

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Media sebagai saluran pengantar informasi berperan sangat penting dalam kehidupan masyarakat dunia. Di samping adanya perkembangan media cetak, televisi sebagai salah satu media massa elektronik menjadi media yang mampu menarik massa secara masif. Kemajuan perkembangan media televisi tidak terlepas dari adanya peran komunikasi (penerima pesan), yang dalam hal ini adalah penonton yang menggunakan media televisi sebagai salah satu sumber informasi mereka.

Televisi merupakan salah satu media massa yang paling populer digunakan oleh masyarakat dunia. Adanya perpaduan antara audio dan visual semakin melengkapi ketertarikan penonton televisi dengan tujuan ingin mendapatkan informasi, berita, maupun hiburan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hasil penelitian menemukan bahwa sekitar 75% manusia mendapat pengetahuan melalui indra penglihatan, lalu 13% dari telinga atau indra pendengaran, sisanya menggunakan indra lainnya (Latief, R., & Utud, 2017). Televisi merupakan sebuah inovasi yang menjadikannya sebagai media alternatif baru bagi para penonton bahkan sejak awal kemunculannya. Lahirnya media-media baru di era digital tidak menghilangkan eksistensi media televisi, dimana hingga saat ini televisi masih dinikmati oleh khalayak luas, walaupun jumlah penggunaannya tidak sebesar di era sebelumnya.

Adanya pandemi Covid-19 mampu meningkatkan jumlah konsumsi media, hal ini disebabkan oleh masyarakat yang menggunakan sebagian besar waktu mereka di rumah. Sehingga penggunaan waktu yang digunakan seseorang dalam menonton televisi mampu menjadi salah satu faktor terbesar yang membentuk adanya pengaruh televisi terhadap penonton. Pada tahun 2020, Nielsen Media memperkirakan adanya peningkatan hampir 60% dalam

jumlah konten video yang ditonton secara global. Angka keterlibatan televisi masyarakat dari tiap-tiap negara pun bervariasi, hal ini dikarenakan setiap negara berada di tahapan yang berbeda dalam menanggapi Covid-19.

Di samping buruknya persebaran Covid-19, waktu yang digunakan tiap-tiap individu dalam menonton berita dan hiburan juga semakin meningkat. Nielsen Media melakukan sebuah riset pada periode 23 Maret 2020-29 Maret 2020, yang mengungkapkan bahwa rata-rata waktu yang dihabiskan penonton Indonesia dalam menonton televisi adalah sebanyak 209 menit (3 jam 29 menit) per orang.

Penetapan *Work From Home* (WFH) dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Indonesia turut memengaruhi peningkatan angka penonton televisi dengan rata-rata 12% lebih tinggi dari periode normal. Jumlah penonton televisi pada segmen kelas atas meningkat sebanyak 14% dan durasi menonton yang juga meningkat yaitu selama 5 jam 46 menit. Hellen Katherina selaku Direktur Eksekutif Nielsen menyatakan dalam konferensi pers virtual di Jakarta pada Selasa, 13 Mei 2020 bahwa peningkatan juga terjadi di semua segmen umur, dimana angka tertinggi adalah segmen anak dan remaja berusia 10-14 tahun. Dari 11 kota di Indonesia yang disurvei oleh Nielsen, peningkatan angka menonton TV tertinggi terjadi di Palembang dengan total 38%, disusul dengan Jakarta dan Yogyakarta sebanyak 29%, dan Banjarmasin sebanyak 20%. Devito (2011) memaparkan contoh faktor-faktor yang menentukan sikap penonton sebagai akibat dari menonton televisi. Ia berpendapat bahwa pengaruh yang didapatkan tidak hanya berdasarkan pada berapa banyak atau berapa lama waktu yang digunakan seseorang dalam menonton televisi, namun bisa juga disebabkan oleh faktor latar belakang dari penonton tersebut, seperti pendidikan, penghasilan, atau pun jenis kelamin.

Televisi menciptakan terbentuknya komunikasi satu arah yang tertuju kepada khalayak luas. Semua orang dari segala kalangan umur, profesi, status sosial, daerah tempat tinggal, latar belakang, dan lainnya, berpotensi menonton tayangan televisi. Hal ini menjadi suatu fenomena yang tidak bisa dikendalikan

langsung oleh media televisi sebagai akibat dari penayangan konten televisi tersebut. Kekuatan media massa mampu mengubah masyarakat bukan hanya dari segi pola pikir namun juga sikap dan perilaku dalam kehidupan sehari-hari (Putri et al., 2020).

Potter (2012) menjelaskan bahwa para ahli pernah melakukan penelitian mengenai efek media. Satu sisi berpendapat bahwa pikiran seseorang akan memecahkan kode simbol dan memproses makna pesan secara otomatis, sehingga dikatakan bahwa otak manusia seperti mesin. Pendapat kedua mengatakan bahwa manusia memiliki kebebasan menginterpretasikan makna yang mereka dapat dan membangun makna apa pun dari pesan yang diterima, sehingga manusia dianggap sebagai makhluk interpretatif.

Sebagai media massa yang menyajikan hiburan serta informasi, televisi memiliki pengaruh bagi para penonton. Pengaruh tersebut tidak terlepas dari faktor kualitas tayangan konten program acara yang ditonton serta bagaimana sikap penonton dalam menerima pesan yang disajikan dari televisi. Pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima dengan berbagai cara. Khalayak mampu menyaring, menyeleksi, atau bahkan menolak pesan tersebut sesuai dengan latar belakang tiap-tiap individu sehingga dapat memengaruhi reaksi mereka (Rakhmat, 2011). Sikap yang terbentuk oleh penonton televisi dapat dikenal melalui nilai-nilai kognitif, dilanjutkan dengan menghayati nilai-nilai tersebut secara afektif, lalu diakhiri dengan perilaku yang diterapkan dan diamalkan oleh para penonton televisi di dunia nyata dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut termasuk ke dalam sikap konatif atau behavioral (Liana, C., Armianti, H., & Ali, 2017).

Morissan pada tahun 2011 membagi program hiburan televisi ke dalam dua kategori, yaitu kategori drama dan non-drama (Rusmawati et al., 2021). Sejak penerapan *Work From Home* (WFH) di Indonesia, perubahan pola juga terjadi dari segi kategori program. Salah satu yang paling banyak disaksikan oleh penonton televisi adalah serial drama atau sinetron. Tingginya jumlah penonton televisi dalam kategori ini berpotensi mengakibatkan semakin masif

pula reaksi penonton. Fenomena ini dapat dilihat baik secara langsung maupun virtual melalui media sosial, sehingga euforia atau *feedback* yang diberikan oleh penonton juga semakin terasa.

Salah satu program drama atau sinetron Indonesia yang sedang ramai diperbincangkan adalah *Ikatan Cinta*. *Ikatan Cinta* merupakan sinetron Indonesia yang diproduksi oleh MNC Pictures. Mengisahkan penyelidikan kasus kejahatan kriminal yang dilakukan oleh anggota keluarga maupun kerabat dari keluarga Aldebaran dan Andin. *Ikatan Cinta* berhasil memecahkan rekor tertinggi pada 20 Juni 2021 lalu dengan rating 15,4% dan *audience share* mencapai 54,5%. Ini merupakan nilai penerimaan sinetron tertinggi di Indonesia sejak tahun 2005 lalu. Sebelumnya, *Ikatan Cinta* juga berhasil mendapat rekor dari Museum Rekor Dunia Indonesia (MURI) sebagai sinetron *prime time* yang berhasil mendapatkan *audience share* nasional tertinggi yakni di atas 40 persen berturut-turut dalam 100 hari. Selain itu, *Ikatan Cinta* juga mendapat penghargaan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia sebagai "Karya Ekonomi Kreatif dengan Pencapaian Penonton Terbanyak di Indonesia Saat Pandemi".

IDN Times pada periode Maret 2021 melakukan survei terhadap penonton sinetron *Ikatan Cinta* di Indonesia. Survei ini diisi oleh 278 responden dari tanggal 1 sampai 21 Maret 2021. Dari survei tersebut, dinyatakan beberapa hasil survei yakni sebagai berikut.

Gambar 1. Data Usia, Gender, dan Pekerjaan Responden (2021)



Sumber : IDN Times

Berdasarkan karakteristik gender, survei didominasi oleh perempuan muda. Jumlah responden perempuan sebanyak 95,3% dan jumlah responden laki-laki sebanyak 4,7%. Penonton perempuan merupakan salah satu penyumbang terbesar perolehan *rating* dan *share* sinetron *Ikatan Cinta*. Pernyataan ini dinyatakan langsung oleh Head of Drama MNC Pictures dan Eksekutif Produser *Ikatan Cinta*, Rista Ferina. *Ikatan Cinta* tayang pada saat *prime time*, sehingga penonton didominasi oleh kalangan ibu-ibu yang juga menjadi salah satu target penonton *Ikatan Cinta*. Dari segi umur, persentase tertinggi penonton *Ikatan Cinta* berusia 17-27 tahun yaitu sebesar 54%. Mayoritas penonton dalam survei ini adalah dari kalangan pelajar yaitu sebanyak 49,6%.

Selain survei yang pernah dilakukan oleh IDN Media, penulis menemukan hasil-hasil penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Adapun penelitian-penelitian ini menjadi referensi bagi penulis dalam melakukan penelitian.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis (Tahun)	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Teori yang digunakan	Metode Penelitian	Hasil Temuan Penelitian
1.	Utri Indah Lestari, Undang Suryatna, & AA Kusumadinata (2018)	Pengaruh Menonton Tayangan Ftv Kuasa Ilahi Terhadap Perilaku Masyarakat	1.Untuk menganalisis karakteristik masyarakat terhadap tayangan FTV Kuasa Ilahi dan konten tayangan FTV Kuasa Ilahi, 2.Untuk mengetahui pengaruh tayangan FTV kuasa ilahi terhadap perilaku menonton.	Teori Kultivasi	Metode survey dengan pendekatan kuantitatif deskriptif	1. Karakteristik responden dilihat dari sisi usia mayoritas berada pada usia (20-24 tahun), pendidikan SMA 78%, frekuensi menonton 80% kategori sering, dengan tampilan konten dilihat dari sisi alur cerita, karakter penokohan dan nilai budaya sudah sesuai dengan harapan penonton. 2. Perilaku responden terhadap konten tayangan sinetron berpengaruh nyata dengan kriteria penilaian pada aspek kognitif (4,34: sangat tinggi), afektif (3,95: tinggi), dan konatif (4,16 : sangat tinggi) dengan pengaruh 0,902 (sangat nyata) pada taraf 99% tingkat kepercayaan.
2.	Chendi Liana, Herta	Pengaruh Terpaan Tayangan Religi di Televisi Terhadap	1)Untuk mengetahui terpaan	Teori model S-	Metode korelasional dengan	Hasil penelitian menunjukkan hubungan antara variabel X dan

No	Nama Penulis (Tahun)	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Teori yang digunakan	Metode Penelitian	Hasil Temuan Penelitian
	Armianti, & M. Ali (2017)	Sikap dan Perilaku Taqwa Pemirsa	peristiwa keagamaan di Trans TV kepada pemirsa yaitu mahasiswa Universitas Attahiriah, 2) Sikap dan perilaku penonton, 3) Untuk mengetahui apakah terpaan acara religi memengaruhi sikap dan perilaku kesalehan mereka.	O-R dan AIDDA	teknik <i>purposive sampling</i>	variabel Y adalah hubungan yang tinggi antara Terpaan tayangan religi terhadap sikap dan perilaku taqwa mahasiswa Universitas Attahiriyah. Hal ini dibuktikan melalui perhitungan dengan menggunakan rumus korelasi <i>Pearson's correlation (product moment)</i> diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,79.
3.	Nita Maediana Rusmawatia, Siska Mardiana, Indrianti Azhar Firdausi (2021)	Pengaruh Terpaan Tayangan “Suara Hati Istri” Di Indosiar Terhadap Tingkat Kecemasan Penonton (Studi	Untuk mengetahui pengaruh menonton dan seberapa besar pengaruh	Teori Kultivasi	Metode survei dengan menyebar kuesioner kepada 398	Hasil uji t dengan hasil koefisien determinasi sebesar 52,7% yang menandakan bahwa kecemasan Ibu Rumah Tangga di Kota Serang dipengaruhi oleh terpaan

No	Nama Penulis (Tahun)	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Teori yang digunakan	Metode Penelitian	Hasil Temuan Penelitian
		Pada Kalangan Ibu Rumah Tangga Di Kota Serang)	tayangan Suara Hati Istri di Indosiar terhadap tingkat kecemasan penonton wanita di kalangan Ibu Rumah Tangga		responden Ibu Rumah Tangga di Kota Serang.	tayangan Suara Hati Istri di Indosiar, sementara 47,3% lainnya diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini menyimpulkan bahwa tayangan Suara Hati Istri di Indosiar memiliki pengaruh positif terhadap tingkat kecemasan penonton wanita pada kalangan Ibu Rumah Tangga di Kota Serang.
4.	Selvi Sofiawati (2019)	Sikap Siswa Siswi Sma Bina Dharma Ciracas Jakarta Timur Terhadap Tayangan Sinetron Anak Jalanan Di RCTI	1. Untuk mengetahui pengaruh kesan sinetron terhadap sikap siswa di lingkungan sekolah. 2. Untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh sikap yang	Teori Kultivasi	Metode deskriptif presentasi kuantitatif dengan survey	a. Siswa/i SMA Bina Dharma Ciracas Jakarta Timur tertarik menonton sinetron Anak Jalanan di RCTI. b. Secara umum kepedulian siswa/i SMA Bina Dharma Ciracas Jakarta Timur terhadap Tayangan Sinetron Anak Jalanan di RCTI sangat setuju. c. Tayangan Sinetron Anak Jalanan berpengaruh terhadap terjadinya

No	Nama Penulis (Tahun)	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Teori yang digunakan	Metode Penelitian	Hasil Temuan Penelitian
			ditimbulkan setelah menonton sinetron Anak Jalanan.			perubahan sikap penontonnya, khususnya siswa/i SMA Bina Dharma Ciracas Jakarta Timur.
5.	Novalia Agung Wardjito Ardoyo (2018)	Pengaruh Program 86 Net Tv Terhadap Sikap Penonton	Untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh yang membuat pemirsa menonton program 86 NET TV.	Teori keberhasilan program	Pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatif	Terdapat pengaruh positif antara program 86 NET TV terhadap minat menonton masyarakat. Kemudian diketahui pula bahwa nilai koefisien antara pengaruh program 86 NET TV terhadap minat menonton warga mempunyai hubungan yang kuat.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa penelitian-penelitian tersebut memiliki keterkaitan dengan topik penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Terdapat beberapa penelitian yang sama-sama mengambil objek pada kategori serial drama atau sinetron. Diantaranya adalah tayangan FTV Kuasa Ilahi, tayangan “Suara Hati Istri” Indosiar, dan tayangan sinetron Anak Jalanan RCTI. Beberapa penelitian juga sama-sama menggunakan teori kultivasi, yaitu penelitian berjudul “Pengaruh Menonton Tayangan Ftv Kuasa Ilahi Terhadap Perilaku Masyarakat”, “Pengaruh Terpaan Tayangan “Suara Hati Istri” Di Indosiar Terhadap Tingkat Kecemasan Penonton”, dan “Pengaruh Program 86 Net Tv Terhadap Sikap Penonton”.

Bedanya penelitian-penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ialah terletak pada subjek penelitian. Penelitian-penelitian sebelumnya menetapkan subjek penelitian pada penonton di lingkungan masyarakat dalam suatu daerah atau lembaga tertentu. Sedangkan penelitian ini mengambil subjek penelitian dari suatu grup komunitas virtual di media sosial Telegram dengan jumlah populasi yang besar. Hal ini menjadi sebuah kebaruan mengingat pengumpulan data akan dilakukan secara online dan penonton yang berada dalam grup chat tersebut hanya berinteraksi secara virtual. Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat seberapa besar pengaruh terpaan tayangan *Ikatan Cinta* terhadap sikap empati penonton yang tergabung dalam Grup Chat Telegram *Ikatan Cinta RCTI*. Berdasarkan pernyataan di atas, semakin terlihat bahwa penelitian ini signifikan untuk dilakukan karena belum pernah dilakukan sebelumnya. *Sinetron Ikatan Cinta* menjadi salah satu tayangan yang tergolong baru untuk diteliti, sehingga belum banyak penelitian yang membahas mengenai *Ikatan Cinta*. Maka dari itu, topik penelitian ini dapat menjadi awal yang baru dan dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

Gambar 2. Hashtag *Ikatan Cinta* dalam Trending Topic Indonesia (2021)



Sumber : Twitter

Ikatan Cinta sebagai tayangan program dengan kategori drama atau sinetron memiliki fungsi hiburan. Komunikasi antarpribadi yang terjadi di media sosial tidak hanya memungkinkan satu orang untuk menyampaikan suatu pesan kepada orang lain, namun adanya media sosial juga mampu memperluas jangkauan informasi yang akhirnya muncul di internet secara cepat (Ariestya, A., Waluyo, L. S., & Faramita, A., 2020). Hal ini dibuktikan dengan adanya tradisi hashtag Ikatan Cinta yang hampir setiap episodnya trending di media sosial Twitter. Selain di Twitter, ramainya reaksi dan perbincangan penonton Ikatan Cinta juga terjadi di *platform* media sosial lainnya seperti Instagram, Facebook, Telegram, dan sebagainya.

Gambar 3. Syukuran Penonton Ikatan Cinta (2021)



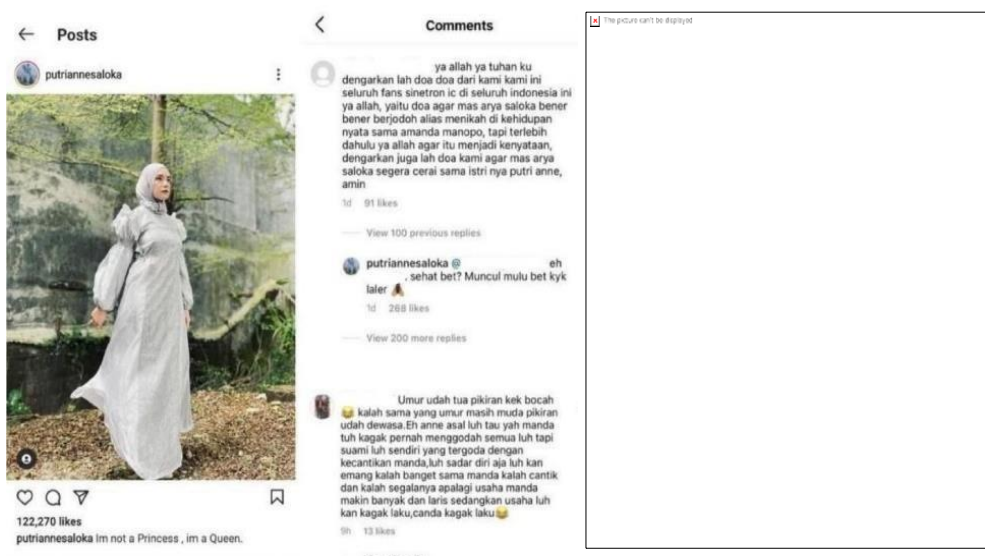
Sumber : Kompas.com ("Viral Foto Ibu-ibu di Magelang Syukuran Ikatan Cinta")

Televisi memiliki fungsi memengaruhi, baik terhadap individu maupun kelompok. Salah satu sikap behavioral penonton sebagai pengungkapan rasa bahagia atas batalnya perceraian antara karakter utama Aldebaran dan Andin dibuktikan dengan adanya acara syukuran oleh ibu-ibu penggemar sinetron Ikatan Cinta di Seneng, Banyurojo, Kabupaten Magelang. Hal ini sesuai dengan pernyataan Hill (2018) yang mengatakan bahwa selain mampu menarik

dan mengemas suatu konten kreatif ke dalam rutinitas tontonan mereka, penonton juga kerap melakukan serangkaian ‘ritual sosial’ di rumah. Syukuran dilaksanakan di rumah ibu RT setempat bernama Agung Fitria Sari pada 17 Februari 2021. Di samping melakukan patungan, mereka juga memasang banner bertuliskan ‘*Syukuran Mas Al dan Mbak Andin Balen, Ikatan Cinta Lovers, Seneng Banyurojo, Magelang*’ dan foto dari Al dan Andin. Ibu Agung Fitria turut memberikan testimoninya sebagai alasan menyukai sinetron *Ikatan Cinta*. Menurutnya *Ikatan Cinta* tidak hanya tentang percintaan saja, namun banyak nilai positif dan moral yang dapat diambil dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Gambar 4. Komentar Negatif Penonton *Ikatan Cinta* pada Instagram

Putri Anne (2021)



Sumber : Instagram, matamata.com

Di samping adanya tradisi syukuran di kalangan penonton sinetron *Ikatan Cinta*, terjadi sebuah masalah yang menimpa istri dari aktor utama (Arya Saloka sebagai Aldebaran). Kejadian ini dialami oleh Putri Anne (istri Arya Saloka) dalam akun Instagramnya yang dipenuhi oleh komentar negatif penggemar *Ikatan Cinta*. Tidak sedikit penggemar yang mendoakan mereka untuk bercerai di dunia nyata. Kejadian ini merupakan salah satu sikap konatif (behavioral) penonton yang negatif yang muncul sebagai pengaruh dari terpaan

tayangan tayangan sinetron *Ikatan Cinta* di televisi. Para penonton memiliki persepsi negatif yang berujung pada peluapan emosi dalam bentuk komentar maupun *direct message* terhadap akun Instagram Putri Anne. Tindakan tersebut seringkali dilakukan oleh para pelajar yang masih berusia remaja, hal ini dikonfirmasi langsung oleh Putri Anne melalui Instagram pribadinya. Fakta ini menjadi hal serius yang menjadi perhatian lebih terutama bagi peneliti, dimana dapat dilihat bahwa para pelajar tersebut sebagai penonton televisi telah mengkaitkan tayangan televisi dengan realitas sosial di kehidupan nyata.

Menurut Potter, inti dari media literacy adalah “*taking control*”, dimana *audience* yaitu penonton *Ikatan Cinta* diharapkan mampu mengontrol pengaruh media sebagai bagian dari efek komunikasi massa (Rakhmat, 2011). Namun, hal tersebut berbanding terbalik dengan kejadian yang menimpa Putri Anne di Instagram pribadinya. Seorang psikolog dari *Personal Growth* bernama Gracia Ivonika M. Psi. Gracia berpendapat bahwa sebenarnya penonton bisa membedakan mana fiksi dan dunia nyata, namun mereka terlalu terbawa emosi dan memilih untuk meluapkan emosi mereka walaupun hanya sesaat.

Berbicara mengenai terpaan tayangan sinetron terhadap penonton televisi, hal ini sesuai dengan salah satu teori komunikasi massa yaitu Teori Kultivasi (*Cultivation Theory*) yang diperkenalkan pertama kali oleh George Gerbner. Sejak awal digagas hingga saat ini, teori kultivasi umumnya dikaitkan dengan media televisi, dimana dikatakan bahwa tayangan yang disajikan oleh media televisi mampu memengaruhi penonton dalam bersikap serta menciptakan persepsi. Devito (2011) dalam bukunya mengatakan bahwa pengaruh tersebut tidak hanya bergantung pada intensitas menonton saja, melainkan juga dilatarbelakangi oleh hal-hal lain seperti pendidikan, penghasilan, ataupun jenis kelamin.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, dapat disimpulkan bahwa fenomena yang terjadi terhadap penonton sinetron *Ikatan Cinta* di Indonesia telah terjadi secara masif sebagai akibat dari menonton

tayangan televisi. Maka dari itu, penulis tertarik untuk meneliti pengaruh terpaan tayangan sinetron *Ikatan Cinta* terhadap sikap empati penonton televisi dengan melakukan survei pada Grup Chat Telegram *Ikatan Cinta RCTI*. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada penonton *Ikatan Cinta* dalam Grup Chat Telegram *Ikatan Cinta RCTI*. Penggunaan kuesioner dilakukan karena informasi dan pendapat pribadi responden dapat terjaga kerahasiaannya. Selain itu, pengumpulan data dengan kuesioner juga relatif cepat dan efisien. Kuesioner mampu mengumpulkan data dalam jumlah besar, mengingat hingga saat ini *Ikatan Cinta* memiliki komunitas *fanbase* yang besar di Indonesia, salah satunya komunitas *fanbase* *Ikatan Cinta* yang terbentuk dalam aplikasi media sosial Telegram.

Grup Chat *Ikatan Cinta RCTI* menjadi komunitas virtual yang dipilih oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, sikap yang dilakukan penonton di media sosial khususnya yang menimpa Putri Anne menjadi alasan kuat peneliti untuk melakukan penelitian pada komunitas virtual. Reaksi yang diberikan oleh penonton *Ikatan Cinta* dalam media sosial menjadi fenomena tersendiri mengingat pandemi Covid-19 yang berkepanjangan menyebabkan mayoritas masyarakat menggunakan waktu luang mereka di rumah dan berinteraksi secara *online*. Hal ini membuktikan bahwa interaksi antar penonton *Ikatan Cinta* di media sosial khususnya komunitas virtual dapat berlangsung secara intens.

Pemilihan *platform* Telegram oleh peneliti dilakukan karena sesuai dengan karakteristik yang ada dalam komunikasi virtual. Diantaranya para anggota memiliki tujuan dan kebutuhan yang sama, berinteraksi secara aktif dan intens, saling memengaruhi dan memberi informasi, serta memiliki ikatan emosional yang kuat. Media sosial Telegram juga memiliki keunikan dari media sosial lainnya, yaitu Telegram mampu menampung ribuan orang dalam suatu grup chat diskusi secara langsung. Fitur *discuss* atau grup diskusi yang ada dalam Grup Chat *Ikatan Cinta RCTI* memiliki lebih dari tujuh ribu

anggota. Besarnya jumlah anggota selaras dengan aktifnya interaksi para penonton Ikatan Cinta dalam fitur *discuss* tersebut. Maka dari itu, peneliti dapat mengamati reaksi-reaksi yang secara langsung diungkapkan oleh para penonton Ikatan Cinta pada *platform* Telegram.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Seberapa besar pengaruh terpaan tayangan sinetron Ikatan Cinta terhadap Sikap Empati Penonton Televisi?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Tujuan Praktis

Penelitian ditujukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan tayangan sinetron Ikatan Cinta terhadap Sikap Empati Penonton Televisi. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi kontribusi bagi kemajuan program-program televisi di Indonesia kedepan, khususnya untuk tayangan sinetron Ikatan Cinta.

2) Tujuan Teoritis

Tujuan penelitian dari segi teoritis adalah untuk mengungkapkan hasil penelitian dari pengaruh terpaan tayangan sinetron Ikatan Cinta terhadap Sikap Empati Penonton Televisi, yang akan meningkatkan pengetahuan serta wawasan baru dalam bidang ilmu komunikasi.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya sebagai berikut:

1) Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan pengetahuan pada program studi ilmu komunikasi terutama dalam bidang penyiaran. Selain itu, peneliti berharap penelitian mengenai pengaruh terpaan tayangan sinetron *Ikatan Cinta* terhadap Sikap Empati Penonton Televisi ini mampu menjadi referensi dan memberikan kontribusi bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Fenomena sinetron *Ikatan Cinta* merupakan fenomena yang tergolong baru sehingga menarik untuk dijadikan bahan penelitian berikutnya sekaligus menguji teori Kultivasi sebagai salah satu teori dari komunikasi massa.

2) Manfaat Praktis

Peneliti berharap penelitian ini mampu memberikan ilmu yang bermanfaat bagi masyarakat, terutama yang terkait dengan pengaruh terpaan tayangan televisi terhadap sikap penonton. Peneliti menghimbau penonton untuk dapat memiliki kontrol diri dalam menyikapi tayangan sinetron di televisi serta dalam berinteraksi dengan penonton lain di lingkungan sosial masyarakat maupun media sosial. Penonton televisi juga diharapkan memiliki kesadaran akan dampak positif dan negatif yang timbul akibat penggunaan media sosial.

1.5. Sistematika Penulisan

Berikut sistematika penulisan yang dibuat untuk mempermudah penulis dalam melakukan penyusunan skripsi, diantaranya adalah:

BAB I PENDAHULUAN : Dalam bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA : Pada bab II akan diuraikan secara sistematis mengenai hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang didapat dari lima peneliti terdahulu, gambaran konsep penelitian menurut para ahli yang

berkaitan dengan bidang Ilmu Komunikasi, teori penelitian yang akan digunakan, kerangka berfikir, serta hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN : Bab III akan menjelaskan mengenai metodologi penelitian yang merupakan cara dan prosedur penelitian yang akan digunakan, populasi dan sampel yang akan dijadikan sebagai sumber data penelitian, metode pengumpulan data, metode analisis data, serta waktu dan lokasi penelitian yang akan digunakan oleh peneliti.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN : Pada bab ini berisikan deskripsi dari objek penelitian, penyajian hasil penelitian, serta pembahasan berupa perbandingan hasil yang diperoleh dengan data pengetahuan yang sudah dipublikasikan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN : Bab V berisi kesimpulan dan saran dari penulis terkait penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan merupakan penyatuan antara hasil analisis dan interpretasi, sedangkan saran merupakan lanjutan dari kesimpulan.

DAFTAR PUSTAKA : Daftar pustaka berisi kumpulan referensi sebagai bahan pendukung penelitian, seperti judul buku, jurnal, skripsi, dan referensi lain yang dilengkapi dengan nama pengarang, tahun terbit, judul buku, judul penelitian, penerbit, dan lain-lain.

LAMPIRAN : Lampiran berisi data-data pendukung untuk penelitian ini.