

# **DAMPAK TERPAAN SINETRON “TUKANG BUBUR NAIK HAJI” TERHADAP KECENDERUNGAN PERILAKU SOSIAL MASYARAKAT DI RT. 02 DESA TEPIAN BATANG KABUPATEN PASER**

**Tina Nurliah Rosita<sup>1</sup>**

## **Abstrak**

*Artikel ini berisi mengenai bagaimana dampak terpaan sinetron “Tukang Bubur Naik Haji” ini terhadap kecenderungan perilaku sosial masyarakat di RT. 02 Desa Tepian Batang Kabupaten Paser. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif dengan mengumpulkan data berupa kata-kata baik tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Dengan menggunakan informan sebagai sumber data, data-data yang disajikan menggunakan data primer dan sekunder melalui wawancara, dokumen-dokumen, laporan hasil evaluasi. Buku-buku ilmiah, hasil penelitian dan media komunikasi yang relevan dengan fokus penelitian. Kemudian teknik sampling yang digunakan adalah teknik purposive sampling dan metode analisis data yang dipakai adalah teknik analisis deskriptif kualitatif. Peneliti menyimpulkan bahwa pengaruh media dapat membuat seorang individu bersikap ingin mengikuti perilaku tokoh yang suka membantu, bekerja sama, suka pamer serta ramah dengan lingkungan sekitarnya yang sudah diperlihatkan disetiap tayangan sinetron “Tukang Bubur Naik Haji” yang telah diperankan dengan apik oleh para artis, perbuatan tersebut termasuk kepada kecenderungan perilaku sosial yang dimana secara tidak langsung menginspirasi informan ketika menonton tayangan sinetron “Tukang Bubur Naik Haji”. Jadi peneliti mendapatkan dalam penelitian ini berdasarkan hasil wawancara kepada informan, dalam hal kecenderungan perilaku sosial yang bersifat sewajarnya dan informan mengerti mana yang harus mereka tiru dan tidak harus mereka ikuti. Karena hal tersebut informan bisa mengambil sisi positif pesan apa yang sudah ditayangkan sinetron “Tukang Bubur Naik Haji” ini.*

**Kata Kunci :** *Dampak Terpaan, Sinetron “Tukang Bubur Naik Haji”, Kecenderungan Perilaku Sosial*

## **Pendahuluan**

Seiring dengan bertambahnya stasiun televisi di Indonesia, dunia pertelevisian di Indonesia semakin berkembang dan semakin beragam menayangkan siaran

---

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

program seperti film, music, drama, berita, sinetron, infotainment, talk show, yang bertumpu pada informasi, pendidikan, dan hiburan yang menarik untuk ditonton.

Setiap program acara televisi mempunyai segmen-segmen bagi pemirsanya, salah satu diantaranya adalah sinetron. Sinetron merupakan salah satu bentuk dari sekian banyak acara hiburan televisi seperti *talkshow* dan infotainment yang menjadi pusat perhatian pemirsa. Sinetron juga menjadikan stasiun televisi swasta mendapat perhatian lebih dari pemirsa.

Sinetron keluarga “Tukang Bubur Naik Haji” merupakan salah satu sinetron yang saat ini menjadi unggulan di RCTI. Sinetron yang tayang pada jam 20.30-22.00 WITA yang ditayangkan setiap hari dengan durasi sekitar 1,5 jam. Cerita keseluruhan *Tukang Bubur Naik Haji* seperti menonton kehidupan masyarakat sehari-hari, yang di dalamnya termasuk perilaku kita sendiri. Kita yang seolah-olah seorang dermawan sejati, padahal sebenarnya kita sangat mengharapkan pujian orang. Sebenarnya ada kecenderungan kita ingin pamer. Bagaimana kita selalu berpenampilan suci, padahal apa yang kita lakukan seringkali keji. Bahkan kepada orang yang pernah menolong kita sekalipun. Kepalsuan-kepalsuan yang hanya kita sendiri yang tahu, selalu membuat kita tersenyum jengah. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) melalui perwakilannya Bayu Prioko, mengatakan mengenai sinetron *Tukang Bubur Naik Haji* ini pada awalnya sinetron ini cukup baik jalan ceritanya. Namun lama kelamaan justru sinetron ini malah lebih menyorot cerita Haji Muhidin yang digambarkan berperilaku buruk.

“kami menyoroti penggunaan titel haji dalam cerita ini”, ujar Bayu. Bagaimanapun juga Haji adalah bagian dari Rukun Islam, dan menjadi terdegradasi maknanya lewat balutan cerita dalam sinetron ini.

Dari penjelasan latar belakang di atas, penulis tertarik dan perlu mengkaji lebih lanjut mengenai dampak terpaan sinetron “*Tukang Bubur Naik Haji*” terhadap kecenderungan perilaku sosial. Untuk itu penulis mengadakan penelitian dalam rangka tugas akhir dengan judul : Dampak Terpaan Sinetron “*Tukang Bubur Naik Haji*” terhadap Kecenderungan Perilaku Sosial Masyarakat di RT. 02 Desa Tepian Batang Kabupaten Paser.

Untuk mengetahui bagaimana dampak terpaan sinetron “*Tukang Bubur Naik Haji*” terhadap kecenderungan perilaku sosial masyarakat di RT. 02 Desa Tepian Batang Kabupaten Paser, maka penelitian ini dapat berguna untuk :

1. Segi Teoritis.

Untuk mengembangkan kemampuan penulis dalam melaksanakan penelitian dan diharapkan dapat memberikan pemikiran dan pengetahuan khususnya bidang Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan media massa.

2. Segi Praktis.

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sumbangan pemikiran dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan kegunaan dan kepuasan menonton tayangan sinetron dan media massa.

## **Kerangka Dasar Teori**

### **Teori S-O-R**

Dimulai pada tahun 1930-an, lahir suatu model klasik komunikasi yang mendapat pengaruh teori psikologi, teori S-O-R singkatan dari *Stimulus-Organism-Respons*. 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, symbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Pola S-O-R ini dapat berlangsung secara positif atau negatif.

### **Teori Kultivasi**

Menurut teori kultivasi ini, televisi menjadi media atau alat utama dimana para penonton televisi belajar tentang masyarakat dan kultur dilingkungannya. Dengan kata lain, persepsi apa yang terbangun di benak pemirsa tentang masyarakat dan budaya sangat ditentukan oleh televisi, mereka belajar tentang dunia, orang-orangnya, nilai-nilai sosial serta adat dan tradisinya. Teori kultivasi dalam bentuk yang paling dasar menunjukkan paparan bahwa sesungguhnya televisi dari waktu ke waktu, secara halus "memupuk" persepsi pemirsa tentang kehidupan realitas.

### **Media Massa**

Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula. Informasi massa adalah informasi yang diperuntukkan kepada masyarakat secara massal, bukan hanya informasi yang hanya boleh dikonsumsi oleh pribadi.

### **Peran Media Massa**

Media massa adalah institusi yang berperan sebagai *agent of change*, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Ini adalah paradigma utama media massa. Dalam menjalankan paradigmanya media massa berperan:

- a. Sebagai institusi pencerahan masyarakat,
- b. Media massa juga menjadi media informasi,
- c. Terakhir media massa sebagai media hiburan.

### **Terpaan Media**

Terpaan media adalah suatu keadaan yang menimbulkan dampak pada khyalayah oleh pesan-pesan yang disebarkan oleh media massa dan proses penerimaan stimulus-stimulus melalui alat indera seperti perasaan, penglihatan,

dan pendengaran. (Effendy, 2009: 124). Berdasarkan definisi-definisi tersebut, dapat disimpulkan Terpaan Media yaitu kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut, yang dapat terjadi pada tingkat individu ataupun kelompok.

### **Sinetron**

Sinetron merupakan kepanjangan dari sinema elektronik yang berarti sebuah karya cipta seni budaya, dan media komunikasi pandang dengar yang dibuat berdasarkan sinematografi dengan direkam pada pita video melalui proses elektronik lalu di tayangkan melalui stasiun televisi. Sinema elektronik atau lebih populer dalam akronim *sinetron* adalah istilah untuk serial drama sandiwara bersambung yang disiarkan oleh stasiun televisi. Sinetron pada umumnya bercerita tentang kehidupan manusia sehari-hari yang diwarnai konflik berkepanjangan.

### **Televisi sebagai media massa**

Televisi mempunyai daya tarik yang kuat. Jika radio mempunyai daya tarik yang kuat disebabkan unsur kata-kata, musik dan *sound effect*, maka televisi juga memiliki unsur visual yang berupa gambar hidup yang mampu menimbulkan kesan mendalam pada pemirsa. Daya tarik ini selain melebihi radio, juga melebihi film bioskop, sebab segalanya bisa dinikmati di rumah dengan aman dan nyaman. Selain itu, televisi juga menyajikan berbagai program lainnya yang cukup variatif dan menarik untuk dinikmati masyarakat. Televisi untuk umum menyiarkan program secara universal, tetapi fungsi utamanya tetap hiburan. Walaupun ada program-program yang mengandung segi informasi dan pendidikan, hanya sebagai pelengkap saja dalam rangka memenuhi kebutuhan alamiah manusia (Effendi, 2004: 55).

### **Efek komunikasi massa**

Kita cenderung melihat efek media massa, baik yang berkaitan dengan pesan maupun dengan media itu sendiri. Menurut Steven M. Chaffe (Wilhoit dan Harold de Bock, 1980:78), ini adalah pendekatan pertama dalam melihat efek media massa. Pendekatan kedua ialah melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa, penerimaan informasi, perubahan perasaan atau sikap, dan perubahan perilaku, atau dengan istilah lain, perubahan kognitif, afektif, dan behavioral (konatif). Pendekatan ketiga meninjau satuan observasi terhadap khalayak yang dikenai efek media massa.

### **Sikap**

Sikap merupakan reaksi atau respon seseorang yang tertutup terhadap suatu stimulus atau objek (Soekidjo N, 2003). Newcomb dalam Notoatmodjo (2003) menyatakan bahwa sikap merupakan kesiapan atau kesediaan untuk

bertindak, dan bukan merupakan pelaksanaan motif tertentu. Sikap belum merupakan suatu tindakan atau aktifitas, akan tetapi adalah merupakan "pre-disposisi" tindakan atau perilaku. Sikap masih merupakan reaksi tertutup, bukan merupakan reaksi terbuka.

### **Perilaku sosial**

Perilaku sosial adalah perilaku yang relatif menetap yang diperlihatkan oleh individu di dalam berinteraksi dengan orang lain. Orang yang berperilakunya mencerminkan keberhasilan dalam proses sosialisasinya dikatakan sebagai orang yang sosial, sedangkan orang yang tidak mencerminkan proses sosialisasi tersebut disebut non sosial. Yang termasuk ke dalam perilaku non sosial adalah perilaku a-sosial dan anti sosial.

### **Metode Penelitian**

#### **Jenis penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Selanjutnya penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif dengan mengumpulkan data berupa kata-kata baik tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

#### **Fokus penelitian**

Fokus penelitian ini adalah dimaksudkan untuk membatasi studi, sehingga dengan pembatasan studi tersebut memudahkan peneliti dalam pengolahan data yang kemudian menjadi suatu kesimpulan. Fokus dalam penelitian ini yaitu :

Kecenderungan perilaku sosial yaitu,

1. Kecenderungan perilaku peran
2. Kecenderungan perilaku dalam hubungan sosial
3. Kecenderungan perilaku ekspresif

#### **Sumber dan jenis data**

Teknik sampling yang digunakan yaitu *Teknik Purposive Sampling*, menurut Kriyantoro (2006: 154), "purposive sampling merupakan teknik yang mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian". Untuk memperoleh data yang diperlukan dapat dilakukan wawancara dan dokumentasi observasi. Selanjutnya data tersebut dianalisis dengan kata-kata dan disusun dalam teks yang diperluas. Adapun sumber dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang akan diteliti melalui pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan fokus penelitian yang penulis teliti.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dari beberapa sumber informasi antara lain: Dokumen-dokumen, laporan hasil evaluasi. Buku-buku ilmiah, hasil penelitian dan media komunikasi yang relevan dengan fokus penelitian.

### **Teknik pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data penulis lebih banyak menggunakan teknik observasi dan wawancara langsung dengan responden, mengingat kedua teknik ini lebih bersifat efektif dan akurat jika dilihat dari jenis penelitian yang penulis lakukan.

### **Teknik analisis data**

Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Sehingga penelitian ini berusaha memberikan gambaran dari data-data yang dikumpulkan untuk ditarik suatu kesimpulan mengenai dampak sinetron “Tukang Bubur Naik Haji” terhadap kecenderungan perilaku sosial masyarakat RT. 02 Desa Tepian Batang Kabupaten Paser. Dalam teknik analisis datanya, peneliti mengacu pada Model Interaktif oleh Miles dan Huberman (2007:20).

### **Waktu dan lokasi penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di RT. 02 Desa Tepian Batang Kabupaten Paser, Kalimantan Timur. Waktu penelitian sendiri dilakukan sekitar bulan Februari 2014.

### **Hasil Penelitian**

Pada bagian ini peneliti akan memaparkan tentang apa yang menjadi fokus penelitian pada bab yang telah diuraikan sebelumnya, hal ini berupa hasil wawancara kepada informan yang terkait dengan masalah judul penelitian yang penulis angkat, yaitu dampak terpaan sinetron “Tukang Bubur Naik Haji” terhadap kecenderungan perilaku sosial masyarakat di RT. 02 Desa Tepian Batang Kabupaten Paser. Karena itu peneliti menyajikan data dari konsep dampak terpaan sinetron “Tukang Bubur Naik Haji” terhadap kecenderungan perilaku sosial masyarakat di RT. 02 Desa Tepian Batang Kabupaten Paser berdasarkan teori S-O-R dan teori Kultivasi.

Sinetron mudah difahami jika memiliki alur cerita yang baik dan menarik walaupun berepisode-episode. Alur yang turut mensukseskan cerita menjadi sebuah tayangan yang menarik yang mendapatkan sambutan dari pemirsa. Selain alur dan cerita rupanya yang menjadi daya tarik dari Sinetron “Tukang Bubur Naik Haji” yaitu adanya penampilan atau paras yang rupawan serta perilaku dan para tokoh yang menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat yang menonton tayangan tersebut.

## **Kecenderungan perilaku sosial**

### **1. Kecenderungan perilaku peran**

Fokus penelitian kali ini adalah kecenderungan perilaku peran yang dalam penelitian ini artinya sifat pemberani atau pengecut secara sosial, sifat patuh, sifat inisiatif secara sosial dan pasif serta sifat mandiri dan tergantung. Berikut hasil wawancara oleh informan Inur: "saya sangat menyukai dan mencontoh perilaku tokoh Roby yang diperankan Andi Arsyil. Saya sangat menyukai perannya dan membuat saya mencontohnya. Salah satunya adalah saya menjadi lebih giat berkerja. Dan menjadi seorang pekerja keras agar bisa menghidupi seluruh keluarga saya terutama istri saya. Selain itu saya juga menjadi mandiri dengan tidak menumpang dan tidak bergantung dengan orang tua dan mertua saya, sikap Roby dalam sinetron yang seperti itu membuat saya terinspirasi untuk mengikuti perilakunya yang seorang pekerja keras" (wawancara Jumat, 7 Februari 2014).

Dari hasil keseluruhan wawancara peneliti kepada informan diatas, terlihat bahwa hampir keseluruhan informan mengikuti kecenderungan perilaku peran dalam sinetron "Tukang Bubur Naik Haji". Sedangkan ada juga beberapa informan lainnya tidak mengikuti kecenderungan perilaku peran tetapi lebih cenderung kepada mengikuti jalan cerita dan mengambil sisi positif dari tayangan sinetron "Tukang Bubur Naik Haji".

### **2. Kecenderungan perilaku dalam hubungan sosial**

Fokus penelitian selanjutnya yaitu kecenderungan perilaku dalam hubungan sosial adalah sikap yang dapat diterima atau ditolak oleh orang lain, suka bergaul atau tidak suka bergaul, sifat ramah dan tidak ramah dan simpatik atau tidak simpatik. "Saya sangat terinspirasi dengan sikap Roby suami Rumanah yang merupakan menantu H. Muhidin, memiliki mertua seperti H. Muhidin harus memiliki kekuatan yang ekstra sabar menghadapi perilaku mertuanya. Saya sangat menyukai peran Roby disini saya secara tidak langsung mencontohnya bila berhadapan dengan orang yang terkadang suka membuat saya jengkel" (Informan Supriadi / Kamis, 6 Februari 2014)

"Rumanah merupakan tokoh yang paling saya sukai, dan saya mencontoh perilaku Rumanah ketika berhadapan dengan suami, anak dan orang tua saya. Saya sangat mengagumi sifatnya yang begitu sopan, taat kepada suami dan selalu ramah dengan tetangga-tetangganya. Bukan hanya memiliki paras yang cantik tetapi hatinya juga begitu baik. Gaya berpakaian Rumanah juga begitu sopan dan tidak macam-macam. Menurut saya Rumanah menginspirasi banyak wanita untuk mencontoh dirinya" (informan Eka Lely Qadarsih / Kamis, 6 Februari 2014 ).

Dari hasil wawancara diatas terlihat bahwa Informan sangat percaya diri dengan mengikuti perilaku para tokoh sinetron yang menginspirasi para informan sebab menurut para informan mereka merasa apa yang sudah mereka lakukan dapat diterima oleh masyarakat.

### 3. Kecenderungan perilaku ekspresif

Kecenderungan perilaku ekspresif merupakan sifat yang suka bersaing atau tidak suka bersaing (suka bekerjasama), sifat agresif dan sifat dan tidak agresif, sifat kalem atau tenang secara sosial, dan sifat pamer atau menonjolkan diri. Dalam hasil wawancara sebelumnya para informan merasa percaya diri dengan mengikuti perilaku tokoh sinetron “Tukang Bubur Naik Haji” ini yang menurut mereka sangat menginspirasi para informan dalam berperilaku.

“ibu suka merasa jengkel dan kesal melihat tingkah laku Haji Muhidin yang suka pamer dan berpikir buruk tentang orang lain. Ibu merasa bahwa tidak seharusnya kita menjadi orang yang suka pamer karena itu sifat yang tidak baik dan tidak boleh ditiru. Seharusnya kita harus menjadi orang yang biasa-biasa saja, sederhana agar orang lain tidak berpikiran buruk kepada kita. Jadi menurut ibu sifat Haji Muhidin yang dalam sinetron ini tidak boleh ditiru karena tidak baik seharusnya ya kita sebagai penonton bisa mengambil sisi positif dan membuang sisi negative dalam tayangan sinetron tukang bubur naik haji ini” ( wawancara Asiah, Kamis 6 Februari 2014 ).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat dilihat bahwa para Informan merasakan adanya tayangan sinetron “*Tukang Bubur Naik Haji*” yang menyerpa kecenderungan perilaku sosial mereka seperti sikap yang tidak baik untuk bersikap pamer serta lebih suka bekerja sama ketika menyelesaikan suatu masalah untuk kepentingan bersama dalam kehidupan lingkungan sekitar mereka.

### **Pembahasan**

Peneliti menemukan bahwa tayangan sinetron “*Tukang Bubur Naik Haji*” sebagai media massa dan masyarakat sebagai khalayak yang menerima efek media massa tersebut, yaitu efek kognitif (informasi), efek afektif (perasaan yang ditimbulkan), dan efek behavioral (perubahan perilaku). Tayangan sinetron, berdasarkan hasil penelitian dan jumlah informan yang menonton sinetron “Tukang Bubur Naik Haji” terdapat indikator yang digunakan penulis dalam penelitian ini, yaitu :

Frekuensi menonton tayangan sinetron “Tukang Bubur Naik Haji” untuk mengetahui seberapa sering dan bagaimana tingkat perhatian informan menonton tayangan sinetron “Tukang Bubur Naik Haji” selama seminggu. Bahwa untuk dapat lebih memahami maksud dan cerita dalam sinetron “Tukang Bubur Naik Haji” masyarakat haruslah menonton tayangan sinetron tersebut dengan lebih sering dan dengan tingkat perhatian yang sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil jawaban, informan yang menjawab sangat sering bahkan setiap hari menonton sinetron tersebut.

Pemahaman cerita sinetron “Tukang Bubur Naik Haji”, cerita yang dibuat dengan sangat baik dan konsep yang baik pula disuguhkan dalam sinetron “Tukang Bubur Naik Haji”. Hal ini terlihat dari matangnya ide cerita dan konsep yang dibuat oleh penulis skenario, maupun sutradara dalam setiap episodenya untuk dapat membangkitkan rasa penasaran penontonnya untuk selalu menonton



kelanjutan ceritanya. Hal ini jika dikaitkan oleh **teori komunikasi massa S-O-R** yang ada bahwa setelah mendapatkan rangsangan dari media (cerita yang disuguhkan dalam sinetron) akan menimbulkan perhatian, pengertian dan pemahaman dalam diri penontonnya dalam hal ini informan.

Peneliti menyimpulkan bahwa pengaruh media dapat membuat seorang individu bersikap ingin mengikuti perilaku tokoh yang suka membantu, bekerja sama, suka pamer serta ramah dengan lingkungan sekitarnya yang sudah diperlihatkan disetiap tayangan sinetron "Tukang Bubur Naik Haji" yang telah diperankan dengan apik oleh para artis, perbuatan tersebut termasuk kepada kecenderungan perilaku sosial yang dimana secara tidak langsung menginspirasi informan ketika menonton tayangan sinetron "Tukang Bubur Naik Haji". Jadi peneliti mendapatkan dalam penelitian ini berdasarkan hasil wawancara kepada informan, dalam hal kecenderungan perilaku sosial yang bersifat sewajarnya dan informan mengerti mana yang harus mereka tiru dan tidak harus mereka ikuti. Karena hal tersebut informan bisa mengambil sisi positif pesan apa yang sudah ditayangkan sinetron "Tukang Bubur Naik Haji" ini.

Ditinjau dari teori yang ada, teori kultivasi yakni melihat televisi sebagai sebuah kekuatan dominan yang membentuk pandangan masyarakat tentang dunia, dimana televisi memberikan gambaran-gambaran nyata tentang apa yang terjadi dalam masyarakat, apa yang penting dan apa yang benar serta bagaimana pengaruhnya pada penonton televisi khususnya pandangan mereka tentang dunia. Televisi adalah bagian yang menyatu dengan kehidupan sehari-hari kita. Sinetronnya, iklannya, beritanya dan acara lain membawa dunia yang relatif nyata dari kesan umum dan mengirimkan pesan kesetiap rumah. Tetapi menurut Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) melalui perwakilannya mengatakan mengenai sinetron Tukang Bubur Naik Haji ini pada awalnya sinetron ini cukup baik jalan ceritanya. Namun lama kelamaan justru sinetron ini malah lebih menyorot cerita salah satu tokoh yang digambarkan berperilaku buruk.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil wawancara dalam penelitian ini khususnya pada kecenderungan perilaku sosial:

- a) Kecenderungan perilaku peran berdasarkan hasil wawancara kepada keseluruhan informan efek tayangan sinetron "*Tukang Bubur Naik Haji*" memiliki efek yang cukup besar dalam merubah perilaku masyarakat menjadi kecenderungan perilaku peran yaitu sifat mandiri atau tidak bergantung.
- b) Kecenderungan perilaku dalam hubungan sosial berdasarkan penelitian mendapatkan efek dari media massa dapat membuat masyarakat memiliki kecenderungan berperilaku sosial memengaruhi masyarakat untuk bersikap seperti apa yang sudah ditayangkan sinetron "*Tukang Bubur Naik Haji*" ini,

masyarakat merasa percaya diri dan mereka mengaku bahwa apa yang sudah mereka lakukan sangat benar dan dapat diterima oleh masyarakat.

### **Saran**

1. Diharapkan kepada masyarakat selektif dalam memilih tayangan yang berkualitas ketika menonton agar dapat membawa pengaruh yang baik kepada diri sendiri dan orang-orang di lingkungan sekitar selain itu seharusnya masyarakat juga bisa mengambil sisi positif dari apa yang sudah ditayangkan untuk dapat diambil pesan dan dijadikan pengalaman hidup.
2. Bagi pihak televisi, sebaiknya tidak hanya mementingkan keuntungan tetapi harus mempertimbangkan dampak dari acara tersebut. Pihak penyiar sebaiknya mengatur acara televisi agar fungsi dari televisi sebagai sarana informatif, edukatif, rekreatif dan sebagai sarana mensosialisasikan nilai-nilai atau pemahaman-pemahaman baik yang lama maupun yang baru dapat berjalan sebagaimana fungsinya.

### **Daftar Pustaka**

- Ardianto, Elvinaro, Komala, Lukiati, dan Karlinah, Siti. 2009. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*. Cet ke-2. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendi, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gerungan, W.A. 2004. *Psikologi Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Ibrahim, Rusli. 2001. *Pembinaan Perilaku Sosial Melalui Pendidikan Jasmani*. Jakarta: Direktorat Jenderal Olahraga
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- McQuail, Denis. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory, 6<sup>th</sup> ed.* SAGE Publications Asia-Pacific Pte Ltd.
- Morrisson dkk. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor : PT. Ghalia Indonesia.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.