

# **Persepsi Orang Tua Tentang Tayangan Upin Ipin MNC TV Dalam Penggunaan Bahasa Melayu Pada Masyarakat Kelurahan Taratara 2 Kecamatan Tomohon Barat**

**Winda Makal**

**14081105082**

*Abstract. Along with the development of communication and information technology that is so rapid, media that can be said to be cheap and can be reached by all walks of life is one factor in the rapid development of television both in terms of the public's need for information and entertainment, and also in terms of the development of the world television industry when this. Not a few problems related to broadcast or television shows that can damage behavior and a person's culture. With the television show Upin Ipin that uses Malay, not Indonesian in Taratara 2, many elementary school-age children start using Malay in their daily life, even if it is only in a light context, for example, in jest. The main problem is the perception of parents in Upin Ipin shows that use Malay. This research uses descriptive research method with the theory of Uses and Gratification because this theory is quite good in supporting a study related to television shows. This study collected data using techniques using questionnaires distributed to respondents. Many parents who do not agree with the use of Malay, it would be better if the Upin Ipin program uses Indonesian text translation.*

*Keywords: Perception, Mass Media, Television Industry*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar belakang**

Televisi adalah sebuah media telekomunikasi yang sangat terkenal yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak, beserta suara, baik itu yang monokrom (hitam-putih) maupun berwarna. Kata televisi pada awalnya merupakan gabungan dari kata tele “jauh” dari bahasa Yunani dan visio (penglihatan) dari bahasa latin, sehingga televisi dapat diartikan sebagai alat komunikasi jarak jauh yang menggunakan media visual/penglihatan, selain itu juga penggunaan kata televisi sendiri dapat juga merujuk pada kota televisi, acara televisi, ataupun transmisi televisi. Secara umum adanya penemuan televisi mampu mengubah peradaban dunia.

Kebutuhan akan informasi dan hiburan di sela-sela kesibukan dan rutinitas manusia yang begitu kompleks saat ini di era perkembangan teknologi komunikasi dan

informasi sudah sangat tinggi. Fenomena tersebut tentunya akan berpengaruh jug pada peranan media massa baik media massa elektronik televisi maupun media massa cetak, serta media online, dalam upaya memenuhi akan kebutuhan masyarakat itu sendiri.

Televisi merupakan salah satu media massa elektronik yang cukup mendapat hati serta perhatian lebih oleh masyarakat dunia, hal ini disebabkan karena peran dan fungsinya sangat jelas sebagai media massa yang mampu memberikan kontribusi bagi kebutuhan masyarakat akan informasi dan hiburan. Televisi mampu memberikan dampak secara positif bagi perkembangan masyarakat dari aspek edukasi atau pendidikan, informasi, serta hiburan itu sendiri. Ketiga aspek tersebut diaplikasikan oleh televisi dalam berbagai format tayangan atau program acara yang disajikan setiap hari pada masyarakat sebagai khayalak, atau pemirsa televisi.

Peran media massa televisi sebagai media massa memiliki fungsi komunikasi massa yaitu fungsi mendidik (*to educate*), fungsi memberikan informasi (*to inform*), menghibur (*to entertain*) termasuk fungsi mempengaruhi (*to persuade*). Namun tentunya peran televisi selain memberikan dampak secara positif bagi perkembangan masyarakat dari berbagai aspek kehidupan, dapat juga memberikan peranan yang negatif bagi perkembangan masyarakat tersebut. Tidak sedikit permasalahan yang berhubungan dengan siaran ataupun tayangan televisi yang dapat merusak budaya serta perilaku seseorang, karena tayangan yang kurang bermanfaat, kurang mendidik, bahkan terkesan ada unsur kekerasan maupun pornografi.

Berkaitan dengan penelitian ini menjadi salah 1 permasalahan yang di angkat adalah dengan adanya tayangan dari media televisi MNC TV yaitu UPIN IPIN yang menggunakan bahasa melayu. Isi pesan yang disampaikan kepada anak-anak berkaitan dengan penggunaan bahasa melayu tersebut, sepertinya kurang tepat dibandingkan dengan penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Berdasarkan beberapa permasalahan tersebut peneliti sangat tertarik untuk mendalami tentang persepsi orang tua pada tayangan upin ipin yang menggunakan bahasa melayu tersebut, tentunya dengan mengikuti prosedur penelitian ilmiah dari kajian ilmu komunikasi.

Konteksnya sebagai gurauan disaat saat tertentu, akan tetapi dengan seringnya menjadikan beberapa kata sebagai gurauan akhirnya menjadi kebiasaan dalam menggunakan katakata. Contohnya kata cikgu yang artinya adalah guru, pusing-pusing yang artinya berputar, sentak – sentak bumi yang dalam Bahasa Indonesia jalan di tempat. Ketika di sekolah anak-anak memanggil ibu guru dengan panggilan cikgu.esia.

## **TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi orang tua

tentang tayangan Upin Ipin MNC Tv dalam penggunaan bahasa Melayu pada masyarakat Kelurahan Taratara 2 Kecamatan Tomohon Barat

## **MANFAAT PENELITIAN**

### **MANFAAT TEORITIS**

Manfaat praktis dalam penelitian ini adalah diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi terlebih khusus pada kajian komunikasi massa.

### **MANFAAT PRAKTIS**

Manfaat secara praktis dalam penelitian ini adalah dapat memberikan pengetahuan dan wawasan bagi masyarakat kelurahan Taratara 2 kecamatan Tomohon Barat dalam memilih tayangan yang baik bagi mereka.

## **TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

### **PERSEPSI**

Secara etimologis persepsi atau perception berasal dari bahasa Latin perceptio; dari percipere, yang artinya menerima atau mengambil (Alex Sobur, 2003:45). Menurut Bimo Walgito (2010: 99), persepsi merupakan suatu proses penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut proses sensoris. Namun proses itu tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Karena itu proses persepsi tidak dapat lepas dari proses penginderaan yang adalah pendahulu dari proses persepsi.

Sejak ditemukannya psikologi eksperimen pada abad ke-19, pemahaman psikologi terhadap persepsi telah berkembang melalui penggabungan berbagai teknik. Dalam bidang psikofisika telah dijelaskan secara kuantitatif hubungan antara sifat-sifat fisika dari suatu rangsangan dan persepsi. Ilmu saraf sensoris mempelajari tentang mekanisme otak

yang mendasari persepsi. Sistem persepsi juga bisa dipelajari melalui komputasi, dari informasi yang diproses oleh sistem tersebut. Persepsi dalam filosofi adalah sejauh mana unsur-unsur sensori seperti suara, aroma, atau warna ada dalam realitas objektif, bukan dalam pikiran perseptor.

Orang tua adalah ayah dan/atau ibu seorang anak, baik melalui hubungan biologis maupun sosial. Umumnya, orang tua memiliki peranan yang sangat penting dalam membesarkan anak, dan panggilan ibu/ayah dapat diberikan untuk perempuan/pria yang bukan orang tua kandung (biologis) dari seseorang yang mengisi peranan ini. Contohnya adalah pada orang tua angkat (karena adopsi) atau ibu tiri (istri ayah biologis anak) dan ayah tiri (suami ibu biologis anak). Menurut Thamrin Nasution, orang tua merupakan setiap orang yang bertanggung jawab dalam suatu keluarga atau tugas rumah tangga yang dalam kehidupan sehari-hari disebut sebagai bapak dan ibu jika menurut Hurlock, orang tua merupakan orang dewasa yang membawa anak ke dewasa, terutama dalam masa perkembangan.

## TELEVISI

Televisi dikemukakan oleh Onong U. Effendy, (1989:24) Sebagai berikut : “Istilah televisi berasal dari baha Yunani; “*tele*” dan “*visio*”. *Tele* artinya jauh dan *visio* artinya penglihatan. Jadi arti televisi menurut kata asalnya adalah; penglihatan jauh.kemudian istilah televisi menurut ilmu komunikasi adalah untuk pengiriman dan penerimaan hasil penglihatan dari obyek-obyek yang bergerak dengan gelombang elektromagnetis radio”

Riyono Pratikno pengertian televisi dari asal katanya sebagai berikut : “istilah televisi berasal dari bahasa Inggris, yaitu television. Perkataan ini diambil dari kata Yunani yaitu “*tele*” yang artinya Far off (jauh) sedangkan kata *visio* berasal dari Pengertian bahasa latin yang artinya : “*to see*” atau bahasa Indonesia “melihat”, jadi secara harafiah televisi adalah: melihat jauh”

Menurut Effendy (2002 : 21) yang dimaksud dengan televisi adalah televisi siaran yang merupakan media dari jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yaitu berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserampakan, dan komunikasinya bersifat heterogen.

Perkembangan teknologi melahirkan suatu media baru yang dapat menyajikan informasi secara cepat kepada masyarakat yaitu Televisi. TV sebagai alat penangkap siaran dan gambar. Televisi berasal dari kata *Tele* ; tampak dan *vision* ; jauh atau jika digabungkan menjadi suatu makna yang berarti “jauh dan tampak” atau dengan kata lain TV merupakan suatu alat untuk “melihat dari jarak jauh”.

Para penonton dapat menikmati gambar karena adanya pemancar, dan gambar yang dipancarkan itu adalah gambar yang bisa bergerak. Tayangan televisi dapat diartikan sebagai adanya suatu pertunjukan acara yang ditampilkan atau disiarkan melalui media massa televisi. Tayangan tersebut bisa bersifat hiburan, informasi, ataupun edukasi seperti tayangan mengenai pendidikan.

## KONSEP KOMUNIKASI

Kata Komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana, 2013 : 46).

Proses komunikasi adalah setiap langkah mulai dari saat menciptakan informasi sampai dipahami oleh komunikan. Komunikasi adalah sebuah proses, sebuah kegiatan yang berlangsung kontinu. Dibutuhkan lima unsur untuk terjadinya proses komunikasi, yaitu

komunikator, pesan, media, komunikan, pengaruh. Dari kelima unsur tersebutlah maka Harold D. Laswell yang merupakan seorang pakar komunikasi memperkenalkan lima formula komunikasi untuk terjadinya suatu proses komunikasi, yaitu :

- 1) *Who*, yakni berkenaan dengan siapa yang mengatakan.
- 2) *Says what*, yakni berkenaan dengan menyatakan apa.
- 3) *In which channel*, yakni berkenaan dengan saluran apa.
- 4) *To whom*, yakni berkenaan dengan ditujukan *kepada siapa*.
- 5) *With what effect*, yakni berkenaan dengan pengaruh apa.

Berikut pendapat Rogers dalam (Mulyana, 2003:62) mengenai komunikasi yakni “Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”. Kemudian pendapat Miller dalam (Mulyana, 2003:62) mengenai komunikasi “komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.

Selanjutnya pengertian komunikasi dari Rogers didukung dengan pengertian komunikasi yang dikemukakan oleh Book dalam (Cangara, 1998:19) adalah sebagai berikut : Komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan ; 1) membangun hubungan-hubungan antar sesama manusia. 2) melalui pertukaran informasi. 3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain. 4) serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku. Menurut Wilbur scharamm mengatakan bahwa untuk terjadinya proses komunikasi paling sedikit harus memiliki tiga unsur komunikasi, yaitu komunikator, pesan dan komunikan (dalam Suprpto 2011:9).

Secara garis besar, dalam suatu proses komunikasi haruslah terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran dan pengertian antara komunikator (penyebarnya) dan komunikan (penerima pesan). Proses komunikasi dapat diartikan sebagai “transfer informasi” atau pesan (*message*) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima sebagai komunikan.

Dalam proses komunikasi tersebut bertujuan untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*) antara kedua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi dan dalam proses inilah komunikator mengirimkan pesan/informasi kepada komunikan sebagai sasaran komunikasi (dalam Suprpto, 2011:5).

## **KOMUNIKASI MASSA**

Onong U. Effendy (1986:76) menjelaskan bahwa komunikasi massa adalah : “Komunikasi massa ialah penyebaran pesan dengan menggunakan media massa yang abstrak, yakni; sejumlah orang yang tidak tampak oleh si penyampai pesan. Pembaca surat kabar, penengar radio, penonton televisi dan film tidak tampak oleh si komunikator, dengan demikian maka jelaslah bahwa komunikasi massa atau komunikasi melalui media massa sifatnya satu arah. Begitu pesan disebarkan melalui komunikator, tidak diketahui apakah pesan itu diterima, dimengerti atau dilakukan oleh komunikan. Wartawan surat kabar, penyiar radio, penyiar televisi atau sutradara film tidak mengetahui nasib pesan yang disampaikan pada khalayak.”

Dapat dikatakan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa sebagai saluran pesan komunikasinya. Media adalah bentuk jamak dari medium yang berarti tengah atau perantara. Massa berasal dari bahasa Inggris yaitu *mass* yang berarti kelompok atau kumpulan. Dengan demikian, pengertian media massa adalah

perantara atau alat-alat yang digunakan oleh massa dalam hubungannya satu sama lain.

Definisi komunikasi massa yang lebih perinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lainnya, yaitu Gerbner. Menurut Gerbner "*Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*". (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri).

Dari definisi Gerbner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan sebuah produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebar, didistribusikan pada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, dwimingguan atau bulanan. Proses memproduksi sebuah pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri (dalam Ardianto, 2007:3).

Pengertian konsep komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner, yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a massmedium to large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa.

Jadi, sekalipun komunikasi disampaikan kepada khalayak yang banyak seperti rapat akbar dilapangan yang luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah: radio siaran dan televisi yang keduanya dikenal sebagai media elektronik; surat kabar dan majalah yang dikenal

sebagai media cetak; serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop.

Sementara konsep Media massa adalah "sarana penyampai pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas misalnya radio, televisi, dan surat kabar". Yang dimaksud dengan komunikasi massa (mass communication) disini adalah komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum dan film yang diperuntukan di gedung-gedung bioskop. Komunikasi massa menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media.

## **KARAKTERISTIK KOMUNIKASI MASSA**

Komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik. Ciri-ciri komunikasi massa ini dapat diibagi kedalam 4 tanda pokok komunikasi massa. Keempat tanda pokok karakteristik komunikasi massa ini disampaikan oleh seorang ahli yaitu Suprpto. Ciri-ciri menurut Suprpto, 2006 : 13 tentang keempat tanda pokok tersebut adalah sebagai berikut :

### **1. Komunikasi massa memiliki sifat komunikan**

Hal ini karena sasaran komunikasi massa adalah masyarakat yang relatif besar serta memiliki sifat yang heterogen dan anonim. Masyarakat ini tidak dapat diukur berapa banyak jumlahnya, bagaimana latar belakang pendidikan, usia, agama, suku, jenis pekerjaan, dan lain sebagainya. Hal yang dapat menjadikan semua perbedaan ini melebur adalah kesamaan minat dan kepentingan yang sama.

### **2. Komunikasi massa memiliki sifat cepat dan serentak**

Penyampaian pesan secara serempak ini dilakukan secara bersamaan oleh komunikator

kepada komunikan yang memiliki jumlah yang besar. Jika disampaikan secara serentak, maka perhatian komunikan akan berfokus pada pesan yang disampaikan oleh komunikator. Sifat penyampaian pesan yang cepat akan memungkinkan pesan tersebut dapat tersampaikan dalam waktu yang relatif singkat.

### 3. Komunikasi massa memiliki sifat publik

Sudah jelas bahwa pesan yang ingin disampaikan tersebut ditujukan kepada masyarakat luas, bukan kepada golongan tertentu saja. Sehingga isi pesan yang disampaikan harus lebih umum. Karena mencakup lingkungan yang umum dan universal.

### 4. Komunikator yang terkoordinir

Karena media massa merupakan sebuah lembaga organisasi, maka komunikasi massa pasti memiliki komunikator yang telah terorganisasi dengan baik dan profesional seperti jurnalis, sutradara, penyiar atau pembawa acara, dan lain sebagainya. Pesan yang akan disampaikan tersebut merupakan hasil kerjasama tim, sehingga keberhasilan sebuah komunikasi massa juga tergantung berdasarkan berbagai faktor di dalam organisasi media massa tersebut.

Selain keempat tanda pokok tersebut, komunikasi massa memiliki karakteristik komunikasi massa konsep klasik. Konsep-konsep tersebut diantaranya adalah ditujukan kepada masyarakat luas, yang heterogen, tersebar, serta tidak terbatas pada batas geografis dan kultural. Karakteristik konsep klasik lainnya adalah bersifat umum, cara penyampaian pesan yang cepat dan menjangkau banyak orang dalam waktu yang singkat, penyampaian pesan bersifat satu arah, kegiatan komunikasi dilakukan dengan secara terencana dan terkonsep, komunikasi dilakukan secara periodik atau berkala, serta pesan yang disampaikan melingkupi seluruh aspek sosial, ekonomi, politik, dan budaya.

## **BAHASA MELAYU**

Dalam pengertian awam, istilah bahasa Melayu (Jawi/Jawöe/Melayu : *ويال م س ا ب*) mencakup sejumlah bahasa yang saling bermiripan yang dituturkan di wilayah Nusantara dan di Semenanjung Melayu. Sebagai bahasa yang luas pemakaiannya, bahasa ini menjadi bahasa resmi di Brunei, Indonesia (sebagai bahasa Indonesia), dan Malaysia (juga dikenal sebagai bahasa Malaysia); bahasa nasional Singapura; dan menjadi bahasa kerja di Timor Leste (sebagai bahasa Indonesia).

Bahasa Melayu merupakan lingua franca dalam kegiatan perdagangan dan keagamaan di Nusantara sejak abad ke-7[1]. Migrasi kemudian juga turut memperluas pemakaiannya. Selain di negara yang disebut sebelumnya, bahasa Melayu dituturkan pula di Afrika Selatan, Sri Lanka, Thailand selatan, Filipina selatan, Myanmar selatan, sebagian kecil Kamboja, hingga Papua Nugini. Bahasa ini juga dituturkan oleh penduduk Pulau Natal dan Kepulauan Cocos, yang menjadi bagian Australia.

## **TEORI USES DAN GRATIFICATIONS**

Yang menjadi landasan teori dalam penelitian ini adalah teori *Uses and gratifications*, karena teori ini cukup baik dalam mendukung suatu penelitian yang berkaitan dengan tayangan televisi, pemahaman teori ini adalah penekanan pada media menjadi sumber pemenuhan kebutuhan akan informasi maupun hiburan dari para pemirsa, jadi kebalikannya adalah pemirsa lebih leluasa dan bebas memilih tayangan yang dirasa cukup untuk memenuhi kebutuhan pemirsa itu sendiri.

*Uses and gratifications* untuk pertama kalinya diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam buku "*The Uses Of Mass Communications: Current Perspectives On Gratifications Research*". Penelitian diarahkan kepada jawaban pertanyaan "apa yang dilakukan media untuk khalayak. (what do the media do to people). (Edie Santoso; Mite Setiansah 2010 :106).

Teori komunikasi massa yang populer dan sering digunakan sebagai landasan teori dalam mengkaji realitas komunikasi massa adalah *uses and gratifications*. Pendekatan *uses and gratifications* menekankan riset komunikasi massa pada konsumen pesan atau komunikasi dan tidak begitu memperhatikan mengenai pesannya.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **METODE PENELITIAN DESKRIPTIF**

Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat dekripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat serta fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. ( Jalaluddin Rakhmat 2004 : 24-25 ).

Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara dalam masyarakat dan situasi tertentu termasuk hubungan, kegiatan, sikap, pandangan serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena. Metode deskriptif adalah bertujuan untuk memaparkan situasi dan peristiwa. Metode deskriptif adalah yaitu mencari atau meneliti hubungan antara variabel-variabel.

### **VARIABEL PENELITIAN DAN DEFINISI OPERASIONAL**

Variable penelitian dalam penelitian ini adalah variable tunggal yaitu persepsi orang tua tentang tayangan Upin Ipin MNC.Tv dalam penggunaan Bahasa Melayu Pada Masyarakat Kelurahan Taratara Kecamatan Tomohon Barat. Sebagai definisi operasional penelitian ini adalah untuk mengetahui secara jelas bagaimana tanggapan orang tua berkaitan dengan penggunaan bahasa melayu pada tayangan upin ipin di MNC TV tersebut.

### **POPULASI DAN SAMPEL**

Menurut Sugiyono (2004:115), populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan

karakteristik tertentu. Ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulan.

Menurut Sugiyono (2008:116), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik acak sederhana (random sampling) sebesar 10 % dari populasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah penduduk yang memiliki televisi yang berada di wilayah kelurahan Taratara Kecamatan Tomohon Barat yang berjumlah 1385 jiwa dengan jumlah kepala keluarga adalah 403 (KK), setelah melakukan survey awal peneliti menetapkan bahwa jumlah populasi penduduk yang memiliki televisi adalah berdasarkan jumlah KK yang ada di desa Taratara tersebut, yaitu : 403 KK. Untuk kebutuhan penelitian tidak semua populasi digunakan, hanya diambil sampel saja, dengan menggunakan perhitungan 10 % dari jumlah populasi, maka sampel penelitian ini adalah 40 orang/responden.

### **TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuisisioner yang di bagikan kepada responden penelitian.

### **TEKNIK ANALISIS DATA**

Teknik analisis data untuk penelitian ini menggunakan teknik analisis presentase dengan Rumus frekuensi dan presentase

### **HASIL PENELITIAN**

#### **DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN**

#### **PROFIL KELURAHAN TARATARA 2**

Tahun 1830 terbentuk satu peradaban yang dinamakan Desa Taratara, di kecamatan Tomohon Minahasa, seiring waktu berjalan pada tahun 2009, desa Taratara dimekarkan menjadi dua desa yaitu desa Taratara dua dan desa Taratara Tiga. Pada tahun 2013 status desa

untuk Taratara dua diganti menjadi kelurahan, dan disebut kelurahan Taratara dua, dan masuk pada wilayah Tomohon Barat sampai sekarang ini.

Dengan demikian maka kelurahan Taratara dua otomatis menjadi salah satu wilayah kerja dari kecamatan Tomohon Barat Kota Tomohon. Kelurahan Taratara dua memiliki luas wilayah 722,25 ha, dengan jumlah penduduk 1564 jiwa dan 403 kepala keluarga, yang tersebar pada 8 lingkungan, dimana setiap lingkungan dipimpin oleh kepala lingkungan dan pembantunya.

Topografi Wilayah Kelurahan Taratara dua berada pada 400 – 1150 DPL dengan kondisi wilayah pemukiman rata dan perkebunan berbentuk terasering yang merupakan lereng dari bukit Kasehe dan Tatawaran, dataran rendah bergelombang yang diselingi bukit-nukit kecil terisolir.

Wilayah kelurahan Taratara Dua khususnya pada sector pertanian merupakan salah satu daerah yang patut dikembangkan, karena kelurahan Taratara dua adalah salah satu daerah penghasil padi/beras di Kota Tomohon, dimana program peningkatan produksi beras nasional (PSBN) sementara di galakkan saat ini. Disamping itu kelurahan Taratara dua bergerak juga pada sector pertanian lain yang tak kalah strategis yaitu perikanan, perkebunan dan kehutanan. Pada umumnya mata pencaharian penduduk kelurahan Taratara dua 65 % berprofesi sebagai petani dengan klasifikasi petani pemilik, penggarap dan buruh tani, serta 35 % penduduk berprofesi lain.

Jumlah penduduk secara keseluruhan adalah 1568 jiwa dengan perincian 804 penduduk laki-laki dan 764 penduduk perempuan, dengan potensi tingkat Pendidikan 320 orang, baik SD sampai S3. Potensi penduduk berdasarkan pekerjaan secara keseluruhan 867 orang dengan latarbelakang pekerjaan yang bervariasi diantaranya adalah PNS, TNI, POLRI, Tukang, petani, pedagang,

pengusaha, karyawan swasta dan pekerja lainnya.

Potensi kelembagaan ekonomi antara lain adalah koperasi unit desa, koperasi bunga, koperasi simpan pinjam, kios warung pupuk, warung sembaki, kumbang pangan, warnet dll.

## **DESKRIPSI TAYANGAN UPIN-IPIN**

Tayangan Upin dan Ipin adalah sebuah film animasi yang dirilis pada tanggal 14 September 2007 di Malaysia yang disiarkan di TV9 dan di produksi oleh Les' Compaque. Awal film ini diputar adalah bertujuan untuk mendidik anak-anak agar menghayati dan pentingnya bulan Ramadhan.

Film Upin dan Ipin yang dibuat oleh Mohd Nizam Abdul Razak, Mohd Sofwan Abdul Karim dan Usamah Zaid, para pemilik Les' Compaque. Ketiganya merupakan alumni mahasiswa dari Multimedia University Malaysia, yang awalnya mereka bekerja sebagai pekerja disebuah organisasi animasi sebelum akhirnya bertemu dengan H. Burhanuddin Radzi dan istrinya Hj. Ainon Ariff pada tahun 2005 yang dulunya mereka sebagai pedagang minyak dan gas di negaranya, kini mereka bergabung membuka organisasi Les' Compaque. Kata Safwan, "kami memulai seri animasi lima menit ini untuk menguji penerimaan pasar lokal, serta mengukur bagaimana reaksi pada kemampuan penceritaan dalam film animasi". Sambutan meriah terhadap kartun pendek ini mendorong Les' Compaque agar menerbitkan satu periode lagi untuk bulan Ramadhan yang seterusnya.

Berbagai negara lain yang mengimport kartun tersebut, salah satunya di Indonesia yang di siarkan di TPI kemudian menjadi MNC TV dan sampai sekarang masih di tanyangkan, dan di Turki di siarkan di Hilal TV.1 Proses animasi Upin dan Ipin menggunakan perangkat lunak CGI Autodesk Maya. Di sebuah sidang media, perangkat lunak animasi pada tahun 2009, ketua perancang Las' Compaque Fuad Md. Din memberitahukan, "salah satu tujuan kami memilih kartun ini adalah karena dibuatnya

mudah. Dan lagi pula, kami sudah berpengalaman membuatnya sebelum ini”. Pada tahun 2009, Nizam, Safwan dan Anas meninggalkan Les' Compaque untuk mendirikan sebuah studio animasi baru, yaitu “animonsta studios”, namun seri animasi Upin dan Ipin tetap diteruskan di bawah pimpinan H. Burhanuddin sebagai direktur. Penyiaran film Upin dan Ipin a. Tahun Pertama (Tahun 2007) Periode pertama Upin dan Ipin di siarkan pada pukul 7.30 malam Jum'at, Sabtu dan Minggu, bersamaan dengan menyambut bulan Ramadhan dan Idul Fitri. Menceritakan Upin dan Ipin yang sedang menghayati bulan puasa. Empat episode pertama di perkenalkan pada bulan puasa, diikuti untuk hari berikutnya antara 22 September dan 11 oktober yang disiarkan ulang dan di akhiri dengan dua episode baru bersamaan dengan menyambut lebaran. Seri ini memenangi anugrah animasi terbaik di festival film antar bangsa Kuala Lumpur 2007. b. Upin dan Ipin setahun kemudian (Tahun 2008) Periode kedua juga disiarkan pada pukul 7.00 malam setiap episode.

Periode kali ini terdiri dari 12 episode, yang episodenya paling awal disiarkan pada hari Jum'at, Sabtu dan Minggu sepanjang bulan Ramadhan (tayangan pertama di separuh awal bulan, ulangan di separuh akhir bulan) dan episode kedepannya lagi bersamaan dengan menyambut hari Raya Idul Fitri dari 1 sampai 6 Syawal. c. Tahun ketiga Upin dan Ipin bermula pada 2 Februari 2009.

Pertengahan bulan Mei, tiga episode di tayangkan (termasuk siaran ulang) setiap Minggu, Senin sampai hari Sabtu, jam 7 malam, diikuti siaran tiga dalam satu pada hari Minggu, dari pukul 19.00 hingga 19.30. Mulai Mei, waktu siaran Upin dan Ipin di tayangkan kepada ujung Minggu, yaitu Jum'at sampai Minggu, jam 5.30 petang. Pada bulan September, siaran Upin dan Ipin dikembalikan jam tayangnya yaitu menjadi setiap hari lagi, mulai hari Senin sampai Minggu dengan episode-episode baru bersamaan dengan menyambut bulan puasa dan libur sekolah akhir tahun 2009.

## **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Dunia penyiaran sangat menarik untuk di bicarakan salah satunya adalah televisi dan menjadi kegiatan sehari-hari kita. Media televisi akan menemani dimana kita berada dan dalam kondisi apapun, seiring berkembangnya era modern dan globalisasi dunia pertelevisian menjadi aspek penting dalam kehidupan masyarakat. Kebutuhan akan informasi, berita, pengetahuan, dan hiburan sudah menjadi kebutuhan sehari-hari. Tidak hanya generasi muda saja tentunya anak-anak dan juga orang tua juga butuh sajian pertelevisian untuk masing-masing usia. Sebagai negara yang mempunyai tujuan untuk mencerdaskan masyarakat bangsa Indonesia, tentunya Indonesia harus berbenah di segala bidang termasuk di bidang penyiaran khususnya pertelevisian.

Tidak biasa juga dipungkiri bahwa saat ini pengaruh perkembangan teknologi saat ini banyak dimanfaatkan oleh segolongan orang untuk menyebarkan berita-berita yang belum tentu benar adanya/hoax tidak seperti dahulu yang banyak menayangkan tayangan yang edukatif, inspratif seperti tayangan anak-anak yang memang sepantasnya ditujukan untuk anak-anak.

Penyiaran televisi sampai saat ini masih merupakan media penyiaran yang cukup aman dari pemberitaan yang tidak benar atau hoax, karena memang pada operasionalnya, televisi masih lebih mudah untuk di control dan di awasi oleh pihak terkait, baik pemerintah, asosiasi televisi maupun pihak Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Namun terlepas dari itu tayangan televisi pun tidak terlepas dari banyak dampaknya negatif dari tayangan-tayang saat ini, selain itu pertelevisian Indonesia dimanfaatkan oleh segolongan orang untuk kejahatan cyber crime dan juga banyak keluhan yang berdatangan dari banyak orang terkait dengan tayangan-tayangan yang ada di program acara pertelevisian melalui media sosial. Kebanyakan adalah kesalahan pada isi pesan

yang ada di tayangan televisi tersebut. Saat ini tidak sering kita lihat bahwa masih banyak tayangan televisi yang berisikan tentang perkelahian, perselingkuhan, narkoba dan lain sebagainya. Yang dikonsumsi oleh masyarakat setiap hari dengan label sinetron dan sebagainya. tentunya tayangan tersebut merupakan tayangan yang tidak mendidik, tidak bermanfaat, dan mengandung kekerasan di tayangan tersebut.

Saat ini dunia pertelevisian Indonesia terlalu banyak atau terlalu fokus pada hiburan belaka saja yang hanya membodohi *audience* terutama generasi anak-anak dan generasi muda karena menayangkan program acara yang tidak sesuai nilai-nilai luhur budaya bangsa. Tayangan pertelevisian di Indonesia saat ini bukannya mencerdaskan bangsa tetapi malah sebaliknya menggiring *audience* pada kebodohan mentalitas dan moralitas.

Pada kasus yang dibahas dalam penelitian ini yaitu tayangan upin -ipin yang memang secara keseluruhan dapat dikatakan baik bagi perkembangan masyarakat. Khususnya anak-anak, namun setelah dikaji secara mendalam berkaitan dengan permasalahan tayangan tersebut, didapati bahwa ada sedikit permasalahan pada penggunaan Bahasa Melayu (Malaysia) pada tayangan tersebut. Hal ini tentunya membawa dampak pada perkembangan berbahasa anak-anak Indonesia yang mulai gemar menggunakan Bahasa Melayu, dalam kesehariannya, walaupun hanya dalam batasan candaan saja. Setelah diteliti dengan tahapan survey deskriptif, mendapatkan hasil penelitian melalui beberapa pengukuran indikator penelitian antara lain adalah

Tayangan upin-ipin MNC tersebut, menonjolkan fungsi informatif khususnya pada isi pesan yang ada dalam tayangan tersebut, diantaranya tayangan tersebut sering menonjolkan pesan-pesan yang memberikan dampak pada pengetahuan bagi anak-anak maupun orang tua yang menontonnya. Misalnya dengan adanya tayangan upin-ipin dengan tema

ilmu pengetahuan, pariwisata, budaya, social, ekonomi dan sebagainya. Dengan begitu masyarakat atau penonton yang melihat tayangan upin-ipin tersebut termasuk juga anak-anak banyak mendapatkan manfaat informasi yang baik serta memberikan tambahan wawasan diberbagai bidang.

Tayangan Upin-Upin MNC TV juga berdasarkan penelitian ini, menonjolkan fungsi edukatif khususnya pada isi pesan yang ada dalam tayangan tersebut, diantaranya tayangan tersebut sering menonjolkan pesan-pesan yang menonjolkan pengetahuan tentang informasi Pendidikan, antara lain adalah belajar membaca, rajin belajar, rajin bekerja dan lainnya, yang tentunya sangat bermanfaat bagi anak-anak dan orang tua yang menontonnya, serta memberikan dampak peningkatan pengetahuan bagi anak-anak tersebut.

Stasiun Televisi MNC TV yang merupakan bagian dari MNC group juga menjadi faktor perhatian utama tayangan upin-ipin MNC tersebut, karena memang kebanyakan masyarakat baik anak-anak sudah mengetahui tentang keberadaan stasiun televisi MNC TV tersebut, yang memang sudah sangat tenar di masyarakat Indonesia, faktor televisi yang sudah terkenal, mampu memberikan daya tarik tersendiri bagi pemirsa dalam memilih tayangan yang digemari dan berkualitas.

Berkaitan dengan persepsi orang tua pada tayangan Upin-Ipin tersebut banyak orang tua yang kurang setuju dengan penggunaan Bahasa Melayu pada tayangan Upin-Ipin tersebut, karena akan membawa dampak pada cara berbahasa anak-anak yang akan lebih suka menggunakan Bahasa Melayu yang diselalu disajikan pada tayangan Upin -Ipin tersebut. Orang tua lebih banyak setuju dengan penggunaan Bahasa Indonesia pada tayangan Upin-Ipin tersebut, karena akan membawa dampak positif pada cara berbahasa anak-anak yang akan lebih suka menggunakan Bahasa Indonesia dengan baik dan lancar.

## **KESIMPULAN**

1. Terlihat jelas pada Tayangan Upin-Upin MnC TV sangat dominan dan menonjol, diantaranya tayangan tersebut sering menonjolkan pesan-pesan tentang informasi Pendidikan, antara lain adalah belajar membaca, rajin belajar, rajin bekerja dan lainnya, yang tentunya sangat bermanfaat bagi anak-anak dan orang tua yang menontonnya, serta memberikan dampak peningkatan pengetahuan bagi anak-anak tersebut.

2. Fungsi hiburan pada tayangan Upin-Ipin terlihat jelas pada isi pesan yang ada dalam tayangan tersebut, diantaranya tayangan tersebut sering menonjolkan pesan-pesan hiburan pada penonton diantaranya adalah tayangan upin ipin sangat lucu dan menarik perhatian penonton khususnya anak-anak dengan cara berbicaranya, gaya rambutnya yang lucu serta ceritanya yang lucu. masyarakat secara keseluruhan dari anak-anak sampai orang dewasa merasa terhibur dengan tayangan upin-ipin tersebut.

3. Banyak orang tua yang kurang setuju dengan penggunaan Bahasa melayu pada tayangan Upin-Ipin tersebut, karena akan membawa dampak pada cara berbahasa anak-anak yang akan lebih suka menggunakan Bahasa melayu yang dselalu disajikan pada tayangan Upin -Ipin

tersebut. Orang tua lebih banyak setuju dengan penggunaan Bahasa Indonesia serta adanya text.

## **SARAN**

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, dapat di sarankan beberapa hal sebagai masukan bagi pihak terkait, televisi maupun pemerintah, antara lain adalah :

1. Ada baiknya setelah selesai menonton tayangan animasi Upin Ipin yang temanya belajar berhitung atau membaca, anak – anak langsung mempraktekan cara belajar tersebut agar ketika mereka berada di sekolah mereka tidak lupa bagaimana cara berhitung dan membaca yang benar.

2. Orang tua perlu mendampingi anak-anak secara intensif ketika menonton tayangan Upin-Ipin, terlebih pada saat adanya kalimat menggunakan Bahasa melayu, perlu langsung di jelaskan maknanya dalam Bahasa Indonesia.

3. Pihak stasiun televisi, perlu menggunakan terjemahan, dalam bentuk Bahasa Indonesia, baik secara dubbing, maupun adanya text pendukung pada saat tayangan Upin-Ipin tersebut.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Ardianto. Elvinaro. 2007. Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi.

Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Buku profil dan data Kelurahan Taratara 2 kecamatan Tomohon Barat. 2018

Cangara, Hafied. 1998, Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Effendy, Onong Uchjana. 1986. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung :

PT. Citra Aditya Bakti.

Effendy, Onong Uchjana 2002. Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis. Bandung:

PT.Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2003, Prinsip – prinsip dasar komunikasi.Bandung : PT

Remaja Rosdakarya

Rakhmat, Jalalludin, 2004. Metode Penelitian Komunikasi, Remaja Rosdakarya, Bandung.

Santoso Edie , Setiansah Mite, 2010 Teori Komunikasi, cetakan 1, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Sobur, Alex. 2006. Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana,  
Analisis Semiotik, dan Analisis Framing. Cet. 4. Jakarta: Kencana

Sugiono, 2004. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Alfabet

Sugiono, 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung  
Alfabeta.

Suprpto, Tommy. 2011. Pengantar Ilmu Komunikasi. Yogyakarta: CAPS

Suprpto, Tommy. 2006. Pengantar Teori Komunikasi, Cetakan Pertama, Yogyakarta:  
Media Pressindo.

**Website :**

<http://www.ipank.co.id/para.tokohfilm/upin/dan/ipin>

[diakses pada Selasa 26 februari 2019 Pukul 22 : 00 ]

<http://www.wikipedia.com>

[diakses pada Jumat 22 Februari 2019 Pukul 13 : 45 ]