaruh perhatian (atensi) terhadap tayangan situasi komedi “Tetangga Masa Gitu” di Net TV, menonton lebih dari 20 menit membuktikan bahwa informan penelitian sangat serius ketika menonton tayangan situasi komedi “Tetangga Masa Gitu” di Net TV, walaupun pada bagian sebelumnya (frekuensi) 5 dari 14 wanita karir mengaku tidak sering menonton tayangan situasi komedi “Tetangga Masa Gitu” di Net TV tetapi mereka tetap serius dan memusatkan perhatian ketika menonton tayangan situasi komedi “Tetangga Masa Gitu” di Net TV, dimana terdapat kemungkinan terkena terpaan media itu ada. Karena menurut Ardianto dan Erdiana (2006:164) Media juga dapat didefinisikan sebagai penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan jenis media maupun durasi penggunaan, semakin lama waktu yang digunakan khalayak untuk konsumsi media maka terpaan media tersebut akan terlihat pada diri khalayak tersebut.

PENUTUP

Kesimpulan

Pada bab ini penulis akan memberikan kesimpulan berdasarkan penyajian data dan analisis data yang telah penulis jabarkan pada bab terdahulu yang diharapkan dapat berguna bagi perkembangan skripsi ini dimasa-masa mendatang.

Yang disimpulkan dengan hal-hal ini mengenai apakah dampak tayangan situasi komedi “tetangga masa gitu” dalam keharmonisan rumah tangga wanita karir di RT. 30 Kelurahan Karang Anyar Samarinda dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan dampak tayangan, 14 wanita karir di RT 30 Kelurahan Karang Anyar Samarinda yang menjadi informan dalam penelitian ini menaruh perhatian dan memiliki pemahaman pada tayangan tetangga masa gitu. Peneliti menilai para informan memiliki pemahaman berdasarkan pertanyaan mengenai durasi. Dari 14 informan menjawab menonton tayangan tetangga masa gitu lebih dari 20 menit, walaupun pada bagian frekuensi para informan tersebut ada yang menjawab tidak sering menonton tayangan tetangga masa gitu.
2. Peneliti melihat adanya perubahan perilaku yang dalam hal ini adalah berusaha tetap menjaga keharmonisan rumah tangga walaupun karakter Angel dalam tayangan tetangga masa gitu terbawa kehidupan sehari-hari.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disebutkan diatas, maka dibawah ini penulis menyajikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait, sebagai berikut:

1. Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan diatas, peneliti memberi saran untuk masyarakat Samarinda mengetahui dampak dari intensitas menonton televisi yang dapat berpengaruh pada perubahan perilaku, yang dalam hal ini karakter yang ada dalam televisi terbawa kekehidupan sehari-hari. Oleh karena itu masyarakat harusnya lebih cermat dalam mengkonsumsi media, tetapi yang perlu diperhatikan adalah penggunaan intensitas media berlebihan akan menimbulkan efek yang berlebihan.
2. Untuk media televisi Net Tv diharapkan agar membuat ide cerita yang lebih kreatif agar semakin banyak yang menyukai.
3. Tayangan Situasi Komedi Tetangga Masa Gitu diharapkan agar menggunakan kata-kata yang baik dan mendidik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ardianto, Erdiyana , 2004, Komunikasi Massa : Suatu Pengantar, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Bungin, Burhan, 2006, Sosiologi Komunikasi, Kencana Predana Media Group, Jakarta.
- Cangara, Hafied, 2003, Pengantar Ilmu Komunikasi, PT. Raja Grafindo Persada, Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana, M.A., 2003, Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Kriyantono, Rachmat, 2010, Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertaising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran, Kencana, Jakarta.
- Nurudin, 2007, Pengantar Komunikasi Massa, Rajawali Pers, Bandung.
- Rakhmat, Jalauddin, 2003, Psikologi Komunikasi, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Rakhmat, Jalauddin, 2005, Metode Penelitian Komunikasi, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Romly, A.S.N, 2003, Jurnalistik Terpaan, Basic Press, Jakarta.

Internet :

<http://www.kpai.go.id> (diakses pada tanggal 10 Juni 2017)

<http://www.netmedia.co.id> (diakses pada tanggal 10 Juni 2017)