

# **Regional Audience Perception to Cultural Values of Jakarta In The Entertainment Broadcast By Private Television Stations**

*Andhita Sekar Larasati*

Student Communication Studies FPSB UII, completed a study in 2017

*Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih. S.I.Kom., MA.*

Lecturer in Communication Studies Program FPSB UII

## **ABSTRACT**

**Andhita Sekar Larasati. 12321173. Regional Audience Perception to Cultural Values of Jakarta In The Entertainment Broadcast By Private Television Stations. Bachelor Thesis. Communication Studies Program, Faculty of Psychology and Socio-Cultural Studies, Islamic University of Indonesia. 2017.**

Nowadays , Television is one of needs in public life, a common needs for people. However, one thing that have to alert is the media accentuate Jakarta culture and rule out another culture. So the phenomenon give attention to audience from region especially in Daerah Istimewa Yogyakarta and Sleman.

This research using some of theory that area perception of spectator area, entertainment program, and Jakarta culture in entertainment program. The entertainment program in this research are “Pesbuker” and “Dangdut Academy” where both of those program have Jakarta life style. The Audience from region in this research is high school students from SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta and SMA Negeri 2 Sleman by using indepth interview and held Focus Group Discussion (FGD).

The interviewees gave opinion from how to dress, attitude, and belief on entertainment performer of “Pesbukers” and “Dangdut Academy” will be related by theory of perception. From dressing, interviewees gave description about how to dress which glamour or casual. The other side that the interviewees gave their to perception theory about bad behavior and not shows good behavior at conversation and bullying. Then, the interviewees gave perception it shows about belief which contradicted with values of religion in society. The perception of interviewees in that program be affected with some of factor that based of religion, education, information which submitted (“Setting Jakarta”), watching activity, and situation in research.

Keywords : perception, entertainment program, audience, values of Jakarta culture

## **A. Pendahuluan**

Televisi saat ini adalah menjadi “media keluarga” dan televisi menjadi salah satu syarat yang harus di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Media televisi merupakan bagian hidup masyarakat Indonesia. Mulai dari daerah perkotaan yang relative daerah elit hingga

merambah ke pelosok-pelosok desa. Kehadiran media televisi secara tidak langsung mempengaruhi pola pikir dan perubahan kehidupan masyarakat. Media televisi hanya memberikan kesemarak dan kemudahan hidup yang bukan realitas sosial masyarakat penontonnya. Tanpa kemampuan untuk mengambil jarak munculnya sifat kritis, media televisi memiliki kemampuan untuk membohongi, membius dan melarikan kehidupan masyarakat dari kehidupan yang ada di sekelilingnya.

Dalam Effendy (2008: 13-14) menyebutkan, hampir semua program acara televisi diproduksi di Jakarta oleh “Orang Jakarta” dan mayoritas isi dalam suatu program acara berbau kehidupan Jakarta. Secara tidak sadar, stasiun televisi nasional memberikan istilah “Kita Indonesia” menjadi “Kami Jakarta”. Artinya, media televisi menggambarkan kehidupan Indonesia sama dengan kehidupan Jakarta. Padahal belum tentu kehidupan di Indonesia seperti kehidupan di Jakarta, kehidupan di Pupua, Sumatera dan Kalimantan belum tentu sama dengan kehidupan di Jakarta. Selain itu, kehidupan Jakarta yang diberikan oleh media televisi memberikan dampak kepada kehidupan remaja.

Namun realita sekarang adalah anak remaja terpengaruh oleh budaya Jakarta. Penggunaan bahasa, lagu-lagu yang didengarkan setiap hari dan membicarakan gosip atau sinetron yang disiarkan oleh stasiun televisi nasional yang berpusat di Jakarta. Gaya berbusana yang mereka pakai sehari-hari yang menirukan seperti artis yang ada media televisi. Selain itu, mereka berpakaian layaknya artis dan berpakaian seperti dihadapan orang tuanya. Program-program yang meliput kehidupan orang Jakarta yang kelas menengah maupun kelas elit. Memberikan gambaran kehidupan masyarakat urban yang menarik dan memberikan gambaran ideal kehidupan yang etis dan estetik kepada masyarakat Indonesia. Gambaran tersebut digambarkan oleh media kepada masyarakat daerah di Indonesia. kehadiran konten-konten yang di dominasi kehidupan Jakarta membuat masyarakat berusaha meniru keindahan dan kesuksesan orang-orang Jakarta dengan kehidupan modern (Zakaria. Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial Vol 1, No.2, September 2011 : 104).

Jurnal dari Zakaria L.S mengenai Budaya Jakarta: Budaya Metropolitan, Budaya Pop, dan Superkultur. Zakaria (Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial Vol 1, No.2, September 2011 : 104) mengatakan, media televisi swasta nasional yang berbasis di Jakarta sangat berperan penting dalam penyebaran budaya populer terutama budaya Jakarta di Indonesia. Dapat dilihat dari beberapa program yang disiarkan oleh stasiun televisi swasta nasional seperti berita, program music, gosip, reality show dan lain-lainnya yang memakasa masyarakat Indonesia menonton program acara yang diberikan oleh media televisi. Pada situs Nielsen menunjukkan bahwa jumlah penonton di daerah lebih banyak dibanding penonton yang tinggal di Jakarta. Tingkat konsumsi media di wilayah kota besar di luar Jawa yaitu Medan, Palembang, Denpasar, Makassar dan Banjarmasin ternyata lebih tinggi dibandingkan dengan 5 wilayah Jakarta dan Bodetabek, Surabaya, Gerbangkertasila, Bandung, Semarang, serta Yogyakarta dan Sleman-Bantul ([www.Nielsen.com/id/en/press-room/2014/Nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html](http://www.Nielsen.com/id/en/press-room/2014/Nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html), akses 4 April 2015). Data tersebut menunjukkan bahwa audiens dari luar pulau Jawa lebih banyak daripada audiens dari Jakarta. Tetapi, media televisi tetap menayangkan program acara dimana budaya Jakarta mendominasi pada program acara tersebut.

Penelitian ini akan mengambil program acara Dangdut Academy (Indosiar) dan Pesbukers (ANTV). Dua program acara hiburan ini mempunyai perbedaan jenis acara yang dimana Dangdut Academy merupakan *Talent Show* dan Pesbukers adalah *Variety Show*. Walaupun berbeda jenis program acara hiburan, kedua acara ini menarik banyak perhatian masyarakat untuk menonton kedua acara ini. Tetapi, kedua acara ini sengaja atau tidak sengaja memberikan konten-konten mengenai kehidupan di Jakarta kepada penonton daerah. Sehingga penelitian ini akan mengambil bagaimana persepsi penonton daerah mengenai nilai-nilai dan budaya Jakarta pada kedua program acara hiburan ini. Seperti pada pakaian, gaya bahasa, tema sketsa yang dimana gaya kehidupan Jakarta selalu mendominasi pada acara ini, pantun jenaka ala budaya betawi. Penonton luar Jakarta yang paling mempengaruhi kesuksesan tersebut. Tetapi, penonton daerah tidak mengetahui adanya fenomena budaya Jakarta di media televisi.

Dalam kasus tersebut memberikan persepsi kepada penonton daerah karena mereka adalah bagian dari audiens program acara yang disiarkan oleh stasiun televisi. Pesan yang disampaikan oleh media televisi menimbulkan persepsi kepada penonton daerah mengapa hanya Jakarta yang selalu digambarkan di media televisi. Sebagaimana penonton daerah mungkin menyadari fenomena tersebut. Pihak stasiun televisi menyiarkan program acara hanya untuk kesuksesan dan kepentingan pribadi, mereka hanya memunculkan informasi yang berkaitan dengan Jakarta karena faktor lingkungan lokasi stasiun televisi tersebut. Bagaimana dengan penonton daerah? mereka hanya bisa memberikan persepsi mereka mengenai pesan yang disampaikan oleh media televisi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi penonton daerah mengenai fenomena budaya Jakarta pada media televisi yang mendominasi penyiaran televisi swasta nasional. Narasumber yang diambil adalah perwakilan murid dari SMA Yogyakarta dan SMA Sleman. Remaja merupakan golongan yang paling banyak mendapatkan dampak peniuran budaya Jakarta selain golongan anak-anak. Yogyakarta dan Sleman merupakan kota yang berada di provinsi DIY. Yogyakarta yang dikenal dengan kota modern di DIY dan Sleman merupakan kota yang mempunyai budaya Jawa yang kuat. Dikemukakan oleh Ameni (1993), bahwa kehadiran televisi swasta ini memberikan pengaruh buruk terhadap perkembangan mental dan perilaku masyarakat khususnya anak-anak dan remaja (Murniatmo, dkk., 1997:78). Tayangan televisi menyebabkan kekhawatiran kepada masyarakat tetapi tayangan televisi tidak bisa dihindari oleh masyarakat karena media televisi merupakan media yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Sementara itu, seorang pakar psikologi anak dan remaja, Prof. Dr. Utami Munandar mengungkapkan bahwa sesungguhnya seorang anak itu kecenderungan mengidentifikasikan dirinya dengan dalam pertelevisian atau sinematografi (Film) (Murniatmo, dkk., 1997:78).

Narasumber yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah perwakilan siswa SMA Negeri 2 Sleman dan SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta. SMA Negeri 2 Sleman terletak di Brayut Pandowoharjo Sleman dan SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta terletak di Jl. Kapten P. Tendean No.58. Yogyakarta. Penelitian ini akan mengetahui perbedaan persepsi siswa dari Sleman 2 Sleman yang dimana Sleman merupakan daerah dari D.I.Y yang mempunyai budaya Jawa yang kuat seperti pada tahun 2015 pemerintah daerah Sleman menggelar Festival upacara adat yang diikuti dari berbagai kabupaten di Sleman untuk menjaga eksistensi budaya lokal dan adiluhung (<http://www.republika.co.id/berita/gaya->

hidup/travelling/15/09/03/nu3uep328-sleman-gelar-festival-upacara-adat-dan-tradisi, akses 11 November 2015) . Selain SMA Negeri 2 Sleman, Penelitian ini juga diambil dari persepsi siswa SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta yang dimana Yogyakarta merupakan kota yang didominasi kehidupan metropolitan. Walaupun dengan kehidupan metropolitan, SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta ini mempunyai pemikiran agama islam yang kuat. Tetapi dengan pemikiran SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta yang kuat dengan agama islam. Penelitian ini bisa dilihat bagaimana pemikiran mereka bagaimana media mempengaruhi remaja dengan kehidupan metropolitan di Jakarta yang “menjajah” kehidupan Yogyakarta yang kuat dengan budayanya.

## **B. Tinjauan Pustaka**

Berdasarkan judul dalam penelitian ini, peneliti mengambil beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kajian yang sama dan cocok sebagai acuan untuk penelitian ini.

Penelitian yang pertama adalah Persepsi Iklan Politik pada Pemilih Pemula. Skripsi ini ditulis oleh Diajeng Triasari mahasiswa dari Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Surakarta pada tahun 2011. Hasil dari penelitian ini adalah memiliki pandangan dari pemilih pemula mengenai 3 calon kandidat pemilihan umum tahun 2009. Yang pertama mengenai iklan megawati dan prabowo, pemilih pemula memberikan persepsi bahwa iklan dari kandidat tersebut mengkritisi kandidat lainnya. Yang kedua mengenai iklan SBY-Boediono, iklan tersebut tidak mempunyai visi misi yang kurang. Begitupun juga dengan pasangan JK-Wiranto yang memiliki iklan yang kreatif tetapi tidak mempunyai visi dan misi yang kurang jelas.

Penelitian terdahulu yang kedua adalah Persepsi Mahasiswa Terhadap Tayangan “Stand Up Comedy” . Skripsi ini dikerjakan oleh Idham Syaputra dari Departemen Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara pada tahun 2012. Skripsi ini membahas bagaimana persepsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik USU terhadap tayangan “Stand Up Comedy”. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Komunikasi Massa dan teori Retorika dan Public Speaking yang menjelaskan bagaimana cara berbicara di depan audiens dan mendapatkan timbal balik dari audiens. Sehingga mahasiswa Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial USU memberikan persepsi berupa penilaian positif terhadap program acara ini. Mereka menilai bahwa program acara “Stand Up Comedy” merupakan hiburan yang mereka butuhkan.

Kedua penelitian terdahulu tersebut memiliki kesamaan dengan judul penelitian ini, yakni membahas terkait persepsi suatu individu atau kelompok mengenai fenomena yang terjadi pada media massa . Tidak hanya penelitian yang berkaitan dengan persepsi, penelitian yang menjadi acuan terhadap judul ini adalah mengenai apresiasi terhadap sesuatu yang diberikan oleh media dan memiliki dampak kepada masyarakat baik positif maupun negatif.

Seperti pada penelitian terdahulu yang ketiga yaitu Apresiasi Pemirsa Terhadap Tayangan Opera Van Java Trans 7. Jurnal ini dilakukan oleh Dewi Mega Ningrum,

Atwar Bajari dan Asep Suryana dari Jurusan Ilmu Manajemen Komunikasi Fakultas Komunikasi Universitas Padjajaran pada tahun 2012. Jurnal ini membahas mengenai apresiasi mahasiswa STSI (Sekolah Tinggi Seni Indonesia) terhadap tayangan Opera Van Java. Opera Van Java merupakan acara yang mengangkat tema kebudayaan terutama budaya Jawa. Tetapi, para pemain Opera Van Java sering memberikan ejekan kepada pemain lainnya dan aksi-aksi brutal. Opera Van Java merupakan acara yang tayang pada Jam *Prime Time* yang dimana para penonton lebih kritis dalam memilih acara yang ditonton sebagai hiburan atau untuk mendapatkan informasi. Teori yang digunakan dalam jurnal ini adalah Teori Uses and Gratification. Yaitu, bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak. Selain itu, media menjadi salah satu kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa pemirsa memiliki pengetahuan, penilaian, dan perasaan yang tinggi terhadap tayangan Opera Van Java. Penulis dari jurnal ini menyarankan kepada Trans7 untuk tidak menayangkan program ini setiap hari karena penonton akan bosan dengan acara yang sama dan disiarkan setiap hari

Penelitian terdahulu yang keempat adalah Opera Van Java di Mata Penonton Etnis Luar Jawa (Kajian Etnografi Komunikasi Khalayak Penonton dari Etnis Luar Jawa). Skripsi ini dibuat oleh Annisa Risecha Junep dari program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia pada tahun 2012. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui penerimaan penonton dari etnis luar Jawa mengenai tayangan Opera Van Java, Untuk mengetahui penerimaan etnis luar Jawa terhadap tayangan Opera Van Java yang mengusung tema budaya Jawa dan Untuk mengetahui humor yang diberikan oleh Opera Van Java kepada penonton etnis luar Jawa. Tujuan penelitian tersebut menggambarkan bagaimana pendapat penonton etnis luar Jawa terhadap tayangan Opera Van Java yang mengusung tema budaya Jawa. Hasil penelitian dari skripsi ini adalah terdapat Strootip dari mahasiswa asal luar Jawa mengenai humor Opera Van Java. Hal ini ditandai dengan bahasa Jawa yang halus dan bahasa Kalimantan yang bahasanya agak kasar. Selain itu, Tipologi penonton yaitu mahasiswa dari luar Jawa seperti Bima, Papua, Kalimantan, Riau, dan Gorontalo memiliki prasangka pada saat menyaksikan tayangan Opera Van Java yang memaknai pesan yang disampaikan.

Penelitian terdahulu yang terakhir adalah Budaya Jakarta : Budaya Metropolitan, Budaya pop, dan Superkultur. Jurnal ini ditulis oleh Zakaria L.S dosen tidak tetap program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Al-Azhar Indonesia, Jakarta pada tahun 2011. Teori yang digunakan pada jurnal ini adalah teori Kultivasi, yang dimana audiens di daerah menyaksikan acara-acara televisi swasta nasional yang berkonten Jakarta, maka akan semakin konsepsi tentang budaya metropolitan dalam benak masyarakat Indonesia (Zakaria, Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial Vol 1, No.2, September 2011). Dalam jurnal ini menjelaskan, bahwa budaya Jakarta di media televisi mampu mendominasi atau menguasai masyarakat Indonesia secara luas dan menjadikannya budaya pop Jakarta yang merupakan budaya metropolitan di Ibu Kota Indonesia dan menggeser budaya lokal.

## 1. Persepsi Penonton Daerah

Persepsi suatu individu mengorganisasikan dan mengintegrasikan stimulus yang diterimanya, sehingga stimulus tersebut mempunyai arti bagi individu yang bersangkutan (Walgito, 2004: 41). Dengan demikian, hal tersebut dikemukakan bahwa stimulus merupakan salah satu faktor yang berperan dalam persepsi.

Penelitian ini mengambil penonton daerah sebagai narasumber yang akan memberikan persepsi terkait nilai-nilai budaya Jakarta melalui program acara hiburan. Penonton daerah yang diambil adalah penonton dari luar Jakarta yaitu penonton dari Jogja. Penonton dari Jogja tersebut akan memberikan persepsi terkait budaya Jakarta dalam program acara melalui stasiun televisi nasional dan membandingkan dengan budaya yang mereka terapkan di kehidupan sehari-harinya. Persepsi yang diberikan narasumber dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni faktor internal dan eksternal. Faktor internal dan faktor eksternal yang menimbulkan perhatian seseorang juga dijelaskan oleh Mulyana. Dalam Mulyana (197) menjelaskan, faktor internal dipengaruhi oleh faktor biologis, faktor fisiologis dan faktor sosial budaya. Nilai budaya Jakarta memberikan perhatian oleh penonton daerah yang dipengaruhi oleh faktor sosial budaya seperti gender, agama, tingkat pendidikan, pekerjaan, penghasilan, peranan, status sosial, pengalaman masa lalu dan kebiasaan. Selain dari faktor internal, penonton daerah akan memberikan persepsi yang dipengaruhi oleh faktor eksternal. Mulyana (2007:189) menyebutkan, perhatian pada suatu objek juga dipengaruhi oleh gerakan, intensitas, kontras, kebaruan, dan perulangan objek yang dipersepsi.

Persepsi terkait budaya yang diberikan oleh penonton daerah juga dipengaruhi oleh beberapa faktor internal. Seperti yang dijelaskan oleh Mulyana (2007: 213) bahwa faktor-faktor internal bukan saja mempengaruhi atensi sebagai salah satu aspek persepsi, tetapi juga mempengaruhi persepsi kita secara keseluruhan, terutama penafsiran atas suatu rangsangan. Selain itu, Mulyana (2007: 214) menambahkan, faktor tersebut seperti agama, ideologi, tingkat pendidikan, tingkat intelektualitas, tingkat ekonomi, pekerjaan, dan cita rasa sebagai faktor-faktor internal jelas mempengaruhi persepsi seseorang terhadap realitas sehingga persepsi tersebut terikat oleh budaya (*culture bound*).

Informasi yang diberikan oleh penonton daerah yaitu siswa SMA Negeri 2 Sleman dan SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta akan menimbulkan persepsi bersifat dugaan. Narasumber akan memberikan persepsi terkait budaya Jakarta sesuai yang diberikan oleh pelaku hiburan stasiun televisi. Jadi, mereka akan menduga bahwa budaya Jakarta memiliki perilaku yang diberikan oleh pelaku hiburan dalam program acara hiburan di stasiun televisi swasta. Kesimpulan yang diberikan yang diberikan tidak lengkap lewat pengindraan menimbulkan proses persepsi bersifat dugaan. Terkait persepsi bersifat dugaan juga dijelaskan oleh Mulyana. Dalam Mulyana (2007: 201) menjelaskan, proses persepsi bersifat dugaan itu memungkinkan kita menafsirkan suatu objek dengan makna yang lebih lengkap dari suatu sudut mana pun, sehingga informasi yang tidak pernah tersedia dugaan diperlukan untuk membuat kesimpulan berdasarkan informasi yang tidak lengkap lewat pengindraan itu.

## 2. Program Hiburan Televisi

Program hiburan merupakan bentuk program siaran yang bertujuan untuk menghibur audiens dalam bentuk beberapa konten seperti Infotainment, Reality Show, Variety Show, dan konten lainnya. Program hiburan salah satu program yang banyak diminati oleh masyarakat karena program yang bersifat menghibur. *Reality Show* merupakan program acara hiburan yang menceritakan mengenai kehidupan seseorang yang diangkat sesuai tema yang diinginkan dan sesuai kenyataan tanpa rekayasa. Seperti di Indonesia yaitu *Bedah Rumah* yang menceritakan seseorang mempunyai rumah yang tidak layak dan direnovasi oleh tim *Bedah Rumah*. Berbeda dengan *Variety Show* yang merupakan gabungan dari beberapa program acara hiburan seperti musik, Kuis, Game Show dan Talk Show. Penelitian ini membahas program acara “*Pesbukers*” dan “*Dangdut Academy*” yang kedua acara tersebut termasuk jenis program *Variety Show*

Perkembangan televisi sebagai media massa begitu pesat dan media televisi merupakan media informasi gratis yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Karena sejarah tersebut, banyak pengusaha yang membuat stasiun televisi swasta karena. Daftar Stasiun televisi swasta di Indonesia menurut Wikipedia adalah ANTV, Global TV, Indosiar, Kompas TV, MetroTV, MNCTV, NET, Rajawali Televisi, RCTI, SCTV, Trans TV, Trans7, TvOne (<http://jatimtravelmart.com/search/daftar-stasiun-televisi-di-indonesia-.html>, akses 11 November 2015). Maka dibutuhkan sehari setidaknya 250 hingga 300 program acara yang disiarkan oleh stasiun televisi. Saat ini, stasiun televisi swasta merupakan stasiun televisi yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat karena jumlah stasiun televisi dan jumlah program acara. Penyiaran dari stasiun televisi sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat. Seperti kebiasaan menonton televisi terus menerus atau perilaku yang lainnya. Hal tersebut terlihat jelas bahwa stasiun televisi swasta memiliki perkembangan yang tinggi dari tahun ke tahun daripada stasiun televisi lainnya bahkan stasiun televisi swasta lebih unggul daripada media massa lainnya.

## 3. Budaya Jakarta pada Program Acara Hiburan

Secara formal budaya didefinisikan sebagai tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna, hirarki, agama, waktu, peranan, hubungan ruang, konsep alam semesta, objek-objek materi dan milik yang diperoleh sekelompok besar orang dari generasi ke generasi melalui usaha individu dan kelompok (Kotjaraningrat, 1996: 18). Budaya memiliki beberapa unsur-unsur kebudayaan yang dapat ditemukan pada semua bangsa di dunia, yang dapat disebut sebagai isi pokok dari setiap kebudayaan yaitu :

- 1) Bahasa
- 2) Sistem pengetahuan
- 3) Organisasi sosial
- 4) Sistem peralatan hidup dan teknologi
- 5) Sistem mata pencarian hidup

- 6) Sistem religi
- 7) Kesenian

Terkait dengan tema penelitian ini yakni persepsi penonton daerah terhadap nilai-nilai budaya Jakarta dalam program acara hiburan. Peneliti mengambil 3 unsur budaya yang diambil dalam Mulyana dan Rakhmat. Bila orang awam berpikir tentang budaya, biasanya ia berpikir tentang (1) cara orang-orang berpakaian, (2) kepercayaan-kepercayaan yang mereka miliki, (3) kebiasaan-kebiasaan yang mereka praktikkan (Mulyana & Rakhmat, 2005 : 36). Pendapat mengenai perbedaan-perbedaan dalam pakaian menunjukkan perbedaan kepercayaan dan perilaku yang dinilai dari segi nonverbal. Selain itu, pengetahuan terkait kepercayaan dalam penelitian ini adalah kepercayaan agama yang dimiliki oleh budaya dari masing-masing daerah. Setelah itu, kebiasaan memberikan lebih banyak petunjuk, seperti pola perilaku dan gaya bahasa akan mengidentifikasi suatu individu maupun kelompok.

Pemakaian Jakarta sebagai *setting* sosial dalam program-program acara di televisi memberikan pengaruh dalam materi isinya. Penyempitan lokasi tersebut mengakibatkan Indonesia seolah-olah menjadi hanyalah Jakarta. Dari segi bahasa, pemakaian bahasa yang gaul dan populer seperti *Lu-Gue* mempengaruhi kehidupan terhadap daerah selain Jakarta bahkan dari Aceh hingga Papua. Kehidupan remaja di Indonesia memiliki kehidupan yang sama yaitu gaya remaja di kota maupun di desa terpencil. Yang berbeda hanyalah kelas dan kualitasnya yang berbeda-beda. Gejala peniruan yang terjadi di televisi pada gilirannya mendorong tumbuh suburnya budaya pop yang dikangkangi oleh kekuasaan modal yang membuat masyarakat menjadi tergantung. Media televisi Jakarta secara pasti mengubah wajah kebudayaan Indonesia menjadi seragam. Hal tersebut bukan menggambarkan spirit baru bahwa media televisi Jakarta menggambarkan “Semangat Indonesia” melainkan kekuatan kapitalisme global. Kekuatan ini menjadi secara induktif melakukan proses the learning social norms secara masif dan akumulatif (Wirodono,2006 :61).

Menurut Dennis McQuail (1987) pernah menyodorkan beberapa asumsi pokok mengenai media massa yaitu media merupakan media sering kali berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan, bukan saja dalam pengertian pengembangan bentuk seni dan symbol, tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata cara, mode, gaya, hidup dan norma-norma (Nurudin,2007: 23). Terdapat perbedaan budaya pada penyiaran media televisi dan budaya Jakarta yang selalu digambarkan oleh media televisi bahwa Jakarta digambarkan sebagai keadaan Indonesia yang sebenarnya. Tidak ada mayoritas dan minoritas dalam media televisi, apa yang diberikan oleh media televisi, berbagai macam masyarakat baik dari daerah yang berbeda, kelas sosial yang berbeda, anak-anak, remaja, orang tua bisa menonton televisi.

Terdapat istilah budaya populer dalam dunia media televisi, karena berbagai konten baru yang diberikan kepada khalayak baru seperti campuran cerita, ide, gambar, informasi, tontonan dan hiburan oleh media televisi. Budaya massa memiliki referensi dengan lingkup yang luas dalam hal selera, gaya hidup dan kesukaan. Bagi beberapa ahli teori media, fakta bahwa budaya populer memiliki popularitas memiliki tingkatan yang



lebih tinggi dan nilai berharga. Budaya massa juga dibedakan dari budaya sebelumnya seperti budaya tradisional yang datang dari masyarakat dan biasanya lebih awal atau lebih bebas dari media massa atau budaya massa yang muncul dari media massa. Ciri-ciri dari budaya massa adalah bentuk dan isinya nontradisional, ditunjukkan untuk konsumsi massa dan diproduksi untuk konsumsi massa. Media massa terutama media televisi sering mengambil isu yang menyebabkan munculnya budaya massa dan berpendapat bahwa mereka lebih seperti sebuah alat untuk membentuk sesuatu yang terjadi dalam suatu isu dari hasil meningkatnya homogenitas kultural yang terjadi dalam masyarakat nasional.

Media massa mampu mempengaruhi perubahan budaya seperti gaya hidup, sikap dan lain-lainnya kepada audience. Menurut teori kultivasi, televisi menjadi media atau alat utama dimana para penonton televisi belajar tentang masyarakat dan kultur di lingkungannya (Nurudin, 2007: 167). Semakin sering audiens menonton program acara di stasiun televisi swasta nasional yang berkonten Jakarta, maka akan menguatkan budaya Jakarta yang mempunyai konsepsi budaya metropolitan dalam benak masyarakat. Dalam jangka panjang, penonton daerah akan semakin terbudayakan oleh konten budaya Jakarta dan mengikuti perilaku seperti orang Jakarta yang terpampang oleh layar televisi.

Pada penelitian ini, peneliti akan membahas mengenai budaya Jakarta secara spesifik seperti gaya fashion, Gaya hidup dan Gaya bahasa. Peneliti membahas dua hal tersebut karena perilaku orang-orang Jakarta di media televisi yang mempengaruhi penontonnya adalah gaya fashion dan gaya bahasa. Pada gaya fashion yang digambarkan oleh peneliti adalah pakaian yang glamour seperti remaja metropolitan. Seperti pada penelitian yang berjudul “Representasi Gaya Fashion Remaja Metropolitan Dalam Sinetron Diam-Diam Suka” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Gaya Fashion memiliki kekuasaan dan kekuatan dalam suatu kelompok yang bisa mengikuti standar budaya dominan dalam pergaulan sehingga mengakibatkan kelompok yang mampu berbaur dalam kehidupan sosial dan kelompok yang tidak mampu (Nasoetion, Skripsi, 2014 : 7).

Persentase jenis kosakata dalam Bahasa Melayu Betawi dapat didasari pada dua sumber data. Kamus *Wörterverzeichnis des Omong Djakarta* karya Hans Kähler (1966) menunjukkan bahwa 35,21% kosakata Bahasa Melayu Betawi berasal dari Bahasa Melayu, 22,05% dari Bahasa Jawa-Sunda, 18,37% Bahasa Jawa, 8,64% Bahasa Sunda, dan 15,73% dari Bahasa Bali, Sasak, Lampung, Madura, Batak, Cina, Arab, Portugis, Inggris, Belanda, dan Sanskerta (Muhajir, 1999: 68). Selain dalam segi fashion, peneliti akan membahas mengenai gaya bahasa. Berdasarkan daftar kosakata Swadesh, itu adalah seorang peneliti Amerika bersuamikan orang Indonesia, Kay Ikranegara, menyimpulkan hasil perhitungan bahwa 93% kosakata dasar bahasa Betawi sama dengan kosakata bahasa Indonesia (Disini bahasa Indonesia dianggap sebagai salah satu variasi bahasa Melayu) dan sisanya 7% berasal dari Jawa, Sunda, Bali dan Cina (Muhajir, 1999:61).

Gaya bahasa di program acara hiburan televisi swasta adalah gaya bahasa yang tidak sesuai dengan EYD atau bahasa dari daerah Jakarta yang sering ditampilkan oleh media televisi. Hal tersebut karena kebiasaan para artis sehingga tidak sengaja menggunakan bahasa Jakarta. Seperti pada jurnal dari Firsty Permatasari yang berjudul “Variasi Bahasa Pada Sinetron Putih Abu-Abu di SCTV”. Jurnal ini memberikan

beberapa hasil penelitian mengenai bahasa dalam sinetron “Putih Abu-Abu” salah satunya mengenai budaya Jakarta. Bahasa Indonesia yang digunakan dalam sinetron ini menggunakan dialek Jakarta atau dialek Betawi (Permatasari, Jurnal Skriptorium, Vol.2, No.2, Februari 2014: 48). Jurnal ini juga memberikan contoh bahasa Jakarta yang digunakan dalam sinetron ini seperti bokap dan nyokap yang artinya ayah dan ibu dalam bahasa betawi yang dikenal dalam tahun 1970-an.

Budaya Jakarta dipengaruhi oleh budaya asing seperti Melayu, Cina dan Arab. Karena berbagai faktor tertentu, budaya Barat juga mempengaruhi budaya Jakarta. Seperti pada dampak globalisasi yang mempengaruhi kehidupan orang-orang Jakarta seperti apa yang dilakukan orang-orang barat. Pada pakaian misalnya, orang Jakarta memakai pakaian yang glamour dan minim untuk kehidupan sehari-harinya.

### C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan menggunakan paradigma *konstruktivisme* yaitu penelitian yang menjelaskan realitas apa adanya tanpa ada perubahan. Peneliti menganalisa dan melukiskan sesuai dengan apa yang dilihat lewat observasi dan juga wawancara dan dokumen-dokumen yang didapat (Salim, 2006: 89).

Penelitian ini menggunakan *Focus group discussion* (FGD) atau Diskusi Kelompok Terfokus sebagai teknik pengumpulan data. FGD dirancang untuk melakukan pengumpulan data dengan menggunakan sebuah forum diskusi dengan tema-tema yang telah dipersiapkan sejak awal oleh peneliti (Idrus, 2002: 110). Selain Focus group discussion (FGD), Penelitian ini menggunakan teknik wawancara. Peneliti menggunakan metode *Indepth Interview*, proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama (Sutopo, 2006: 72). Wawancara mendalam ini merupakan data pelengkap dari pengambilan data Forum Group Discussion (FGD). Penelitian ini dilakukan di dua tempat yaitu SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta yang beralamat Jl. Kapten P. Tendean No.58. Yogyakarta dan SMA Negeri 2 Sleman yang beralamat di Brayut Pandowoharjo, Sleman.

Narasumber dalam penelitian diambil sebagai calon responden menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dari sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2011: 218). Sampel yang dipilih untuk penelitian ini adalah perwakilan dari SMA Negeri 2 Sleman dan SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta. Masing-masing dari dua sekolah tersebut akan diwakilkan 5 sampel dari kelas 10, 11 dan 12.

Data yang digunakan untuk penelitian ini adalah Data Primer : Data yang diperoleh dari pengambilan data secara langsung dari responden dan observasi yang telah

dilakukan. Sedangkan data sekunder dari penelitian ini adalah bukan dari objek langsung melainkan mengambil dari data-data lain seperti jurnal, data online dan buku yang berkaitan dengan penelitian ini

Teknik analisa dalam penelitian ini menggunakan analisa interaktif. Analisa interaktif merupakan proses pengumpulan data menggunakan tiga komponen aktivitasnya yang berbentuk interaksi. Tiga komponen dari analisis ini adalah reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan.

#### **D. Hasil dan Pembahasan**

##### **1. Persepsi Siswa SMA Negeri 2 Sleman dan SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta Terhadap Nilai-Nilai Budaya Jakarta Terhadap Program Acara Hiburan “Pesbukers”**

Narasumber memberikan persepsi mengenai nilai-nilai budaya dalam program acara “Pesbukers”. Persepsi tersebut dibentuk dari aspek yaitu cara pakaian, kebiasaan, dan kepercayaan orang Jakarta yang diterapkan dalam program acara “Pesbukers”.

###### **a. Persepsi Terkait Cara Pakaian dalam Program Acara “Pesbukers”**

Beberapa narasumber memberikan persepsi mengenai budaya Jakarta melalui program acara “Pesbukers”. Salah satunya adalah cara pakaian yang dikenakan oleh pelaku hiburan program acara “Pesbukers” akan mendapatkan perhatian narasumber. Hal tersebut disebabkan oleh penampilan pelaku hiburan dalam program acara “Pesbukers” memiliki pakaian yang berbeda dibandingkan pakaian sehari-hari narasumber dan menimbulkan perhatian. Dalam Mulyana (2007:200) Orang atau objek yang penampilannya lain daripada yang lain (kontras atau unik), juga akan menarik perhatian. Seperti pada cara pakaian, Pakaian yang dikenakan oleh pelaku hiburan “Pesbukers” adalah pakaian yang berlaku ke-Jakartaan yaitu pakaian yang terkini, glamour dan pakaian yang minimalis.

Jurnal dari Lutvia menambahkan, bahwa kelompok yang mudah terpengaruh oleh dampak media adalah kelompok remaja. Hal tersebut dikarenakan remaja merupakan kelompok yang mudah terpengaruh dan mudah menyerap sesuatu yang baru tanpa proses filterisasi. Gaya fashion yang digunakan remaja di Jakarta memakai pakaian modern mengikuti perkembangan mode. Media massa merupakan salah satu wadah yang mempengaruhi gaya fashion remaja di Jakarta. Mengikuti gaya hidup idolanya dengan cara berdandan dan gaya hidup lainnya. Transformasi budaya tersebut yang digambarkan oleh media massa membuat para remaja di Jakarta tidak mempedulikan lagi kaidah-kaidah agama dalam cara pakaian (Lutvia, Jurnal Seni Rupa & Desain Vol.2 No.1 Maret 2001 : 13).

Seperti pada pakaian, pakaian yang dikenakan di program acara “Pesbukers” adalah pakaian yang terkini, *glamour* dan pakaian yang minimalis. Ketiga hal tersebut yang diberikan persepsi oleh narasumber. Karena ketiga hal

tersebut, narasumber menduga bahwa identitas orang Jakarta adalah kehidupan yang terkini, mewah dan tidak sopan. Mulyana (2007: 201) menambahkan, oleh karena informasi yang lengkap tidak pernah tersedia, dugaan diperlukan untuk membuat kesimpulan berdasarkan informasi yang tidak lengkap lewat pengindraan kita (Mulyana, 2007: 201) Padahal tidak semua orang Jakarta memakai pakaian seperti tiga hal tersebut, tetapi narasumber beranggapan bahwa kebanyakan orang Jakarta memakai ketiga pakaian tersebut. Jika dibandingkan dengan Jogja, Pakaian yang dikenakan oleh warga Jogja dibandingkan warga Jakarta karena pakaian yang dikenakan pelaku hiburan lebih terbuka dan bisa ditiru oleh anak usia di bawah umur.

#### **b. Persepsi Terkait dengan Kebiasaan Orang Jakarta Dalam Program Acara “Pesbukers”**

Penelitian menemukan persepsi narasumber mengenai kebiasaan pelaku hiburan dalam program acara “Pesbukers”. Kebiasaan yang dilakukan pelaku hiburan “Pesbukers” adalah gambaran kebiasaan orang Jakarta yang dimaa narasumber mengetahui kebiasaan orang Jakarta melalui media televisi. Hasil penelitian ini menemukan bahwa kebiasaan orang Jakarta dalam program acara “Pesbukers” merupakan kebiasaan yang menghibur dan beberapa narasumber mengatakan bahwa kebiasaan program ini kurang sopan. Menurut mereka, Kebiasaan yang tidak sopan ini akan menimbulkan dampak negatif seperti kebiasaan yang akan ditiru oleh penontonnya terutama untuk anak-anak.

Persepsi manusia terhadap seseorang, objek, atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman (dan pembelajaran) masa lalu mereka berkaitan dengan orang, objek atau kejadian serupa (Mulyana, 2007 : 191). gaya bahasa orang Jakarta berbeda dengan gaya bahasa Jogja yang sering diterapkan dalam sehari-hari mereka. Agar tidak terpengaruh oleh gaya bahasa Jakarta yang diucapkan oleh pelaku hiburan “Pesbukers”, salah satu narasumber dari SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta yaitu Alin mengharapkan agar pihak stasiun televisi untuk menggunakan gaya bahasa dari daerah lain dan mengurangi gaya bahasa Jakarta.

#### **c. Persepsi Terkait Nilai-Nilai dan Kepercayaan Melalui Program “Pesbukers”**

Kepercayaan adalah anggapan subjektif bahwa suatu objek atau peristiwa punya ciri atau nilai tertentu, dengan atau tanpa bukti (Mulyana, 2007:215). Ketika mereka melihat program acara “Pesbukers” yang dimana budaya Jakarta selalu diterapkan di acara ini, maka narasumber memberikan persepsi mengenai budaya Jakarta pada program “Pesbukers” dipengaruhi kepercayaan mereka terhadap gaya hidup Jogja. Sedangkan nilai adalah komponen evaluatif dari kepercayaan kita, mencakup: kegunaan, kebaikan, estetika, dan kepuasan (Mulyana, 2007: 215). Narasumber penelitian ini memilih apakah budaya Jakarta yang diterapkan oleh “Pesbukers” baik atau

tidak. Sebelumnya, penelitian ini membahas perilaku yang dilakukan oleh pelaku hiburan dalam program acara “Pesbukers” menimbulkan dampak negatif untuk penontonnya terutama anak usia di bawah umur. Artinya, narasumber menilai bahwa program acara “Pesbukers” memiliki etika yang tidak baik.

Narasumber menilai bahwa program acara “Pesbukers” sering menerapkan perilaku *bullying* baik dari perkataan atau tingkah laku mereka. Selain dari *bullying*, narasumber memberikan persepsi terhadap setuju atau tidak setujunya budaya Jakarta yang ditampilkan dalam program acara “Pesbukers”. Dari 10 narasumber, lebih banyak yang tidak setuju dengan budaya Jakarta yang selalu disiarkan dalam program acara “Pesbukers”. Karena ANTV merupakan stasiun televisi swasta yang bersifat nasional yaitu penonton seluruh Indonesia bisa menonton stasiun televisi ANTV. Dari hasil wawancara, beberapa narasumber menjawab bahwa mereka mengetahui budaya Jakarta melalui media. Menurut Dennis McQuail (1987) pernah menyodorkan beberapa asumsi pokok mengenai media massa yaitu media merupakan media sering kali berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan, bukan saja dalam pengertian pengembangan bentuk seni dan symbol, tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata cara, mode, gaya hidup dan norma-norma (Nurudin, 2007: 23). Menurut teori kultivasi, televisi menjadi media atau alat utama dimana para penonton televisi belajar tentang masyarakat dan kultur di lingkungannya (Nurudin, 2007 : 167). Seperti pada program acara “Pesbukers”, dilihat dari gaya fashion dan kebiasaan yang diterapkan merupakan gaya hidup orang Jakarta. Karena hal tersebut, beberapa narasumber menginginkan budaya lain yang ditampilkan dalam program acara “Pesbukers”.

## **2. Persepsi Siswa SMA Negeri 2 Sleman dan SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta Terhadap Nilai-Nilai Budaya Jakarta Terhadap Program Acara Hiburan “Dangdut Academy”**

Latar belakang yang mempengaruhi memberikan persepsi mengenai Nilai-Nilai Budaya Jakarta pada program acara “Dangdut Academy” adalah tidak jauh berbeda dibandingkan program acara “Pesbukers”. Yaitu latar belakang budaya dan latar belakang ekonomi. Selain itu, tayangan yang diberikan oleh program acara “Dangdut Academy” memberikan dampak negatif terhadap audiens terutama untuk penonton daerah. Narasumber memberikan persepsi bahwa penampilan yang diberikan oleh pelaku hiburan seperti komentar juri, pakaian yang dikenakan oleh juri dan peserta akan menimbulkan untuk anak-anak. Fenomena tersebut berdampak kepada identitas budaya yang hilang secara perlahan-lahan.

Menurut narasumber, Budaya Jogja terkenal dengan budaya yang memiliki perilaku yang ramah, sopan, sederhana dan masih mempertahankan budayanya. Berbeda dengan budaya Jakarta, yang sudah terpengaruh dengan kehidupan modern dan *glamour*. Hal tersebut digambarkan ketika narasumber melihat program acara “Dangdut Academy”. Mereka melihat bahwa budaya Jakarta adalah budaya yang digambarkan

oleh media televisi baik dari segi *fashion*, perilaku dan nilai-nilai kepercayaan. Pertanyaan yang diberikan narasumber mengenai kehidupan Jakarta yang modern dan glamour juga diungkapkan oleh hasil jurnal dari Padahal, tidak semua orang Jakarta memiliki kehidupan yang digambarkan oleh media. Beberapa warga Jakarta masih menerapkan kehidupan budaya Jakarta termasuk hari-hari istimewa seperti hari pernikahan, ulang tahun Jakarta yang menerapkan kebudayaan tradisional betawi. Tetapi, narasumber tetap menilai bahwa budaya Jakarta adalah budaya yang digambarkan melalui media. Oleh sebab itu, latar belakang budaya mempengaruhi untuk memberikan mereka terhadap nilai-nilai budaya Jakarta melalui program acara “Dangdut Academy”.

Selain latar belakang budaya yang berbeda, latar belakang ekonomi juga mempengaruhi mereka untuk memberikan persepsi mengenai nilai-nilai budaya Jakarta melalui program acara “Dangdut Academy”. Hal tersebut juga berlaku di dalam program acara “Pesbukers”. Menurut narasumber, tayangan yang diberikan pelaku hiburan dalam program acara “Dangdut Academy” adalah kehidupan yang *glamour*. Perbedaan tayangan program acara “Pesbukers” yang dimana tayangan tersebut menunjukkan kehidupan orang Jakarta yang *metropolis* dan kekinian, tetapi dalam program acara “Dangdut Academy” adalah program acara yang menunjukkan bahwa kehidupan Jakarta adalah kehidupan mewah dan *glamour*. Karena format acara dari “Dangdut Academy” adalah program pencarian bakat yang dimana gaya hidup mewah dan *glamour* lebih diunggulkan untuk menarik perhatian juri dan masyarakat Indonesia. Karena kehidupan Jakarta yang digambarkan program acara “Dangdut Academy” memiliki kelas ekonomi cukup tinggi. Sehingga nrasumber tidak mampu untuk membeli apa yang dimiliki oleh pelaku hiburan dalam program acara “Dangdut Academy”.

Kehidupan warga Jogja dan kehidupan warga Jakarta yang digambarkan dalam program acara “Dangdut Academy” sangat berbeda. Baik dari segi budaya maupun dari segi ekonomi. Dibandingkan program acara “Pesbukers”, narasumber lebih memilih program acara “Dangdut Academy” yang memiliki tayangan yang lebih baik dibandingkan “Pesbukers”. Hasil dari temuan penelitian ini akan dianalisis dan dikaitkan dalam beberapa hal yaitu (1) Cara pakaian, (2) Kebiasaan Orang Jakarta, dan (3) Nilai-Nilai dan Kepercayaan.

#### **a. Persepsi Terhadap Cara Pakaian Orang Jakarta dalam Program Acara “Dangdut Academy”**

Narasumber memberikan persepsi bagaimana cara pakaian dalam program acara “Dangdut Academy”. Perbedaan dengan program acara “Pesbukers” adalah pakaian yang dikenakan dalam program acara “Dangdut Academy” lebih formal dan *glamour*. Karena program acara ini merupakan program pencarian berbakat yang dimana *fashion* adalah hal terpenting dan mendukung para peserta. Pada program acara ini, *fashion* juga dikomentari oleh juri yang ahli dalam *fashion*. Selain pakaian yang *glamour*, beberapa narasumber memberikan persepsi bahwa pakaian yang dikenakan dalam program acara “Dangdut Academy” merupakan pakaian yang minimalis yang tidak baik untuk anak usia dibawah umur. Selain dari pakaian ke-Jakartaan yang *Glamour*, beberapa narasumber memberikan persepsi bahwa pakaian yang dikenakan dalam program acara “Dangdut

Academy” adalah pakaian yang tidak sopan. Narasumber melihat pakaian yang dikenakan oleh pelaku hiburan memiliki pakaian yang tidak sesuai dengan usianya.

**b. Persepsi Terhadap Kebiasaan Orang Jakarta dalam Program Acara “Dangdut Academy”**

Narasumber memberikan persepsi mengenai kebiasaan orang Jakarta dalam program acara “Dangdut Academy”. Kebiasaan yang dilakukan dalam program acara “Dangdut Academy” berbeda dengan program acara “Pesbukers”. Dalam program acara “Dangdut Academy”, narasumber memberikan persepsi mengenai gaya bahasa yang ditampilkan. Sedangkan program acara “Pesbukers” mengenai gaya bahasa dan perilaku. Semua narasumber tidak bisa memberikan persepsi lebih banyak mengenai kebiasaan dalam “Dangdut Academy” karena mereka jarang menonton program tersebut. Gaya bahasa Jakarta yang digunakan dalam program acara “Dangdut Academy” adalah gaya bahasa yang kasar. Dalam Mulyana (2007: 225) menjelaskan aspek lain yang mempengaruhi persepsi kita adalah pandangan kita tentang aktivitas dan orientasi ini paling baik dianggap sebagai suatu rentang : dari *Being* (Siapa seseorang) hingga *Doing* (apa yang dilakukan seseorang).

**c. Persepsi Terhadap Nilai-Nilai dan Kepercayaan dalam Program Acara “Dangdut Academy”**

Narasumber memberikan persepsi mengenai nilai-nilai dan kepercayaan dalam program acara “Dangdut Academy”. Beberapa narasumber memberikan persepsi mengenai nilai-nilai agama dalam program acara “Dangdut Academy”. Persepsi tersebut didapatkan melalui *Forum Group Discussion (FGD)* di SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta dan SMA Negeri 2 Sleman. Latar belakang pendidikan mempengaruhi narasumber memberikan persepsi mengenai nilai-nilai dan kepercayaan. Persepsi ini tidak hanya untuk program acara “Dangdut Academy”, tetapi berlaku untuk program acara “Pesbukers”. Selain itu, masih ada persepsi mengenai budaya Jakarta dalam segi agama seperti pada perilakunya kurang dikontrol.

Narasumber menilai bahwa gaya hidup pelaku hiburan dalam Program acara dan “Dangdut Academy” tidak sesuai dengan nilai-nilai agama. Oleh sebab itu, narasumber menilai bahwa gaya hidup di Jakarta layaknya apa yang ditayangkan oleh media televisi. Menurut narasumber, gaya hidup Jakarta yang bersifat *metropolis* dan kekinian ini telah mempengaruhi gaya hidup penonton daerah sehingga identitas mereka telah hilang.

Menurut Teori Kulitivasi, memang media merupakan tangan untuk penggambaran suatu budaya yang akan disebarkan kepada masyarakat luas. Seperti pada program acara “Dangdut Academy”, Narasumber memberikan persepsi bahwa program acara tersebut memiliki dampak positif untuk mereka. Karena program acara tersebut, Narasumber mengetahui budaya lain walaupun hanya sekilas dan masih budaya Jakarta masih mendominasi pada

program acara “Dangdut Academy”. Selain itu, Karena program acara hiburan memiliki dampak positif yaitu menambah wawasan. Persepsi tersebut tidak hanya untuk program acara “Dangdut Academy”, hal tersebut juga termasuk dalam program acara “Pesbukers”.

### **3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Siswa SMA Negeri 2 Sleman dan SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta**

Dari hasil analisis mengenai nilai-nilai budaya melalui program acara “Pesbukers” dan “Dangdut Academy”, peneliti menemukan beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi siswa SMA Negeri 2 Sleman dan SMA Muhammadiyah 3 yaitu (1) Latar Belakang Nilai dan Budaya, (2) *Informasi yang Disampaikan* (3) Aktivitas Menonton Televisi (4) Situasi Penelitian.

#### **a. Latar Belakang Budaya**

Narasumber memberikan persepsi sesuai dengan pengalaman yang mereka alami. Persepsi manusia terhadap seseorang, objek, atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman (dan pembelajaran) terhadap masa lalu mereka berkaitan dengan orang, objek atau kejadian serupa (Mulyana, 2007:191). Pengalaman budayalah yang mengajarkan cara pakaian, kebiasaan dan kepercayaan narasumber yang mempengaruhi mereka untuk memberikan persepsi. Faktor yang mempengaruhi narasumber untuk memberikan persepsi mengenai nilai-nilai budaya Jakarta melalui program acara hiburan adalah latar belakang budaya yang berbeda. Dalam hasil wawancara, narasumber memberikan perbedaan antara budaya Jogja dan budaya Jakarta. Seperti gaya bahasa misalnya, salah satu narasumber yaitu Alin memberikan persepsi bahwa gaya bahasa Jakarta merupakan bahasa yang glamour. Bahasa tersebut berbeda dengan kehidupan sehari-hari Alin yang menggunakan bahasa Jawa yang sopan. Dari segi perilaku, terdapat perbedaan antara budaya Jakarta dan budaya Jogja. Yaitu perilaku orang Jogja yang lebih sopan dibandingkan budaya Jakarta. Perbedaan tersebut menggambarkan bahwa

Dalam Mulyana (2007: 213), faktor-faktor internal bukan saja mempengaruhi atensi sebagai salah satu aspek persepsi, tetapi juga mempengaruhi persepsi kita secara keseluruhan, terutama penafsiran atas suatu rangsangan agama, ideologi, tingkat intelektualitas, tingkat ekonomi, perkerjaan, dan cita rasa sebagai faktor-faktor internal jelas mempengaruhi persepsi seseorang terhadap realitas. Dengan demikian, persepsi yang diungkapkan terikat oleh budaya (culture-bound). Bagaimana narasumber memakanai pesan, objek, atau lingkungan bergantung pada nilai yang mereka anut yaitu nilai-nilai budaya Jogja. Melihat budaya Jakarta yang berbeda dengan budaya Jogja, maka narasumber memberikan persepsi terhadap nilai-nilai budaya Jakarta sesuai dengan budaya yang mereka anut yaitu budaya Jogja.



Narasumber dari penelitian ini adalah lahir dan tinggal di Jogja kecuali Diqi yang lahir di Bekasi. Walaupun Diqi lahir dan sudah terbiasa dengan kehidupan di Bekasi yang sudah terbiasa dengan budaya Jakarta, Diqi tidak menerapkan budaya Jakarta pada saat tinggal di Jogja. Terlihat pada saat penelitian berlangsung yaitu pada tanggal 16 Desember 2015, Diqi menggunakan kata-kata yang sopan dan tidak menggunakan logat betawi. Dari jawaban narasumber, Latar belakang budaya Jogja yang masih mempertahankan budayanya, hal tersebut diungkapkan oleh Miranti yang mengatakan bahwa budaya Sleman masih mempertahankan budayanya. Melihat budaya Jogja yang masih mempertahankan budayanya, Miranti memberikan persepsi bahwa budaya Jakarta yang ditampilkan dalam program acara hiburan berbeda dengan budaya sehari-hari Miranti yaitu budaya Jogja.

Sebagian orang Jogja sudah terpengaruh oleh budaya luar yang disiarkan oleh media televisi. Dalam wawancara, Mario memberikan persepsi perbedaan budaya Sleman dan budaya Yogyakarta yaitu warga Jogja bagian kota sudah terpengaruh oleh budaya luar, “Yang katanya Yogyakarta sih budayanya mulai berkurang, soalnya ikut perkembangan zaman gitu loh mba” (Mario, 19 Maret 2016). Selain Mario, Miranti juga memberikan persepsi bahwa orang Jogja sudah terpengaruh oleh budaya asing, “Bedanya? Kalo yang di Jogja kaya masih kentel ada yang masih luntur-luntur karena pengaruh dari budaya asing.” (Miranti, 19 Maret 2016). Gaya hidup orang Jogja yang sudah terpengaruh oleh budaya asing yang memberikan perhatian Miranti dan Mario untuk memberikan persepsi seperti ini. Hal tersebut mempengaruhi Miranti dan Mario untuk memberikan persepsi mengenai budaya Jogja yang sudah terpengaruh oleh budaya asing.

Dalam hal budaya, beberapa narasumber terlihat dan menyatakan ketidaksesuaian budaya mereka terhadap budaya Jakarta dalam program acara “Pesbukers” dan “Dangdut Academy”. Hal ini terjadi karena adanya cultural shock. Mulyana (2007 : 249) menambahkan, gegar budaya pada dasarnya adalah benturan persepsi, yang diakibatkan penggunaan persepsi berdasarkan faktor-faktor internal (nilai-nilai budaya) yang telah dipelajari orang yang bersangkutan dalam lingkungan baru yang nilai-nilai budayanya berbeda dan belum ia pahami. Sehingga menjadi terkejut pada budaya baru atau asing yang datang terhadap diri seseorang. Ketika individu tidak bisa menerima kebudayaan baru tersebut, mereka akan menolak terhadap budaya baru tersebut. Tetapi, mereka bisa menyesuaikan diri seperti mengorganisasikan budaya tersebut ke dalam budaya mereka yaitu budaya Jogja. Dalam hal ini, terlihat pada Forum Group Discussion (FGD) di SMA Negeri 2 Sleman pada tanggal 19 Maret 2016 yaitu Galang dan Miranti yang mengatakan bahwa menonton kedua acara tersebut hanya sekedar hiburan mereka serta bisa membedakan mana yang baik dan tidak. Budaya Jakarta tersebut bukanlah bagian dari konsep dari budaya dirinya yaitu budaya Jogja sehingga kecenderungan tetap menonton tetapi sekedar mengetahui dan tidak menerapkan dalam kesehariannya.

Seperti pada Diqi yang bukan orang asli Jogja melainkan lahir di Bekasi yang sudah terbiasa dengan kehidupan Jakarta. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa Diqi menyukai budaya Jogja karena budaya tersebut lebih sopan. Menurut Diqi, bahwa budaya Jakarta dalam program acara “Pesbukers” dan “Dangdut Academy” dari segi pakaian belum sopan dan menggunakan gaya

bahasa yang kasar. Sehingga Diqi tidak menerapkan budaya asing tersebut ke dalam sehari-hari dia dan memiliki gaya hidup yang sederhana.

#### **b. Latar Belakang Agama dan Pendidikan**

Latar belakang pendidikan mempengaruhi narasumber untuk memberikan persepsi mengenai budaya Jakarta melalui program acara hiburan yang disiarkan oleh stasiun televisi swasta. Narasumber dari penelitian ini adalah siswa dari SMA Negeri 2 Sleman dan SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta. Terdapat dua perbedaan antara dua sekolah ini, SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta memiliki mata pelajaran agama islam yang lebih banyak dibandingkan SMA Negeri 2 Sleman. SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta juga memiliki kebudayaan daerah Jogja yang tinggi. Dilihat dari sebelum penelitian, peneliti melihat murid-murid ini memakai baju batik pada saat Kamis Legi. Karena hal tersebut, Narasumber dari SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta memberikan persepsi sesuai dengan ajaran yang diberikan dari sekolah mereka. Begitupun juga dengan SMA Negeri 2 Sleman yang tidak berbeda jauh dengan SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta. Selama proses wawancara berlangsung, Peneliti melihat siswi dan semua guru perempuan memakai kerudung. Walaupun sekolah ini merupakan sekolah umum, SMA Negeri 2 Sleman ini memiliki nilai agama yang tinggi.

Latar belakang nilai agama juga mempengaruhi narasumber memberikan persepsi mengenai budaya Jakarta melalui program acara hiburan. Hasil dari *Forum Group Discussion* (FGD) pada tanggal 16 Desember 2015 dan 19 Maret 2016 menemukan bahwa narasumber memberikan persepsi mengenai nilai agama terkait cara pakaian, kebiasaan dan kepercayaan budaya Jakarta yang diberikan pelaku hiburan program acara hiburan. Menurut narasumber, ketiga hal tersebut tidak sesuai dengan nilai agama yang mereka miliki. Latar belakang nilai agama tersebut adalah pendidikan yang diberikan oleh sekolah terutama untuk SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta yang berbasis sekolah islam. Walaupun, SMA Negeri 2 Sleman bukan sekolah berbasis islam, sekolah ini memiliki nilai agama yang tinggi. Seusai dengan nilai agama yang mereka miliki, narasumber bisa membedakan mana yang baik dan buruk dalam budaya Jakarta yang ditampilkan oleh program acara hiburan. Hal tersebut juga diberikan oleh Mulyana mengenai nilai dari kepercayaan. Menurut Mulyana (2007: 215) jadi nilai bersifat normatif, memberitahu suatu anggota budaya mengenai apa yang baik dan buruk, benar dan salah, siapa yang harus dibela, apa yang harus diperjuangkan, apa yang mereka takuti, dan sebagainya.

#### **c. Informasi yang Disampaikan (“Setting Jakarta”)**

Faktor “*Jakarta sentris*” atau “*Setting Jakarta*” mempengaruhi narasumber memberikan persepsi mengenai budaya Jakarta melalui program acara hiburan. Hampir semua program acara hiburan memiliki “*Setting Jakarta*” sebagai konten acara yang akan disiarkan. Walaupun stasiun televisi nasional merupakan stasiun televisi yang akan disiarkan selain Jakarta, tetapi pihak stasiun televisi ini mengambil gaya hidup Jakarta. Oleh karena itu, dampak “televiisi pusat Jakarta”

sangat terasa pada uniformitas selera budaya masyarakat, setidaknya lewat bahasa, ataupun *lifestyle* modernitas (Wirodono,2006 : 59).

Persepsi yang terbangun di benak audiens mengenai masyarakat dan budaya ditentukan oleh media televisi. Menurut teori kultivasi, televisi menjadi media atau alat utama di mana para penonton televisi belajar tentang masyarakat dan kultur di lingkungannya (Nurudin, 2007 : 167). Karena *setting* Jakarta yang selalu ditampilkan dalam program acara hiburan, Narasumber jadi mengetahui budaya Jakarta lalu memberikan persepsi mengenai nilai-nilai dan budaya Jakarta melalui program acara hiburan stasiun televisi swasta.

Dari hasil penelitian, narasumber membedakan budaya Jogja dan budaya Jakarta. Narasumber lebih memilih budaya Jogja dibandingkan budaya Jakarta. Selain karena sudah terbiasa tinggal di Jogja, Narasumber menilai bahwa gaya hidup orang Jogja merupakan gaya hidup yang sederhana berbeda dengan Jakarta yang ditampilkan dalam program acara hiburan yang memiliki gaya hidup *glamour* dan metropolis. Karena melihat program acara hiburan yang memiliki konsep *glamour* dan metropolis, narasumber memberikan stereotip bahwa warga Jakarta memiliki gaya hidup yang ditampilkan program acara hiburan terutama “Pesbukers” dan “Dangdut Academy”. Stereotip merupakan salah satu kesulitan komunikasi yang dialami narasumber terhadap budaya Jakarta yang ditampilkan dalam program acara “Pesbukers” dan “Dangdut Academy”. Menurut Robert A. Baron dan Paul B. Paulus, stereotip adalah kepercayaan - hampir selalu salah - bahwa semua anggota suatu kelompok tertentu memiliki ciri-ciri tertentu atau menunjukkan perilaku-perilaku tertentu (Mulyana,2007 :237).

#### **d. Aktivitas Menonton Televisi**

Faktor yang mempengaruhi narasumber memberikan persepsi terhadap nilai-nilai budaya Jakarta melalui program acara hiburan adalah kegiatan menonton televisi. Faktor ini termasuk dalam faktor sosial budaya yang dimana kebiasaan mempengaruhi perhatian narasumber untuk menjawab pertanyaan mengenai nilai-nilai budaya Jakarta dalam program acara hiburan. Aspek ini mempengaruhi persepsi kita adalah pandangan aktivitas. Faktor narasumber menonton televisi juga dikaitkan dari Mulyana. Dalam Mulyana (2007: 225) menjelaskan aspek lain yang mempengaruhi persepsi kita adalah pandangan kita tentang aktivitas dan orientasi ini paling baik dianggap sebagai suatu rentang : dari *Being* (Siapa seseorang) hingga *Doing* (apa yang dilakukan seseorang).

Karena pengaruh dari kegiatan menonton televisi yang tidak terlalu sering, Peneliti menganalisis bahwa faktor ini mempengaruhi narasumber untuk memberikan persepsi yang stereotip. Larry A. Samovar dan Richard E. Porter mendefinisikan stereotip sebagai persepsi atau kepercayaan yang kita anut mengenai kelompok-kelompok atau individu-individu berdasarkan pendapat dan sikap yang lebih dulu terbentuk (Mulyana, 2007:237). Sebelumnya, program acara “Pesbukers” dan “Dangdut Academy” pernah mendapatkan peringatan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), tidak hanya program acara saja yang

mendapatkan peringatan tetapi beberapa pelaku hiburan dalam kedua acara tersebut mendapatkan peringatan dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Karena hal tersebut, narasumber memberikan persepsi yang kurang mendalam dan streatip sesuai dengan informasi terdahulu yang mereka dapatkan melalui kejadian masa lalu seperti pemberitaan dan dampak kepada *audiens* lain. Aktivitas menonton televisi yang kurang banyak akan menimbulkan narasumber untuk memberikan persepsi mengenai nilai-nilai budaya Jakarta pada program acara hiburan yang kurang mendalam dan streatip.

#### e. Situasi Penelitian

Lingkungan atau situasi khususnya yang melatarbelakangi stimulus juga akan berpengaruh dalam persepsi, lebih-lebih bila objek persepsi adalah manusia (Walgito, 2003: 47). Seperti yang dijelaskan sebelumnya, situasi mempengaruhi persepsi dan perilaku seseorang dalam ruang dan waktu tertentu. Faktor situasi juga dijelaskan oleh Hanurawan mengenai persepsi sosial. Menurut Hanurawan (2010 : 38) dalam proses persepsi sosial, individu cenderung untuk memahami orang lain sebagai objek persepsi ke dalam sistem yang bersifat logis, teratur, dan runtut. Hal tersebut dinamakan organisasi perseptual. Dalam Hermawan (2010 : 38) apabila seseorang menerima informasi maka ia mencoba untuk menyesuaikan informasi itu ke dalam pola-pola yang ada (Umstot, 1988). Seperti pada penelitian ini yang menjadi organisasi perseptual adalah 5 siswa SMA Negeri Muhammadiyah 3 Yogyakarta dan SMA Negeri 2 Sleman dalam waktu yang berbeda. Penelitian ini menemukan jawaban Forum Group Discussion (FGD) selalu mengikuti dari jawaban dari narasumber lain dan jawabannya akan berbeda pada saat wawancara.

### E. Kesimpulan

Siswa SMA Negeri 2 Sleman dan SMA Muhammadiyah memberikan persepsi mengenai nilai-nilai budaya Jakarta yang diterapkan oleh pelaku hiburan program acara ini. Pada program acara “Pesbukers”, sebagian besar narasumber tidak setuju dengan nilai-nilai budaya Jakarta yang diterapkan oleh pelaku hiburan program acara “Pesbukers” seperti pada cara pakaian yang modern dan kekinian, gaya bahasa yang kurang sopan, perilaku *bullying* yang mengakibatkan peniruan pada penontonnya. Narasumber berharap, pihak stasiun televisi untuk lebih menayangkan budaya lain untuk tayangan pada program acara “Pebukers”.

Penelitian ini menemukan hasil yaitu persepsi siswa SMA Negeri 2 Sleman dan SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta terhadap program acara “Dangdut Academy”. 2. Jika dibandingkan program acara “Pesbukers”, narasumber lebih memilih program acara “Dangdut Academy” sebagai program acara mendidik. Sebab program acara “Dangdut Academy” lebih memberikan wawasan yang luas seperti mengetahui terkait musik Indonesia yaitu musik dangdut. Tetapi, terdapat unsur negatif dari nilai-nilai budaya Jakarta di program acara “Dangdut Academy” sehingga siswa SMA Negeri 2 Sleman dan SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta memberikan persepsi yakni cara pakaian yang

glamour dan minimalis, gaya bahasa yang kasar, perilaku yang tidak sesuai dengan nilai-nilai agama.

Persepsi yang diberikan oleh siswa SMA Negeri 2 Sleman dan SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni faktor internal yang meliputi perbedaan latar belakang budaya antara budaya Jogja dan budaya Jakarta. Selain itu, latar belakang agama dan pendidikan yang diberikan oleh pihak sekolah seperti mata pelajaran agama yang diberikan. Serta pemberian dari keluarga mereka sehingga narasumber sudah terbiasa dengan norma-norma agama yang diberikan dari lahir untuk kehidupan sehari-hari narasumber. Faktor lainnya adalah, faktor sosial budaya seperti aktivitas menonton televisi yang dimana narasumber tidak sering menonton program acara “Pesbukers” dan “Dangdut Academy” tetapi, narasumber mengerti mengenai konsep kedua acara tersebut. Faktor situasi pada saat penelitian juga mempengaruhi narasumber untuk memberikan persepsi seperti perbedaan kelas dan usia. Faktor terakhir adalah, “Setting Jakarta” sebagai konten acara yang akan disiarkan. Narasumber memberikan persepsi dipengaruhi oleh tayangan di program acara hiburan yang menggambarkan kehidupan Jakarta yang modern.

## **Daftar Pustaka**

### **Buku**

Effendy, Heru. 2008. *Industri Pertelevisionan Indonesia*. Jakarta: Erlangga

Hanurawan, Fattah. 200. *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy, 2002, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosda Karya.

Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Sebagai Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Muhajir, Djoko Kentjono, 1979. Bahasa Betawi: Sejarah dan Perkembangannya. Jakarta: Yayasan OborIndonesia.

Murniatmo, Gatut, Sulistyobudi, Ambar Adrianto, Siti Munawaroh, Sumarno. 1997. *Dampak Globalisasi Informasi Terhadap Kehidupan Sosial Budaya Masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Yogyakarta : Departemen Pendidikan dan Budaya.

Salim, Agus. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*, Yogyakarta : Tiara Wancana.

Sutopo, HB, 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta : UNS Press.

Walgito. 2004. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta : Andi Offset.

Wirodono, Sunardian. 2006. *Matikan Tv-Mu*. Yogyakarta : CV Langit Aksara.

### **Jurnal dan Skripsi**

Fuad Abdul Rozak, Achmad. “Iklan Caleg dalam Persepsi Pemilih Pemula (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Iklan Politik Caleg DPRD II Surakarta Melalui Media Luar Ruang Dalam Persepsi Pemilih Pemula di SMA Negeri III Surakarta). Skripsi Sarjana,

- Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Surakarta, Surakarta, 2009. <https://eprints.uns.ac.id/2211/1/99230209200908201.pdf> (akses, 20 Juni 2015).
- L.S,Zakaria, “ Budaya Jakarta: Budaya Metropolitan, Budaya Pop, dan Superkultur”, Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial Vol 1, No.2, September 2011.
- Mega Ningrum, Dewi, Atwar Bajari, Asep Suryana. “Apresiasi Pemirsa Terhadap Tayangan Opera Van Java Trans 7”, e-Jurnal Mahasiwa Padjajaran, 2012, Vol.1., No 1. <http://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/969>. (akses 21 Juni 2015).
- Nasoetion, Marliana Nurjayanti. “Representasi Gaya Fashion Remaja Metropolitan Dalam Sinetron Diam-Diam Suka” Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro. 2014. <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=195358&val=4687&title=REPRESENTASI%20GAYA%20FASHION%20REMAJA%20METROPOLITAN%20%20DALAM%20SINETRON%20DIAM-DIAM%20SUKA>. (akses, 28 Agustus 2016).
- Permatasari, Firsty. “ Variasi Bahasa Pada Sinetron Putih Abu-Abu di SCTV” , Jurnal Skriptorium, Vol.2, No.2, Februari 2014. <http://jurnal.uai.ac.id/index.php/SPS/article/view/36>. (akses 20 Juni 2015).
- Syafutra, Idham. ”Persepsi Mahasiswa Terhadap Tayangan “Stand Up Comedy (Studi Deskriptif Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya USU Terhadap Tayangan “Stand Up Comedy” di Metro TV)” . Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Sumatera Utara, 2012. <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/34184>. (akses 20 Juni 2015).
- Risecha Junep, Annisa. “Opera Van Java di Mata Penonton Etnis Luar Jawa : Kajian Etnografi Komunikasi Khalayak Penonton dari Etnis Luar Jawa Terhadap Tayangan Opera Van Java.” Sarjana, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia , Yogyakarta. 2012.
- Triasari, Diajeng.”Persepsi Iklan Politik pada Pemilih Pemula (Studi Deskriptif Kualitatif Persepsi Pemilih Pemula Terhadap Iklan Politik Kampanye Pasangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Pada Pemilu 2009 di Media Televisi), Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Surakarta, Surakarta, 2011. <https://eprints.uns.ac.id/6393/>. (akses 20 Juni 2015).

## Internet

- Daftar Pemenang Panasonic Gobel Award. [www.panasonicgobelawards.com/](http://www.panasonicgobelawards.com/). Akses 20 Juni 2015.
- Daftar Stasiun Televisi di Indonesia. <http://jatimtravelmart.com/search/daftar-stasiun-televi-di-indonesia-.html>, Akses 11 November 2015
- Nielsen: Konsumsi media Lebih Tinggi di Luar Jawa. <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html>. Akses 4 April 2015.
- Sleman Gelar Festival Upacara Adat dan Tradisi. <http://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/travelling/15/09/03/nu3uep328-sleman-gelar-festival-upacara-adat-dan-tradisi>. Akses 11 November 2015