

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Minat merupakan salah satu dimensi dari aspek afektif yang banyak berperan dalam kehidupan seseorang. Aspek afektif adalah aspek yang mengidentifikasi dimensi-dimensi perasaan dari kesadaran emosi, disposisi, dan kehendak yang mempengaruhi pikiran dan tindakan seseorang (Stiggins, dalam Ginting, 2005:19). Selain itu, adanya minat dapat menimbulkan motivasi untuk mewujudkannya.

Minat berhubungan dengan nilai-nilai yang membuat seseorang mempunyai pilihan dalam hidupnya (Anastasi dan Urbina, dalam Ginting, 2005:19). Selanjutnya, minat merupakan suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran antara perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut, atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan seseorang kepada suatu pilihan tertentu (Mapiarre, dalam Ginting, 2005:19).

Semiawan (1986: 120) menjelaskan bahwa minat dapat dilihat dan diukur dari respon yang dihasilkan. Minat adalah suatu keadaan mental yang menghasilkan respons terarahkan kepada suatu situasi atau objek tertentu yang menyenangkan dan memberi kepuasan kepadanya (*satisfiers*). Definisi ini menjelaskan bahwa minat berfungsi sebagai daya penggerak yang mengarahkan seseorang melakukan kegiatan tertentu yang spesifik.

Minat merupakan faktor psikologis yang mempengaruhi tindakan seseorang. Pada semua usia, minat memainkan peran penting dalam kehidupan seseorang dan mempunyai dampak yang besar atas perilaku dan sikap. Seseorang bisa menjadi malas, enggan mengerjakan sesuatu ketika ia tidak berminat terhadap kegiatan tersebut. Pentingnya keberadaan minat pada diri manusia adalah karena minat merupakan sumber motivasi yang kuat, ia menjadi faktor pendorong untuk melakukan sesuatu. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri (Djaali dalam Hutagaol, 2009:10). Minat menambah kegembiraan pada setiap kegiatan yang ditekuni seseorang sehingga akan jauh lebih menyenangkan.

Minat mempunyai karakteristik pokok yaitu melakukan kegiatan yang dipilih sendiri dan menyenangkan sehingga dapat membentuk suatu kebiasaan dalam diri seseorang. Minat memiliki hubungan dengan segi kognisi, namun minat lebih dekat pada perilaku. Salah satu kegiatan yang dapat digerakan oleh adanya minat yakni menonton film. Menonton sendiri berasal dari kata “tonton” dan dapat imbuhan “me”, jadi kata menonton sama dengan melihat atau menyaksikan. Film dalam ensiklopedia bebas didefinisikan sebagai gambar hidup atau sering disebut *movie* (semula pelesetan dari perpindahan gambar). Film, secara kolektif sering disebut sinema. Gambar hidup adalah bentuk seni, bentuk populer dari hiburan, dan juga bisnis. Film merupakan ekspresi dan pernyataan sikap, McQuaill menjelaskan bahwa film sebagai sebuah medium mempunyai

kemampuan untuk menjangkau sekian banyak orang dalam waktu yang cepat dan kemampuannya memanipulasi kenyataan yang tampak dalam pesan fotografi tanpa kehilangan kredibilitas merupakan salah satu kekuatan terbesarnya (McQuaill, 1991:14).

Menonton film merupakan salah satu bentuk media hiburan yang bagi sebagian penikmatnya merupakan suatu hal yang wajib. Film tidak hanya memberikan suguhan tontonan para aktor atau aktris kondang baik itu dari dalam negeri atau manca negara yang saling beradu akting, film juga memberikan suatu pengetahuan, alur cerita yang menarik sekaligus menghibur.

Seorang individu mengkonsumsi film dengan tujuan yang berbeda-beda. Misalnya: untuk mencari hiburan, pendidikan, kepuasan, pengalihan emosi dan lain sebagainya. Dunia perfilman di Indonesia sendiri mengalami pasang surut. Indonesia pada tahun-tahun yang lalu dunia perfilman mengalami penurunan, namun saat ini, dunia perfilman sudah mulai naik lagi. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya film layar lebar bertemakan remaja dan cinta maupun horor menjadi menarik dan menjadi salah satu tema yang relatif bertahan lama.

Bukti peningkatan ini yakni banyaknya film-film di Indonesia, misalnya film "Daun diatas Bantal", "Ada Apa Dengan Cinta?", "Virgin", serta film dengan genre horor tetapi tetap dengan segmen generasi muda seperti "Jaelangkung", "Arwah Goyang Karawang" dan beberapa judul lainnya. Beberapa contoh film yang diproduksi ini menunjukkan film juga memiliki segmen-segmen yang memang dibidik dengan sengaja. Artinya ada harapan-harapan dari pembuat film, bahwa pesan-pesan yang disampaikan dalam film tersebut dapat diterima oleh

audience yang dimaksud, termasuk diantaranya ideologi yang terkandung di dalamnya.

Salah satu film yang fenomenal dalam proses pembuatannya adalah Film "Arwah Goyang Karawang". Proses pembuatan film "Arwah Goyang Karawang" terjadi perkelahian di luar skenario, namun pihak manajemen maupun artis yang berseru sendiri menolak bahwa konflik yang terjadi merupakan salah satu upaya untuk mengiklankan film tersebut. Selain itu, film "Arwah Goyang Karawang" sendiri ditolak oleh banyak pihak. Misalnya Bupati Karawang Bapak Ade Swara sendiri mendukung upaya berbagai pihak yang menuntut pencabutan dan menolak peredaran film Arwah Goyang Karawang, karena telah menyalahgunakan nama Karawang dan tari Jaipong (<http://gresnews.com/ch/Entertainment/cl/Karawang/id/1888998/Bupati-Karawang-Dukung-Pencabutan-Film-Arwah-Goyang-Karawang>).

Perkelahian atau konflik dalam film "Arwah Goyang Karawang" terjadi antar sesama artis yakni Dewi Persik (Depe) dan Julia Perez (Julia Perez). Perkelahian ini terjadi pada saat Julia Perez dan Dewi sedang menjalani syuting film Arwah Goyang Karawang berlokasi di sebuah hotel kawasan Matraman, Jakarta. Pada awalnya Dewi Persik (Depe) dan Julia Perez (Jupe) sedang melakukan adegan perkelahian, perkelahian yang semula akting semata, akhirnya berubah menjadi perkelahian sungguhan. Setelah perkelahian terjadi rupanya tidak berhenti begitu saja, karena akhirnya Depe melaporkan kasus tersebut di Pengadilan Negeri Jakarta Timur (<http://besteasyseo.blogspot.com/2010/11/adegan-kelahi-julia-perez-Julia Perez-vs-dp.html>.)

Film "Arwah Goyang Karawang" merupakan salah film bergenre horor baru Indonesia. Film ini dibintangi oleh Julia Perez (lilis) dan Dewi Persik (neneng) dan diproduksi oleh Sentra Mega Kreasi. Film ini bercerita mengenai perseteruan antara kedua penari jaipong yaitu Lilis dan Neneng. Neneng yang diperankan oleh Dewi Persik sebagai seorang penari jaipong lama merasa tersisih dengan adanya penari jaipong baru yakni Lilis (yang diperankan oleh Julia Perez) (<http://sinopsis-box-office.blogspot.com/2010/12/sinopsis-film-indonesia-2011.html>).

Konflik yang terjadi antara Dewi Persik dan Julia Perez tentu saja menarik perhatian pihak media massa khususnya "*infotainment*" untuk memberitakan kasus tersebut. Pemberitaan media massa yang cenderung dibesar-besarkan, mampu menimbulkan perhatian masyarakat untuk mengikuti perkembangan kasus perseteruan tersebut.

Pemberitaan besar-besaran yang dilakukan oleh berbagai media massa memiliki dampak positif dan negatif. Dampak positifnya yakni masyarakat menjadi tahu bahwa akan ada film yang berjudul "Arwah Goyang Karawang" yang dibintangi oleh Depe dan Julia Perez. Sedangkan dampak negatifnya yakni bagi orang tua yang memiliki anak usia belum dewasa (remaja) menjadi khawatir pada perilaku kedua artis tersebut. Kekhawatiran ini timbul karena terkadang remaja dalam proses perkembangannya berperilaku sesuai dengan tokoh-tokoh yang menjadi panutannya (*trendsetter*) misalnya artis.

Dampak pemberitaan besar-besaran yang dilakukan oleh pihak media massa tentunya dapat membuat image atau citra bagi yang diberitakan misalnya Julia Perez. Adanya pemberitaan tersebut membuat masyarakat berpersepsi dengan

artis yang diberitakan, sehingga secara tidak langsung pemberitaan yang ada dapat meningkatkan ataupun menurunkan citra dari yang diberitakan tersebut.

Salah satu artis dapat dikatakan paling sering memiliki intensitas kemunculan dalam dunia entertainment adalah Julia Perez. Hal ini dikarenakan Julia Perez dapat dikategorikan artis yang fenomenal karena sering membuat fenomena misalnya artis yang sering mengenakan pakaian minim, kasus perkelahian seperti yang dijelaskan di atas, sebelum membintangi film tentang Zuzana harus melakukan ritual khusus, terkait dengan kasus tertangkapnya orang tua (ayah) dari Julia Perez dan pada saat hendak pergi umroh harus mengenakan pakaian yang harus didesain oleh desainer yang terkenal.

Citra yang terbentuk pada Julia Perez merupakan salah satu bentuk efek kultivasi dari media massa terutama televisi. Citra Julia Perez tercipta karena adanya pembentukan persepsi, pengertian dan kepercayaan dari hasil mengkonsumsi pesan media dalam jangka panjang. Hal ini sesuai dengan pemikiran Gerbner (Morrison, 2010:252) menyatakan bahwa media massa, khususnya TV, menyebabkan munculnya kepercayaan tertentu mengenai realitas yang dimiliki bersama oleh konsumen media massa. Menurutnya, ”sebagian besar yang kita ketahui, atau apa yang kita pikir kita tahu, tidak kita alami sendiri. Kita mengetahuinya karena adanya berbagai cerita yang kita lihat dan dengar melalui media”. Dengan kata lain pemahaman realitas melalui perantaraan media massa sehingga realitas yang kita terima adalah realitas yang diperantarai (*mediated reality*).

Di Indonesia, dunia artis dengan segala aktivitasnya merupakan sebuah materi yang menarik untuk dipublikasikan kepada masyarakat. Dibuktikan dengan banyaknya acara-acara yang membahas tentang dunia artis misalnya infotainment, silet, dan lain sebagainya. Hadirnya acara tersebut dan disiarkan hampir setiap hari secara jangka panjang dapat membentuk persepsi, pengertian dan kepercayaan tertentu pada artis-artis yang disiarkannya. Julia Perez, adalah salah satu artis yang tak luput dari pemberitaan-pemberitaan yang dilakukan oleh media massa terutama dalam acara-acara infotainment. Citra yang dimiliki Julia Perez yang diperoleh berkat terpaan media massa dalam jangka panjang yakni sebagai artis yang dikenal karena keseksiannya karena saat muncul di televisi maupun media yang lain selalu mengenakan pakaian-pakaian yang minim. Selain itu, Julia Perez juga sering membuat sensasi dan hal tersebut, sangat menarik bagi pihak media massa untuk disiarkannya. Misalnya, sewaktu kasus perselisihan yang terjadi antara Julia Perez dengan Depe, hampir setiap hari media massa khususnya televisi selalu menyiarkan hal tersebut dengan berbagai versi.

Terpaan media secara jangka panjang yang dikonsumsi oleh konsumen media massa tersebut dapat menimbulkan efek kultivasi atau *cultivation* (berasal dari kata kerja *to cultivate* yang berarti 'menanam'). Morisson, (2010:253) menegaskan bahwa efek kultivasi atau teori kultivasi tidak membahas efek dari satu tayangan TV tertentu tetapi mengemukakan gagasan mengenai budaya secara keseluruhan. Analisa kultivasi memberikan perhatian pada totalitas dari pola komunikasi yang disajikan TV melalui berbagai tayangannya secara kumulatif dalam jangka panjang.

Hal ini dapat diperoleh karena asumsi dasar teori kultivasi adalah TV adalah media yang sangat berbeda, TV membentuk cara masyarakat berpikir dan berinteraksi dan pengaruh TV bersifat terbatas (Morisson, 2010:254-255). Terkait dengan Julia Perez, secara lebih sederhana citra yang diperoleh Julia Perez yakni dari tayangan-tayangan acara di stasiun TV akan memberikan gambaran siapa, bagaimana, mengapa, menggunakan apa artis Julia Perez tersebut mampu menggambarkan bahwa Julia Perez merupakan artis yang seksi dan senang terhadap kesensualannya serta sering membikin sensasi.

Citra bagi artis merupakan hal penting, karena dengan adanya citra tersebut maka eksistensi artis dalam dunia hiburan menjadi eksis karena memiliki fans atau penggemar yang loyal. Membangun suatu citra dibutuhkan waktu yang lama, sedangkan untuk menghancurkannya hanya dibutuhkan waktu yang relatif singkat. Jika suatu organisasi atau seseorang mengalami krisis kepercayaan dari masyarakat, maka sesungguhnya organisasi atau seseorang tersebut tengah berada di ujung tanduk. Citra akan dipersepsikan negatif oleh masyarakat dan bahkan akan sampai pada penurunan citra pada titik terendah (*lost of image*). Hal ini sangat rentan terjadi pada usaha yang bergerak di bidang jasa yang sangat bergantung pada kepercayaan dan citra itu sendiri, misalnya dunia hiburan.

Contoh kasus yang terjadi misalnya kasus Ariel Peterpan dan Luna Maya. Kasus yang terjadi pada Ariel Peterpan dan Luna Maya hanya disebabkan karena bocornya file pribadi perbuatan mesum mereka ke publik. Dampak dari kasus tersebut yakni eksistensi mereka dalam dunia hiburan menjadi hancur hanya gara-gara adanya informasi negatif yang timbul akibat perbuatan mereka sendiri.

Melihat dari kasus di atas, citra merupakan hal yang sangat penting baik bagi seseorang individu maupun organisasi. Peningkatan atau penurunan citra ini diperkuat dengan adanya kehadiran media massa. Kedua kasus yang terjadi tersebut mendapatkan porsi yang begitu besar dalam pemberitaan baik di media cetak maupun media elektronik, sehingga berita ini menimbulkan *public shooxing* yang menarik perhatian tinggi dari masyarakat. Kasus yang terjadi di masyarakat memang selalu mempunyai nilai berita yang tinggi dan penting. Suatu peristiwa yang memiliki nilai berita yang tinggi pada gilirannya akan memacu media massa sebagai pencari berita untuk menggali lebih dalam dan lengkap.

Dunia ini dengan segala isi dan peristiwanya tidak dapat melepaskan diri dari kaitannya dengan media massa, demikian juga sebaliknya. Hubungan antara keduanya sangatlah erat sehingga terjadi saling bergantung dan saling membutuhkan. Segala isi dan peristiwa yang ada di dunia ini menjadi sumber informasi bagi media massa. Selain menjadi sarana dan prasarana komunikasi, media massa juga bertugas dan berkewajiban untuk mengakomodasi peristiwa yang terjadi melalui pemberitaannya. Media massa, dalam konteks ini berfungsi sebagai pemasok dan agen distribusi yang diperlukan untuk penentuan sikap serta pembentukan opini publik.

Dalam dunia perfilman, menimbulkan minat masyarakat untuk menonton film merupakan hal yang sangat penting. Karena sebuah film dikatakan sebagai film yang sukses jika dilihat dari banyaknya masyarakat yang telah mengkonsumsi film tersebut. Timbulnya minat menonton film sendiri dapat dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya citra dari artis dalam film tersebut.

Minat merupakan faktor psikologis yang mempengaruhi tindakan seseorang. Pada semua usia, minat memainkan peran penting dalam kehidupan seseorang dan mempunyai dampak yang besar atas perilaku dan sikap. Seseorang bisa menjadi malas, enggan mengerjakan sesuatu ketika ia tidak berminat terhadap kegiatan tersebut. Pentingnya keberadaan minat pada diri manusia adalah karena minat merupakan sumber motivasi yang kuat, ia menjadi faktor pendorong untuk melakukan sesuatu. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri (Djaali dalam Hutagaol, 2009:10). Minat menambah kegembiraan pada setiap kegiatan yang ditekuni seseorang sehingga akan jauh lebih menyenangkan.

Citra, dalam teori proses terbentuknya minat menonton merupakan salah satu bentuk stimulus atau rangsangan. Dari citra kemudian diolah oleh seseorang (proses kognisi) dan diteruskan menjadi minat. Demikian juga dalam kasus ini, dampak pemberitaan Julia Perez sekian lama dan terlebih lagi saat terjadi kasus konflik yang diberitakan secara besar-besaran yang dilakukan oleh pihak media massa tentunya dapat menciptakan *image* atau citra bagi seorang Julia Perez. Adanya citra yang dibentuk dari media massa tersebut akan diolah berdasarkan informasi dari tingkat ketertarikan, kemenarikan dan lingkungan. Hasil proses kognisi yang terjadi jika positif maka akan menjadi minat, termasuk minat menonton film Goyang Karawang ini.

Timbulnya minat menonton film Goyang Karawang mampu menciptakan motivasi bagi sebagian orang. Menurut Sardiman (2005:32) menyebutkan ada tiga fungsi motivasi, yaitu mendorong manusia untuk berbuat, jadi sebagai penggerak atau motor yang melepaskan energi. Motivasi dalam hal ini merupakan motor penggerak dari setiap kegiatan yang akan dikerjakan; Menentukan arah perbuatan, yakni ke arah tujuan yang hendak dicapai. Dengan demikian motivasi dapat memberikan arah dan kegiatan yang harus dikerjakan sesuai dengan rumusan tujuannya; Menyeleksi perbuatan, yakni menentukan perbuatan-perbuatan apa yang harus dikerjakan yang serasi guna mencapai tujuan, dengan menyisihkan perbuatan-perbuatan yang tidak bermanfaat bagi tujuan tersebut. Selain itu, segala perbuatan manusia, entah disadari ataupun tidak disadari, entah itu timbul dari kekuatan luar ataupun kekuatan dalam, pada dasarnya mempunyai tujuan yang satu, yaitu mencari hal-hal yang menyenangkan.

Termasuk motivasi untuk menonton film terdiri dari berbagai motif misalnya ada yang penasaran tentang film tersebut, ada yang ingin tahu akting dari artis idolanya, ada yang hanya ingin menonton saja atau demi kepuasan dan masih banyak motif-motif lain. Motif-motif tersebut dapat timbul karena adanya minat, jika tidak ada minat niscaya timbul motivasi.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa adanya citra dari Julia Perez atau Julia Perez yang terbentuk dari efek media massa mampu menimbulkan citra dan kemenarikan sendiri. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk mengangkat hal tersebut menjadi sebuah penelitian. Adapun alasannya yakni peneliti menganalogikan bahwa adanya Julia Perez beserta

citranya secara tidak langsung mampu menimbulkan minat dan rasa penasaran bagi masyarakat untuk menyaksikannya.

B. Perumusan Masalah

Berangkat dari uraian di atas, maka penulis mengangkat suatu rumusan masalah sebagai berikut :

Apakah ada pengaruh citra Julia Perez terhadap minat menonton film Arwah Goyang Karawang?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh citra Julia Perez terhadap minat masyarakat untuk menonton film arwah goyang karawang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

- a. Menambah kekayaan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi khususnya yang berhubungan dengan citra seseorang.
- b. Memperkaya referensi, terutama yang berkaitan dengan Metode eksplanatif.

2. Manfaat Praktis

Sebagai referensi bagi pihak manajemen artis tentang pengaruh citra artis dengan minat penggemar pada hasil karyanya.

E. Kerangka Teori

Beberapa teori telah dikembangkan oleh para pakar ilmu komunikasi dalam beragam penelitian media akan digunakan sebagai pijakan penelitian ini. Sebagai pondasi awal penelitian, peneliti akan memaparkan tentang efek media massa (kultivasi), citra dan teori tentang minat menonton film.

1. Teori Kultivasi

Salah satu teori komunikasi yang paling tepat untuk membahas dampak tv terhadap minat adalah Teori kultivasi (*cultivation theory*) oleh George Gerbner. Gebner memulai tulisannya tentang bagaimana dampak tv terhadap sikap melalui sebuah tulisan "*Living with Television: The Violence profile*", *Journal of Communication*. Awalnya, ia melakukan penelitian tentang "Indikator Budaya" dipertengahan tahun 60-an untuk mempelajari pengaruh menonton televisi. Gebner ingin mengetahui dunia nyata seperti apa yang dibayangkan, dipersepsikan oleh penonton televisi itu?

Menurut Gerbner, 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 masyarakat dan budaya sangat ditentukan oleh televisi. Ini artinya, melalui kontak anda dengan televisi menjadi belajar tentang dunia, orang-orangnya, nilai-nilainya serta adat kebiasannya. Awal perkembangan teori kultivasi memfokuskan kajiannya pada studi televisi dan audience, khususnya memfokuskan pada tema-tema kekerasan di televisi. Tetapi dalam perkembangannya, ia juga bisa digunakan untuk kajian di luar tema kekerasan. Hipotesis umum dari analisis kultivasi adalah orang yang lebih lama

'hidup' dalam dunia televisi lebih melihat dunia nyata seperti gambaran, nilai-nilai, potret, dan ideology yang muncul pada layar televisi hipotesis ini menjelaskan bahwa realitas sama dengan yang ada di televisi.

Lebih jauh dalam Teori Kultivasi menjelaskan bahwa pada dasarnya ada dua tipe penonton televisi yang mempunyai karakteristik saling bertentangan/bertolak belakang, yaitu: (1) para pecandu/penonton fanatik (*heavy viewers*). Para pecandu/penonton fanatik adalah mereka yang menonton televisi lebih dari empat jam setiap harinya. Kelompok penonton ini sering juga disebut sebagai khalayak '*the television type*', serta (2) penonton biasa (*light viewers*), yaitu mereka yang menonton televisi dua jam atau kurang dalam setiap harinya.

Teori Kultivasi pada dasarnya menyatakan bahwa para pecandu (penonton berat/*heavy viewers*) televisi membangun keyakinan yang berlebihan bahwa "dunia itu sangat menakutkan". Hal tersebut disebabkan keyakinan mereka bahwa "apa yang mereka lihat di televisi" yang cenderung banyak menyajikan acara kekerasan adalah "apa yang mereka yakini terjadi juga dalam kehidupan sehari-hari".

Seperti halnya Marshall McLuhan, Gerbner menyatakan bahwa televisi merupakan suatu kekuatan yang secara dominan dapat mempengaruhi masyarakat modern. Kekuatan tersebut berasal dari kemampuan televisi melalui berbagai simbol untuk memberikan berbagai gambaran yang terlihat nyata dan penting seperti sebuah kehidupan sehari-hari. Televisi mampu mempengaruhi penontonya, sehingga apa yang ditampilkan di layar kaca dipandang sebagai

sebuah kehidupan yang nyata, kehidupan sehari-hari. Realitas yang tampil di media dipandang sebagai sebuah realitas objektif.

McQual dan Windahl (Sumarjo, 2011:102) mencatat, teori kultivasi menganggap bahwa televisi tidak hanya disebut sebagai jendela atau refleksi kejadian sehari-hari di sekitar kita, tetapi dunia itu sendiri. Dengan kata lain, perilaku kekerasan yang diperlihatkan di televisi merupakan refleksi kejadian di sekitar kita. Jika adegan kekerasan itu merefleksikan aturan hukum yang tidak bisa mengatasi situasi seperti yang digambarkan dalam adegan televisi, bisa jadi yang sebenarnya terjadi juga begitu. Jadi, kekerasan televisi dianggap sebagai kekerasan yang memang sedang terjadi di dunia ini. Aturan hukum yang bisa digunakan untuk mengatasi perilaku kejahatan yang dipertontonkan di televisi akan dikatakan bahwa seperti itulah hukum kita sekarang ini.

Gerbner (Morrison, 2010:252) menyatakan bahwa media massa, khususnya TV, menyebabkan munculnya kepercayaan tertentu mengenai realitas yang dimiliki bersama oleh konsumen media massa. Menurutnya, "sebagian besar yang kita ketahui, atau apa yang kita pikir kita tahu, tidak kita alami sendiri. Kita mengetahuinya karena adanya berbagai cerita yang kita lihat dan dengar melalui media". Dengan kata lain pemahaman realitas melalui perantaraan media massa sehingga realitas yang kita terima adalah realitas yang diperantarai (*mediated reality*).

Terpaan media secara jangka panjang yang dikonsumsi oleh konsumen media massa tersebut dapat menimbulkan efek kultivasi atau cultivation (berasal dari kata kerja *to cultivate* yang berarti 'menanam'). Morrison, (2010:253)

menegaskan bahwa efek kultivasi atau teori kultivasi tidak membahas efek dari satu tayangan TV tertentu tetapi mengemukakan gagasan mengenai budaya secara keseluruhan. Analisa kultivasi memberikan perhatian pada totalitas dari pola komunikasi yang disajikan TV melalui berbagai tayangannya secara kumulatif dalam jangka panjang.

Hal ini dapat diperoleh karena asumsi dasar teori kultivasi adalah TV adalah media yang sangat berbeda, TV membentuk cara masyarakat berpikir dan berinteraksi dan pengaruh TV bersifat terbatas (Morisson, 2010:254-255). Terkait dengan Julia Perez, secara lebih sederhana citra yang diperoleh Julia Perez yakni dari tayangan-tayangan acara di stasiun TV akan memberikan gambaran siapa, bagaimana, mengapa, menggunakan apa artis Julia Perez tersebut mampu menggambarkan bahwa Julia Perez merupakan artis yang seksi dan senang terhadap kesensualannya serta sering membikin sensasi.

Di Indonesia, dunia artis dengan segala aktivitasnya merupakan sebuah materi yang menarik untuk dipublikasikan kepada masyarakat. Dibuktikan dengan banyaknya acara-acara yang membahas tentang dunia artis misalnya infotainment, silet, dan lain sebagainya. Hadirnya acara tersebut dan disiarkan hampir setiap hari secara jangka panjang dapat membentuk persepsi, pengertian dan kepercayaan tertentu pada artis-artis yang disiarkannya. Julia Perez, adalah salah satu artis yang tak luput dari pemberitaan-pemberitaan yang dilakukan oleh media massa terutama dalam acara-acara infotainment. Citra yang dimiliki Julia Perez yang diperoleh berkat terpaan media massa dalam jangka panjang yakni sebagai artis yang dikenal karena keseksiannya karena saat muncul di televisi maupun

media yang lain selalu mengenakan pakaian-pakaian yang minim. Selain itu, Julia Perez juga sering membuat sensasi dan hal tersebut, sangat menarik bagi pihak media massa untuk disiarkannya. Misalnya, sewaktu kasus perselisihan yang terjadi antara Julia Perez dengan Depe, hampir setiap hari media massa khususnya televisi selalu menyiarkan hal tersebut dengan berbagai versi.

2. Pengaruh Media Terhadap Pembentukan Citra

Media massa memiliki fungsi, pertama, menyiarkan informasi. Fungsi ini adalah fungsi utama media massa karena masyarakat membutuhkan informasi mengenai berbagai peristiwa, gagasan, atau pikiran orang lain, apa yang dilakukan orang lain, apa yang dikatakan orang lain, dan sebagainya. Kedua, sebagai sarana pendidikan massa (*mass education*) dengan menyajikan berbagai pengetahuan sehingga khalayak bertambah pengetahuannya. Ketiga, fungsi menghibur. Keempat, fungsi mempengaruhi yang menyebabkan media massa memiliki peran penting dalam masyarakat (Effendy, 1986:65).

Pada prinsipnya, media dituntut untuk bersikap *fair* dan akurat karena pentingnya peran yang dimiliki. Namun, peran dan fungsi yang dimiliki media massa dimanfaatkan untuk menggiring masyarakat pada suatu pendapat dan pemikiran tertentu sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Melalui berita-berita yang ditampilkan, media massa mengarahkan masyarakat untuk memandang peristiwa sesuai dengan cara pandang media.

Di antara peran dan fungsinya, beragam kepentingan di dalamnya, dan kekuatan yang dimilikinya, media massa menyampaikan berita kepada

masyarakat. Melalui berita yang disampaikan, media massa menciptakan sebuah wacana yang menggiring masyarakat pada suatu tujuan tertentu. Media memiliki kekuatan untuk mengarahkan masyarakat pada suatu tujuan tertentu melalui strateginya dalam mengkonstruksi realitas. Media mempunyai peluang yang sangat besar untuk menciptakan sebuah makna dari realitas yang dikonstruksinya. Berita adalah hasil konstruksi terhadap sebuah realitas karena pada dasarnya media menceritakan sebuah peristiwa kepada masyarakat. Media melakukan konstruksi realitas berdasarkan latar belakang, kepentingan, dan tujuan yang ingin dicapainya. Setiap media memiliki kepentingan dan tujuan yang berbeda sehingga berita yang dihasilkannya pun berbeda.

Berdasarkan tujuan yang akan dicapainya, sebuah media memilih fakta dan menyusunnya berdasarkan fungsi masing-masing sesuai dengan wacana yang hendak dikembangkan. Dalam sebuah wacana selalu ada fakta yang ditonjolkan, disembunyikan, bahkan dihilangkan sehingga terbentuk suatu urutan cerita yang mempunyai makna sesuai dengan frame yang dipilih oleh media. Wacana media massa menjadi arena perang simbolik antara pihak-pihak yang berkepentingan dalam suatu peristiwa. Perdebatan yang terjadi di dalamnya dilakukan dengan cara-cara simbolik sehingga lazim ditemukan berbagai perangkat linguistik atau perangkat wacana yang umumnya menyiratkan tendensi untuk melegitimasi diri sendiri atau mendelegitimasi pihak lawan (Sudibyo, 1999; 164).

Uraian di atas menjelaskan bahwa media massa tidak selalu netral dalam memberitakan suatu fakta sehingga ada fakta yang ditonjolkan, disembunyikan,

bahkan dihilangkan sehingga terbentuk suatu urutan cerita yang mempunyai makna dan dapat mendukung maupun menurunkan citra yang diberitakan.

3. Citra

Citra atau *image* menurut Kotler (2001:87) yakni “*An Image is sum belief, ideas, and impressions that a person has of an object*” (citra merupakan sejumlah keyakinan, gambaran, dan kesan seseorang terhadap suatu obyek). Menurut Kasali (1994 :30) citra adalah kesan yang timbul karena pemahaman suatu kenyataan. Di mana pemahaman itu sendiri timbul dari berbagai sumber salah satunya adalah opini publik, yaitu opini sekelompok organisasi dalam segmen publik. Citra sendiri sebenarnya merupakan sesuatu yang abstrak (*intangibile*) dan tidak dapat diukur secara nominal. Citra merupakan salah satu pegangan bagi banyak orang dalam mengambil berbagai macam keputusan penting. Keputusan tersebut misalnya dalam mengkonsumsi barang atau jasa, berlangganan atau bahkan merekomendasikan kepada orang lain. Hal ini terjadi karena seseorang cenderung menggunakan sebuah produk atau jasa tidak hanya dari segi kualitas tetapi kredibilitas, semakin kredibel atau citra yang semakin baik tentu akan mempengaruhi keputusan seseorang.

Pentingnya citra bagi perusahaan menjadi perhatian yang utama dan aset berharga bagi setiap perusahaan yang ada. Pengertian citra dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (Soemirat & Ardianto, 2003:114) adalah (1) kata benda: gambar, rupa, gambaran; (2) gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk; (3) kesan mental atau bayangan

visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat, dan merupakan unsur yang khas dalam karya prosa atau puisi.

Secara garis besar citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu. Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek ditentukan oleh citra objek tersebut yang menampilkan kondisi terbaiknya. Pengertian citra itu sangat abstrak (*intangible*) dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya dapat dirasakan baik atau buruk. Dampak dari citra itu sendiri adalah penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya.

Menurut Sutojo (2004:3-7), citra yang baik mempunyai manfaat-manfaat sebagai berikut:

- a) Daya saing jangka menengah dan panjang (*mid and long term sustainable competitive position*)

Citra suatu organisasi yang kuat, seiring dengan waktu akan dikenal sebagai 'kepribadian' perusahaan atau organisasi. Sehingga menjadi tidak mudah dijiplak oleh perusahaan atau organisasi lain. Citra baik perusahaan atau organisasi dapat menjadi tembok pembatas bagi saingan. Terutama bagi perusahaan atau organisasi yang berada di segmen pasar yang sama. Sehingga, apabila dikelola dengan baik, citra dapat melindungi perusahaan atau organisasi dari kompetitor baru. Demikian juga serangan dari perusahaan atau organisasi lama dengan produk mereka yang baru.

b) Menjadi perisai selama masa krisis (*an insurance for adverse time*)

Bagi setiap perusahaan selalu ada masa terang, masa gelap dan juga masa remang-remang. Karena suatu hal perusahaan mengalami masa krisis yang tidak menyenangkan. Apalagi jika pemberitaan tentang masalah yang sedang dihadapi perusahaan atau organisasi sudah diketahui oleh media massa, terutama jika perusahaan atau organisasi ternama. Akan tetapi, jika citra perusahaan atau organisasi tersebut baik di mata masyarakat, maka seringkali masyarakat lebih mudah untuk memahami masalah yang terjadi. Pandangan masyarakat akan memahami perusahaan atau organisasi tersebut seperti layaknya manusia yang bisa melakukan kesalahan atau kelalaian. Dan hal inilah yang dimaksud dengan manfaat citra sebagai proteksi masa kritis.

c) Menjadi daya tarik eksekutif handal (*attracting the best executives available*)

Eksekutif handal merupakan harta yang sangat berharga bagi perusahaan. Mereka adalah roda yang memutar roda bisnis sehingga tujuan jangka menengah dan jangka panjang mudah untuk dicapai. Namun sayangnya, perusahaan yang mempunyai citra buruk akan sangat sulit untuk mendapat dan mempertahankan eksekutif handal.

d) Meningkatkan efektivitas strategi pemasaran (*increasing the effectiveness of marketing instruments*)

Citra baik perusahaan dapat menunjang efektivitas strategi pemasaran suatu produk. Contohnya, meskipun harga produk perusahaan atau organisasi yang lama dikenal sedikit lebih mahal dari perusahaan atau organisasi yang belum

dikenal, kebanyakan konsumen tetap memilih untuk membeli produk dari perusahaan yang telah dikenal.

e) Penghematan biaya operasional (*cost savings*)

Hal ini berkaitan dengan manfaat citra yakni lebih mudah menarik eksekutif handal. Dengan demikian maka perusahaan dapat melakukan penghematan biaya merekrut para eksekutif.

Berdasarkan uraian di atas, menunjukkan bahwa citra yang baik akan sangat menguntungkan bagi perusahaan atau organisasi maupun perorangan (artis).

Dalam pembentukan citra, ada beberapa hal yang perlu dipahami sebelum citra tersebut dikenal oleh masyarakat luas. Satu hal yang perlu jadi perhatian adalah adanya informasi yang memadai. Menurut Harrison (1995:71) informasi yang lengkap mengenai citra meliputi empat elemen sebagai berikut:

1. *Personality*

Keseluruhan karakteristik yang dipahami publik sasaran seperti kejujuran, kepercayaan dan kredibilitas.

2. *Reputation*

Hal yang telah dilakukan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain misalnya belum adanya kasus yang berhubungan dengan kriminalitas.

3. *Value*

Nilai-nilai yang dimiliki dengan kata lain budaya perusahaan seperti bentuk kepedulian terhadap sesama.

4. *Corporate Identity*

Merupakan komponen yang mempermudah pengenalan terhadap publik sasaran. Identitas sendiri menurut Sutojo (2004:30) terdiri dari dua elemen yaitu nama dan logo (logo dalam penelitian ini adalah personal dari artis). Gabungan di antara keduanya seringkali disebut juga sebagai simbol.

Identitas merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan citra, di mana identitas yang baik merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan citra yang baik pula. Karena identitas membentuk kesan pertama yang timbul di masyarakat. Dengan anggapan bahwa kesan merupakan awal mula dari adanya sebuah persepsi.

Artis termasuk dalam organisasi yang menggunakan nama mereka sebagai produk. Meskipun bagi masyarakat awam banyak yang tidak mengetahui, bahwa artis hampir sama dengan perusahaan karena membutuhkan manajemen serta cara-cara tertentu untuk menjualnya. Dalam dunia hiburan, citra atau imej memegang peranan yang sangat penting.

Imej yang terbentuk dari artis itu merupakan persepsi yang ditangkap publik saat menerima informasi apapun yang diberikan artis tersebut secara konstan. Imej bisa timbul melalui gaya/penampilan, *attitude* maupun opini sang artis (Menurut Vivek J. Tiwary, dalam artikel "*Image & Imaging*").

Dalam dunia bisnis terutama dunia hiburan, upaya mempopulerkan citra adalah membuat segmen sasaran menjadi peduli dengan artis tersebut. Usaha ini perlu dilakukan agar masyarakat mempunyai persepsi jati diri perusahaan seperti yang diharapkan oleh pihak manajemen. Adapun kegiatan ini dapat dilakukan

melalui tiga tahapan aktivitas yang dijabarkan sebagai berikut (Sutojo, 2004:55-63):

1. Pembentukan persepsi segmen sasaran

Citra yang ingin dibentuk harus dapat mencerminkan jati diri yang sebenarnya, tidak lebih tidak kurang. Bila seorang artis ingin mengemukakan bahwa citra sebagai artis yang terbaik, maka merupakan sebuah keharusan di mana keyakinan yang dimiliki untuk dapat hasil yang terbaik untuk segmen sasarannya. Agar dapat dengan mudah menguasai aliran informasi tentang dirinya ke segmen sasaran, maka perlu dilakukan beberapa hal antara lain :

- a) Menentukan tipe citra yang akan disampaikan
- b) Mengambil inisiatif memperkenalkan citra tersebut, misalnya melalui pakaian dan lain sebagainya.
- c) Tidak mengutarakan citra secara berlebihan.
- d) Upaya membentuk citra dilakukan secara bertahap
- e) Memilih sarana penyampaian citra yang terbaik.

2. Memelihara persepsi

Memelihara persepsi berarti mempertahankan citra. Upaya-upaya mempertahankan citra adalah mempertahankan pelaksanaan program periklanan atau kegiatan humas sesuai dengan rencana usaha jangka menengah yang telah disusun. Berikut merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memelihara citra :

- a) Menjadi sponsor kegiatan tahunan.

- b) Ikut berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan amal. Misalnya menyediakan beasiswa bagi pelajar ataupun mahasiswa.
 - c) Menyediakan bantuan bagi korban bencana alam.
 - d) Ikut berpartisipasi dalam kegiatan donor darah.
 - e) Menjadi sponsor pembangunan cabang olah raga tertentu.
3. Mengubah persepsi segmen sasaran yang kurang menguntungkan.

Cara terbaik untuk merubah persepsi segmen sasaran yang tidak menguntungkan adalah dengan berbenah diri dari dalam.

Selain aktivitas yang perlu dilakukan, ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam mempopulerkan citra, antara lain :

- a) Fokus pada satu atau dua kelebihan (*narrow focus*)
- b) Mempunyai ciri khas (*unique*)
- c) Mengena (*appropriate*)
- d) Mendahului persepsi negative segmen sasaran (*foresight*)
- e) Berkesinambungan (*continuity*)
- f) Realistis (*reality*)

4. Minat Menonton Film

a. Pengertian minat menonton Film

Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya (Djaali dalam Hutagaol, 2009:10). Minat terjadi melalui proses kognisi (pemikiran) terhadap suatu stimulus berupa fenomena, objek atau kejadian yang dilakukan oleh individu yang dipengaruhi

oleh faktor pengalaman, proses belajar, cakrawala dan pengetahuan. Taraf permulaan dari minat adalah adanya stimulus dari suatu objek mengenai alat indra (proses pikir), proses pikir tersebut dipengaruhi oleh faktor lingkungan, cita-cita, unsur bakat, kebutuhan, pengalaman masa lampau, harapan masa datang dan sosial ekonomi. Proses terakhir adalah proses psikologis dimana individu menyadari tentang apa yang diterima melalui alat indra (reseptor). Intensitas, frekuensi dan jumlah kejadian mampu menarik perhatian seseorang sehingga seseorang tersebut mempunyai tanggapan atau pikiran sehingga membentuk minat (Purwanto dalam Hutagaol, 2009:14).

Menonton adalah suatu kegiatan melihat, memandang, atau menatap sesuatu yang bergerak yang dilakukan oleh sesuatu atau manusia dengan seksama dan penuh perhatian. Sedangkan film adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang-dengar yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video, dan/atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis, dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronik, atau proses lainnya, dengan atau tanpa suara, yang dapat dipertunjukkan dan/atau ditayangkan dengan sistem proyeksi mekanik, elektronik, dan/atau lainnya (Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1992 Tentang Perfilman).

Dari pengertian minat, menonton dan film, yang dimaksud minat menonton film adalah sebagai tingkat kesenangan yang kuat (*excitement*) dalam melakukan kegiatan melihat, memandang, atau menatap suatu karya cipta seni atau budaya dan dibuat berdasarkan asas sinematografi yang bergerak yang dilakukan oleh sesuatu atau manusia dengan seksama dan penuh perhatian.

b. Pentingnya Minat

Minat merupakan faktor psikologis yang mempengaruhi tindakan seseorang. Pada semua usia, minat memainkan peran penting dalam kehidupan seseorang dan mempunyai dampak yang besar atas perilaku dan sikap. Seseorang bisa menjadi malas, enggan mengerjakan sesuatu ketika ia tidak berminat terhadap kegiatan tersebut. Pentingnya keberadaan minat pada diri manusia adalah karena minat merupakan sumber motivasi yang kuat, ia menjadi faktor pendorong untuk melakukan sesuatu. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri (Djaali dalam Hutagaol, 2009:10). Minat menambah kegembiraan pada setiap kegiatan yang ditekuni seseorang sehingga akan jauh lebih menyenangkan. Dalam minat terkandung beberapa unsur-unsur sebagai berikut (Djaali dalam Hutagaol, 2009:16):

- 1) Adanya sesuatu yang memberi stimulus.
- 2) Adanya kesediaan jiwa yang menerima stimulus.
- 3) Berlangsungnya dalam waktu yang cukup lama.

F. Kerangka Konsep

1. Terpaan media

Terpaan media adalah kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Terpaan media berusaha mencari data-data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi

penggunaan maupun durasi penggunaan (Ardianto dan Erdinaya, 2005:2). Bentuk nyata dari *media exposure* atau terpaan media adalah mendengar, melihat, membaca atau ikut membaurkan diri dengan isi pesan.

Dalam penelitian ini, pesan media yang diukur yakni informasi tentang Julia Perez yang ada di dalam acara *infotainment*. Apabila isi pesan media tersebut mampu untuk membuat audiens untuk memberikan tanggapan pada akhirnya dapat membentuk citra maka media dianggap dapat mempengaruhi audiens yang telah diterpa oleh isi pesan media.

2. Citra Julia Perez

Citra adalah kesan yang timbul karena pemahaman suatu kenyataan. Di mana pemahaman itu sendiri timbul dari berbagai sumber salah satunya adalah opini publik, yaitu opini sekelompok organisasi dalam segmen publik. Citra sendiri sebenarnya merupakan sesuatu yang abstrak (*intangible*) dan tidak dapat diukur secara nominal. Citra merupakan salah satu pegangan bagi banyak orang dalam mengambil berbagai macam keputusan penting. Keputusan tersebut misalnya dalam mengkonsumsi barang atau jasa, berlangganan atau bahkan merekomendasikan kepada orang lain. Hal ini terjadi karena seseorang cenderung menggunakan sebuah produk atau jasa tidak hanya dari segi kualitas tetapi kredibilitas, semakin kredibel atau citra yang semakin baik tentu akan mempengaruhi keputusan seseorang.

Dalam pembentukan citra, ada beberapa hal yang perlu dipahami sebelum citra tersebut dikenal oleh masyarakat luas. Satu hal yang perlu jadi perhatian

adalah adanya informasi yang memadai. Menurut Harrison (1995:71) informasi yang lengkap mengenai citra meliputi empat elemen sebagai berikut:

1. *Personality*

Keseluruhan karakteristik yang dipahami publik sasaran seperti kejujuran, kepercayaan dan kredibilitas.

2. *Reputation*

Hal yang telah dilakukan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain misalnya belum adanya kasus yang berhubungan dengan kriminalitas.

3. *Value*

Nilai-nilai yang dimiliki dengan kata lain budaya perusahaan seperti bentuk kepedulian terhadap sesama.

4. *Corporate Identity*

Merupakan komponen yang mempermudah pengenalan terhadap publik sasaran. Identitas sendiri menurut Sutojo (2004:30) terdiri dari dua elemen yaitu nama dan logo (logo dalam penelitian ini adalah personal dari artis). Gabungan di antara keduanya seringkali disebut juga sebagai simbol.

3. **Minat Menonton Film**

Minat menonton film adalah sebagai tingkat kesenangan yang kuat (*excitement*) dalam melakukan kegiatan melihat, memandang, atau menatap suatu karya cipta seni atau budaya dan dibuat berdasarkan asas sinematografi yang

bergerak yang dilakukan oleh sesuatu atau manusia dengan seksama dan penuh perhatian.

4. Hubungan Antara Terpaan Media, Citra Julia Perez dan Minat Menonton Film Arwah Goyang Karawang

Citra atau *Image* merupakan sejumlah keyakinan, gambaran, dan kesan seseorang terhadap suatu obyek. Dalam penelitian ini citra yang dimiliki oleh berbagai oleh artis dan citra ini cenderung merupakan persepsi personal masyarakat pada artis. Masyarakat memperoleh citra pada artis berkat bantuan dari media massa, dengan demikian media massa memiliki peran yang penting dalam proses pembentukan citra terutama bagi artis. Mempertahankan eksistensi seorang artis dalam dunia hiburan harus dilakukan secara bertahap dan tidak hanya dilakukan secara instan.

Mempertahankan eksistensi dari artis salah satunya melalui citra dengan menjaga citra atau *image* dari artis tersebut maka diharapkan eksistensi dalam dunia hiburan akan tetap bertahan. Karena, jika salah mempertahankan citra, maka eksistensi dalam dunia hiburan sangat susah untuk dipertahankan.

Salah satu artis yang memiliki citra yang unik dan sudah di asosiasikan dengan sensualitas adalah Julia Perez. Artis Julia Perez (JuPe) sudah dikenal oleh banyak orang yakni artis yang sering mengenakan pakaian yang kurang pantas atau seksi.

Tetapi, ternyata tidak semua orang menyukai dengan penampilan Julia Perez. Hal ini disebabkan karena ada atau dalam budaya Ketimuran lebih

mengutamakan adab sopan santun. Artinya dalam urusan selalu menjadikan ajaran agama sebagai saringannya serta tidak menghalalkan segalanya termasuk penampilan.

Julia Perez adalah salah seorang artis yang termasuk senang untuk berpakaian minim atau memperlihatkan aurat. Sesuai dengan budaya ketimuran yang berorientasi pada adab sopan santun perilaku Julia Perez dianggap tidak sesuai dengan budaya ketimuran.

Tatanan kehidupan di Indonesia masyarakat lebih cenderung mengutamakan budaya ketimuran sehingga segala sesuatu disaring dengan agama. Berbeda dengan kebudayaan barat yakni cenderung mengkultuskan pemuasan material belaka, sehingga biasanya dijuluki sebagai Kebudayaan Materialisme. Sedangkan budaya ketimuran yang dilandasi ajaran agama, misalnya Ajaran Agama Islam yang pada umumnya menyeimbangkan antara pemuasan material dan pemuasan spiritual.

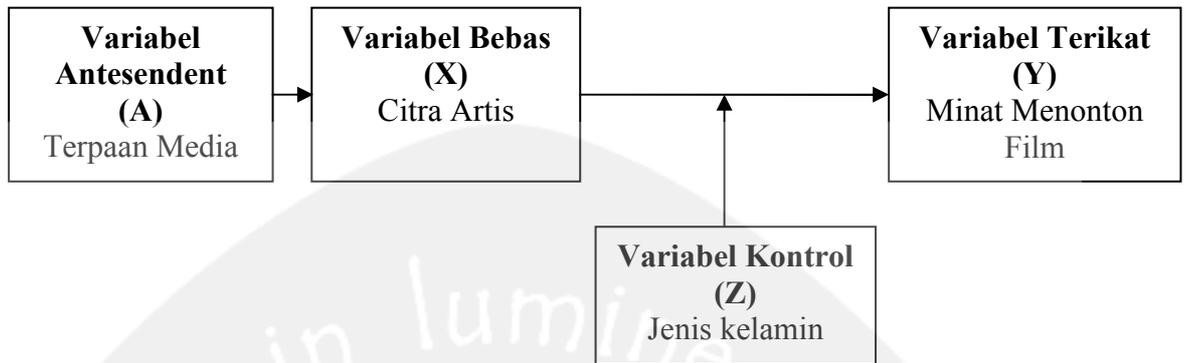
Dalam perkembangannya dari jaman ke jaman budaya ketimuran yang lebih dikenal dengan adab sopan santun telah mengalami pergeseran. Ini terjadi akibat pengaruh kebudayaan barat begitu kuat dan tentu saja kondisi ini berujung dengan munculnya berbagai permasalahan-permasalahan sosial misalnya dari segi berpakaian.

Salah satu contoh artis ialah Julia Perez. Julia Perez dalam berpakaian jika dilakukan di budaya barat adalah suatu hal yang wajar (tidak melanggar norma-norma setempat) karena dalam kebudayaan barat lebih mementingkan pemuasan material belaka. Tetapi, jika dilihat dari cara pandang budaya ketimuran

berpakaian dengan memperlihatkan aurat adalah salah satu contoh yang tidak sesuai karena selain melanggar atauran agama juga dapat menyebabkan dampak yang negatif.

Pada tahun 2010 Julia Perez membintangi sebuah film yang berjudul film Arwah Goyang Karawang. Pada saat pengambilan gambar (syuting) ternyata Julia Perez terlibat konflik atau perkelahian antar sesama artis yakni dengan Dewi Persik (Depe). Adanya pemberitaan dari media massa yang cenderung dibesarkan tersebut secara tidak langsung juga ikut mengenalkan kepada masyarakat tentang adanya film yang berjudul Arwah Goyang Karawang. Adanya Julia Perez tersebut tentunya diduga dapat mempengaruhi minat menonton film Arwah Goyang Karawang.

Tetapi secara teori citra yang dibentuk melalui kultivasi media tidak sepenuhnya dapat mempengaruhi sikap khususnya pada afektif (minat menonton), banyak variabel atau faktor lain yang dapat mengganggu kedua hubungan tersebut. Salah satu variabel yang mengganggu adalah perbedaan jenis kelamin. Manusia secara umum dari segi fisik terbagi menjadi dua yakni laki-laki dan perempuan. Secara fisik kedua bentuk tersebut sudah berbeda, tetapi ternyata bukan hanya segi fisik saja yang berbeda tetapi pada faktor-faktor lain juga berbeda. Misalnya tingkat kesenangan, tingkat emosional, cara berpikir dan lain sebagainya. Berdasarkan hal tersebut, maka dalam penelitian ini faktor perbedaan jenis kelamin dijadikan sebagai variabel kontrol (moderasi) yang diduga dapat mengganggu hubungan antara citra dengan minat menonton film.



Gambar 1.
Kerangka Hubungan Antar Variabel Penelitian

Penjelasan dari kerangka hubungan antara variabel penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Variabel pembentuk (*Antesendent Variable*) adalah variabel yang memengaruhi variabel bebas, entah secara positif atau negatif. Yang menjadi variabel *antesendent* dalam penelitian ini adalah terpaan pemberitaan Julia Perez di Media Infotainment.
- b. Variabel bebas (*Independence Variable*) adalah variabel yang memengaruhi variabel terikat, entah secara positif atau negatif (Sekaran, 2007:117). Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah citra Julia Perez.
- c. Variabel Kontrol (*Control Variable*) adalah variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga hubungan variabel independen terhadap dependen tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti (Sugiyono, 2008: 61). Variabel kontrol dalam penelitian adalah jenis kelamin.
- d. Variabel terikat (*Dependent Variable*) merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti (Sekaran, 2007:116). Yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat menonton film.

G. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional dari variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Antecedent yaitu terpaan media atau infotainment.

Definisi operasional terpaan media atau infotainment diukur berupa frekuensi dan intensitas menonton acara infotainment. Terpaan media dalam penelitian ini diukur dengan skala nominal.

- a. Frekuensi (tingkat keseringan) penonton menonton acara infotainment.
- b. Intensitas (durasi/kedalaman) penonton menonton acara infotainment.

2. Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari Variabel antara dalam penelitian ini yaitu citra artis. Pengukuran citra artis dalam penelitian menggunakan skala nominal. Indikator-indikator citra dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. *Personality*

Personality merupakan pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat mengenai Julia Perez

- b. *Reputation*

Reputation merupakan sekumpulan persepsi yang dirasakan oleh masyarakat pada Julia Perez

- c. *Value*

Value merupakan nilai yang dimiliki oleh Julia Perez

d. Identity

Identity merupakan komponen yang mempermudah pengenalan masyarakat pada Julia Perez.

3. Variabel kontrol dalam penelitian adalah jenis kelamin. Adanya perbedaan jenis kelamin diduga dapat menyebabkan perbedaan respon meskipun stimulus yang diberikan sama. Pengukuran variabel kontrol dalam penelitian dengan skala nominal.
4. Variabel Dependen yaitu minat menonton film. Pengukuran minat menonton film dalam penelitian menggunakan skala nominal.

Indikator-indikator minat menonton film adalah sebagai berikut :

a. Internal

Minat yang muncul dari dalam diri

b. Eksternal

Minat yang muncul karena adanya artis.

G. Hipotesis

Hipotesis merupakan kesimpulan sementara atau preposisi tentatif tentang hubungan antara dua variabel atau lebih (Singarimbun dan Effendi, 1987:44). Berdasarkan penjelasan teori dan konsep di atas maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Pengaruh citra terhadap minat menonton

a. Hipotesis Teoritik

Citra berpengaruh terhadap minat

b. Hipotesis Riset

a) Hipotesis Alternatif (H_a)

Ada pengaruh Citra Julia Perez terhadap minat menonton film.

Semakin positif citra Julia Perez, maka minat menonton akan semakin meningkat.

b) Hipotesis Nol (H_0)

Tidak ada pengaruh Citra (Julia Perez) terhadap minat menonton film.

2. Pengaruh Terpaan Media dengan citra

a. Hipotesis Teoritik

Terpaan media mempengaruhi Citra

b. Hipotesis Riset

a) Hipotesis Alternatif (H_a)

Ada pengaruh terpaan media terhadap Citra Julia Perez.

Semakin tinggi terpaan media, maka citra Julia Perez semakin negatif.

c. Hipotesis Nol (H_0)

Tidak ada pengaruh terpaan media terhadap Citra (Julia Perez).

3. Pengaruh citra dan minat menonton yang dikontrol oleh jenis kelamin

a. Hipotesis Teoritik

Pengaruh antara citra terhadap minat juga dikontrol oleh jenis kelamin.

b. Hipotesis Riset

a) Hipotesis Alternatif (H_a)

Jenis kelamin mampu mengontrol pengaruh citra terhadap minat menonton film.

Pengaruh antara citra dengan minat menonton film lebih erat pada kelompok wanita.

b) Hipotesis Nol (H_0)

Jenis kelamin tidak mampu mengontrol pengaruh citra terhadap minat menonton film.

I. Metodologi penelitian

1. Jenis penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tipe pemilihan eksplanatif. Penelitian eksplanatif sendiri yaitu menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa (Singarimbun dan Effendi, 1989:5). Tipe penelitian eksplanatif sesuai dengan penelitian ini yang menyoroti hubungan antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesa yang telah dirumuskan sebelumnya.

2. Metode Penelitian

Untuk penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian survei. Survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya (Kriyantono, 2007:60). Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap

mewakili populasi tertentu. Secara umum, metode survei terdiri dari dua jenis yaitu deskriptif dan eksplanatif (analitik). Penelitian ini menggunakan metode survei eksplanatif (analitik).

Berdasarkan sifatnya, survei eksplanatif ini dibagi menjadi dua sifat yaitu komparatif dan asosiatif. Sifat komparatif yaitu bermaksud membuat komparasi (membandingkan) antara variabel yang satu dengan lainnya yang sejenis. Sedangkan sifat asosiatif yaitu bermaksud menjelaskan hubungan (korelasi) antar variabel (Kriyantono, 2007:63). Dalam penelitian ini menggunakan survei eksplanatif yang bersifat asosiatif.

J. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga (Singarimbun dan Effendi, 1989:152). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi yaitu masyarakat yang tinggal di RW. 04 Perumahan Pertamina Purwomartani Kalasan Sleman Yogyakarta yang terdiri dari 1.672 Warga (Sumber: Ketua RW 04).

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2004:47). Tidak semua dari populasi akan diteliti dalam penelitian ini, melainkan hanya sebagian saja melalui sampel.

Berdasarkan jumlah populasi di atas, maka jumlah sampel minimal dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut (Bungin, 2008:105):

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan :

n: Jumlah sampel yang dicari

N: Jumlah populasi sasaran

d: Nilai presesi (ditentukan sebesar 90% atau $a= 0,1$)

Berdasarkan jumlah populasi di atas, maka dapat dihitung jumlah sampelnya sebagai berikut :

$$n = \frac{1.672}{1.672 (0,1)^2 + 1}$$
$$n = 94,35 \text{ (dibulatkan jadi 95)}$$

berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah 95 orang.

c. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah metode yang digunakan untuk memilih sampel dari populasi dengan cara menyeleksi orang-orang berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian (Kriyantono, 2007:154). Dalam penelitian ini, sampel yang dipilih harus memenuhi beberapa ketentuan, yaitu masyarakat yang pernah menonton acara infotainment di media televisi dan berusia lebih dari atau sama dengan 17 tahun ke atas.

K. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini yang menggunakan dua teknik pengumpulan data yakni primer dan sekunder.

a. Data Primer

Pengumpulan data primer dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan secara langsung kepada reponden sebagai gambaran dari penonton di di RW. 04 Perumahan Pertamina Purwomartani Kalasan Sleman Yogyakarta.

b. Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini adalah dari internet serta buku-buku penunjang.

L. Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan dalam kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2005: 45). Kriteria pengambilan keputusan valid atau tidaknya kuesioner dalam penelitian didasarkan pada teknik korelasi *product moment* dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Bila angka korelasi melebihi angka kritik dalam tabel nilai r , maka korelasi tersebut signifikan (Singarimbun dan Effendi, 1989:143). Nilai r tabel dalam penelitian ini adalah 0,129 dengan taraf signifikansi 5%.

Perhitungan uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program *SPSS for Windows Release 15*.

Hasil uji validitas yang telah dilakukan seperti terlampir memperoleh hasil bahwa seluruh butir pernyataan pada masing-masing variabel memiliki nilai $r_{hitung} > 0,129$ (r_{tabel}). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005:41). Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ (Nunally dalam Ghozali, 2005:42). Perhitungan uji reliabilitas ini dihitung dengan bantuan program *SPSS for Windows Release 15*.

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini terlampir, dan diketahui bahwa semua variabel adalah reliabel karena mempunyai nilai $> 0,6$. Hasil uji validitas dan reliabilitas menyatakan bahwa kuesioner yang dipakai untuk mengukur masing-masing variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

M. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan tergantung kepada jenis data yang akan dianalisis. Berikut merupakan teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini dilihat dari hubungan antara variabel:

a. Pengaruh antara A dan X

Untuk menentukan ketepatan prediksi apakah ada pengaruh variabel bebas terpaan media (A) dengan variabel terikat citra (X), maka akan menggunakan teknik korelasi produkt moment. Data ini akan diolah menggunakan SPSS versi 15.

b. Pengaruh antara X dan Y

Untuk menentukan ketepatan prediksi apakah ada pengaruh variabel bebas citra (X) dengan variabel terikat minat menonton film (Y), maka akan menggunakan teknik korelasi produkt moment. Data ini akan diolah menggunakan SPSS versi 15.

c. Pengaruh antara X dan Y yang dikontrol oleh Z

Untuk menentukan ketepatan prediksi apakah ada pengaruh variabel bebas citra (X) dengan variabel terikat minat menonton film (Y) yang dikontrol oleh jenis kelamin (Z), maka akan menggunakan teknik partial korelasi produkt moment. Data ini akan diolah menggunakan SPSS versi 15.

Untuk mengetahui hubungan yang terjalin antar variabel, maka dapat dilihat dari nilai koefisien relasi. Isitilah koefisien relasi dikenal sebagai nilai hubungan atau korelasi antara dua atau lebih variabel yang diteliti. Nilai koefisien korelasi, sebagaimana juga taraf signifikansi digunakan sebagai

pedoman untuk menentukan suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak dalam suatu penelitian. Nilai koefisien korelasi bergerak dari $0 \leq 1$ atau $1 \leq 0$.

