

EFEK ADEGAN KEKERASAN DI TELEVISI (Kritik Atas Teori Kultivasi Gerbner)

Sumarjo

Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Gorontalo

Abstrak: Televisi merupakan sarana komunikasi utama di sebagian besar masyarakat kita. Televisi sering menyajikan nilai kekerasan. Penyajiannya seperti hanya sebagai berita atau informasi dengan gaya yang indah dan dikemas menjadi berseni, menarik. Namun di dalamnya ada terjasi nilai-nilai kekerasan. Nilai-nilai itu dapat mempengaruhi tanpa disadari masyarakat yang menontonnya. Tayangan Televisi harus diatur karena mempengaruhi sikap dan perilaku khalayak khususnya bagi yang belum memiliki referensi yang kuat, yakni anak-anak dan remaja. Terlebih karena televisi bersifat audio visual sinematografis yang memiliki dampak besar terhadap perilaku khalayaknya. Tayangan-tayangan di televisi saat ini mempunyai kecenderungan mengabaikan ketentuan-ketentuan, baik moral maupun agama yang sudah ditetapkan. Hal ini terlihat dari ditonjolkannya eksploitasi sex, kekerasan, budaya konsumerisme dan lain sebagainya.

Begitu besarnya pengaruh Televisi kepada khalayaknya, telah menjadi perhatian para pakar terutama di bidang komunikasi. Penelitian yang dilakukan selama puluhan tahun, menunjukkan adanya korelasi positif yang konsisten bahwa tampilan/tayangan kekerasan di media massa terutama televisi telah meng-kultivasi/mempengaruhi penonton, tidak hanya anak-anak. Apa yang ditampilkan dalam tayangan televisi (realitas media) dipersepsi sebagai dunia nyata (realitas nyata). Sehingga pemirsa yang meluangkan waktu lebih banyak dalam menonton televisi lebih meyakini bahwa dunia nyata adalah seperti apa yang digambarkan televisi. Fenomena inilah yang digambarkan oleh George Gerbner dalam Teori Kultivasi. Namun dalam studi ini menunjukkan bahwa televisi meskipun cukup populer, ada factor lain yang memicu ataupun menyebabkan perilaku seorang anak. Artinya, ada factor lain yang menentukan, tidak saja tayangan yang ditonton melalui televisi.

Kata-kata kunci: Tayangan media, kekerasan, Kultivasi