

Cinta, “Perjuangan Kelas”, dan Kekerasan: Analisis *Framing* Ideologi di Balik Film Televisi (FTv) di Indonesia

Refti Handini Listyani ^{1,2} , Fransiscus Xaverius Sri Sadewo ^{*,2} ,
Rachmah Ida ³ , dan Emy Susanti ³ 

¹ Program Studi Ilmu Sosial, Program Doktorat, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga, 60286, Surabaya, Provinsi Jawa Timur, Indonesia

² Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya, 60231, Surabaya, Provinsi Jawa Timur, Indonesia

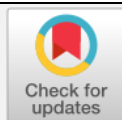
³ Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga, 60286, Surabaya, Provinsi Jawa Timur, Indonesia

* Korespondensi: fxsadewo@unesa.ac.id

INFO ARTIKEL

Info Publikasi:

Artikel Hasil Penelitian



Sitasi Cantuman:

Listyani, R. H., Sadewo, F. X. S., Ida, R., & Susanti, E. (2022). Love, “Class Struggle”, and Violence: Framing Analysis on the Ideology behind Film Television (FTv) in Indonesia. *Society*, 10(2), 271-288.

DOI: [10.33019/society.v10i2.319](https://doi.org/10.33019/society.v10i2.319)

Hak Cipta © 2022. Dimiliki oleh Penulis, dipublikasi oleh Society

OPEN  ACCESS



Artikel dengan akses terbuka.

Lisensi: Atribusi-NonKomersial-BerbagiSerupa (CC BY-NC-SA)

Dikirim: 1 Maret, 2021;

Diterima: 14 Desember, 2021;

Dipublikasi: 10 November, 2022;

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang ideologi apa yang ditawarkan Film Television (FTv) selama pandemi COVID-19 dan bagaimana ideologi tersebut berkembang dalam FTvi menggunakan analisis framing dan pendekatan perspektif gender. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada dua ideologi tersembunyi sebagai berikut. Pertama, rumah produksi FTV mengusung ideologi patriarki dengan mengangkat tema-tema yang mendiskriminasi perempuan melalui stereotip terhadap perempuan yang muncul dalam cerita. Kedua, rumah produksi FTV mengusung ideologi feminisme, dengan tema yang memposisikan perempuan sebagai superordinat. Perempuan menempati kelas sosial yang lebih tinggi daripada laki-laki. Perempuan menentukan hidup mereka sendiri; bahkan perempuan memiliki kekuasaan atas laki-laki. Secara akademis, temuan ini diharapkan dapat menambah kajian teoritis dalam sosiologi komunikasi dan penelitian media tentang bagaimana kekuatan pengetahuan dalam FTV mempengaruhi penonton dan memberikan kontribusi informasi, serta memperkaya pengembangan penelitian tentang relasi gender dan kekerasan.

Kata Kunci: Analisis Framing; Cinta; Film Televisi; Ideologi; Kekerasan; Kelas

1. Pendahuluan

Kekerasan di kalangan remaja usia 12 tahun ke atas mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Kabar terbaru adalah kasus pembunuhan balita yang dilakukan oleh seorang remaja (15 tahun) di Jakarta. Dia secara eksplisit mengakui bahwa film tertentu mengilhami pembunuhan. Film ini bergenre *thriller*. Dengan tenang, dia melaporkan kejadian dan jasad korban ke polisi. Saat ini, polisi masih mencurigai pelaku memiliki masalah psikologis.

Terlepas dari dugaan masalah psikologis, peristiwa itu dapat diibaratkan seperti puncak kecil gunung es di lautan. Beberapa bentuk kekerasan lain yang dilakukan oleh remaja, mulai dari tawuran hingga *bullying* (Mena-Rodriguez & Velasco-Martínez, 2017; Gilbert, 2002; Rivera & Fincham, 2015). Kasus *bullying* terakhir yang menghebohkan adalah kasus bunuh diri yang dilakukan oleh seorang siswi SMP di Jakarta. *Bullying* ini menunjukkan tindakan kekerasan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok, sehingga mengakibatkan individu tersebut mengalami stres dan depresi (Espelage et al., 2012; Foshee et al., 2014). Stres dan depresi ini mengarah pada bunuh diri ketika tidak mendapatkan perhatian yang cukup serius.

Tindakan kekerasan ini bukanlah peristiwa yang berdiri sendiri. Tindakan kekerasan dilakukan "tanpa" rasa bersalah karena ada "sosialisasi" yang seolah-olah dianggap biasa. Salah satunya melalui televisi dan film (Groves et al., 2016; Rueda et al., 2019; Whitney & Wartella, 2015). Intensitas menonton televisi dan film patut dicurigai sebagai salah satu sumber pengetahuan tentang aksi kekerasan (Ejaz et al., 2020; Forsyth et al., 2019; Wartella et al., 2016). Hal ini tidak terlepas dari intensitas anak-anak dan remaja yang menggunakan atau menonton televisi dan film (Ojanen et al., 2015; Patton et al., 2014; Taylor et al., 2019). Pada tahun 2003, misalnya, survei Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia menunjukkan bahwa waktu menonton televisi telah mencapai 25 hingga 30 jam seminggu (Sadewo et al., 2007). Intensitas meningkat di antara anak-anak di atas usia 10 tahun ke atas ketika sumber tontonan bervariasi. Mereka menonton tidak hanya di televisi tetapi menonton film di bioskop dan warnet, bahkan menggunakan *smartphone*.

Film Televisi (selanjutnya disebut FTv) adalah jenis film yang diproduksi untuk televisi yang dibuat oleh stasiun televisi atau rumah produksi dengan durasi 120 menit sampai dengan 180 menit dengan berbagai tema seperti remaja, tragedi kehidupan, cinta, dan agama. Hal ini berbeda dengan film-film besar yang ditayangkan di televisi. Fenomena kekerasan di atas tidak terlepas dari tayangan televisi yang menampilkan berbagai pilihan film televisi.

Banyak penelitian tentang film dan televisi telah dilakukan, termasuk penelitian dengan judul "*Doing Women's Film & Television History: Locating Women in Film and Television, Past and Present*", oleh Arnold dan O'Brien. Penelitian ini mengungkapkan bahwa telah terjadi ketidakhadiran dan marginalisasi perempuan dalam produksi film dan televisi, pengarsipan atau pelestarian, dan representasi (Arnold & O'Brien, 2021). Davis dan Abelman juga pernah melakukan penelitian serupa berjudul "*Families and Television: An Application of Frame Analysis Theory*". Penelitian menunjukkan bahwa hanya sedikit orang tua yang terlibat atau secara aktif melakukan kontrol atas konsumsi, interpretasi, dan penggunaan informasi televisi anak-anak mereka. Keluarga yang sering memberikan kesempatan kepada anak-anak untuk bereksperimen dengan menafsirkan dan menyusun tindakan memungkinkan anak-anak untuk mengembangkan *framing*, yang pada gilirannya menyusun penggunaan televisi mereka (Davis & Abelman, 2020).

Riva dan Cefalo melakukan penelitian selanjutnya dengan judul "*Images of childhood in the television framing*". Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan anak-anak dan remaja dengan kesesuaian substitusi dan konotatif masih merupakan praktik umum dalam memproduksi dan mengkonstruksi informasi televisi lokal. Dinamika ini menyiratkan

dekontekstualisasi suatu fakta atau peristiwa dan berikut rekontekstualisasi dalam format dan standar yang khas untuk media massa (Riva & Cefalo, 2014). Dari beberapa penelitian di atas, belum ada penelitian yang menggunakan teknik analisis framing Robert M. Entman untuk mengungkap ideologi di balik tayangan film televisi.

Film televisi mulai diproduksi di Indonesia pada awal tahun 1995 yang dipelopori oleh salah satu stasiun TV swasta, SCTV. Dari dulu hingga sekarang, FTv menjadi andalan stasiun TV ini. Kemunculan FTv ini dibuat untuk menjawab kejenuhan penonton dengan sinetron. Sejak itu, semakin banyak FTv bermunculan.

Di Indonesia, film televisi sangat populer, terutama film televisi dengan tema percintaan remaja dan film televisi bertema religi. Tema yang akrab dengan kehidupan sehari-hari akan menarik perhatian penonton. Secara umum yang paling banyak diangkat adalah tema-tema percintaan antara masyarakat desa dan perkotaan, kehidupan kampus, sekolah, pemuda, dan sebagainya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi teks-teks dalam FTv yang memperkuat alur cerita dan karakter tokoh serta menganalisis ideologi yang dikembangkan oleh FTv.

2. Studi Pustaka

2.1. Sejarah dan Perkembangan Televisi dan Film

Film dan televisi seperti dua sisi mata uang. Televisi merupakan media komunikasi berupa audio visual yang menyajikan berbagai informasi terkini dan menyebarkanluaskannya kepada masyarakat luas. Film merupakan media komunikasi audio visual untuk menyampaikan pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu. Kehadiran televisi tidak lepas dari penemuan film. Peralatan syuting, seperti kamera, digunakan oleh televisi. Rekaman film diproses dan ditransfer melalui stasiun televisi. Televisi merupakan penerima gelombang yang dikirimkan oleh stasiun televisi. Oleh karena itu, peneliti selalu mengaitkan dengan film ketika membahas sejarah televisi.

Namun, dalam sejarahnya, film juga berpindah dari televisi ketika bioskop didirikan (Caldwell, 2005; Baughman, 2015; Panuju & Juraman, 2019). Bioskop ini, dalam sejarahnya, dengan cepat menggantikan gedung opera. Opera dapat bertahan tidak lain dari campur tangan kelas sosial tertentu. Opera Broadway telah menjadi bagian dari modal budaya masyarakat elit Amerika Serikat, serta opera di beberapa negara Eropa (Kerr, 2020; Meehan, 2007; Sobchack, 1996).

Pada gilirannya, industri film dan perfilman menghilangkan drama era itu (Toniel, merupakan seni sandiwara yang tumbuh di Indonesia karena pengaruh orang Turki. Sebab untuk pertama kalinya diperkenalkan oleh seniman-seniman Orientalis). Di Indonesia, pengenalan televisi dilakukan pada masa pemerintahan Soekarno (Ardiyanti, 2017; Panuju & Juraman, 2019; Sudibyo & Patria, 2013). Wikipedia mencatat bahwa mengutip dari berbagai sumber, televisi awal diperkenalkan pada tahun 1955 ketika bekerja sama dengan pemerintah Uni Soviet (sekarang Rusia) pada hari jadi Yogyakarta. Dalam enam tahun berikutnya, sebagai persiapan Asian Games, pemerintah membentuk panitia penyiaran. Panitia ini melakukan uji coba siaran pada upacara kemerdekaan Indonesia ke-16 (17 Agustus 1962) di Istana Merdeka. Tujuh hari kemudian, pada 24 Agustus 1962, panitia melakukan siaran langsung pembukaan Asian Games ke-4 di Gelora Bung Karno.

Perhatian terhadap televisi semakin kuat selama era Suharto (Ardiyanti, 2017; Panuju & Juraman, 2019; Sudibyo & Patria, 2013). TVRI mendirikan beberapa stasiun televisi, mulai dari Yogyakarta (1965), Medan (1970), Makassar (1972), Balikpapan (1973), dan Palembang (1974), dan hingga tahun 2001 memiliki 12 stasiun dan 8 studio produksi. Perhatian ini tidak lepas dari

fungsinya sebagai komunikasi untuk program-program pembangunan. Oleh karena itu, untuk menjangkau seluruh wilayah Indonesia, pemerintah Indonesia mengembangkan Sistem Komunikasi Satelit Domestik (SKSD) melalui Palapa A1 (16 Agustus 1976).

Liberalisasi ekonomi yang begitu kuat memaksa pemerintah untuk melepaskan dominasi ini (Meehan, 2007; Sudibyo & Patria, 2013). Para pengusaha melihat potensi ekonomi di sektor penyiaran. Pada tanggal 24 Agustus 1989, RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia) melakukan siaran pertamanya. Tahun berikutnya, SCTV (Surya Citra Televisi) mengudara di Surabaya. Saat itu, ada ketentuan untuk mengembangkan stasiun televisi di tingkat lokal. Artinya, stasiun televisi swasta tidak berbasis di Jakarta. Dalam perjalanannya ketentuan ini kemudian diubah, meski saat ini terdapat puluhan stasiun lokal di luar Jakarta. Hampir setiap kota memiliki stasiun televisi lokal dengan program lokal. Pendek kata, perkembangan pertelevisian tidak terlepas dari kepentingan politik-ekonomi pemerintah saat itu.

2.2. Televisi dan Dampaknya pada Pemuda

World Health Organization mendefinisikan pemuda atau remaja sebagai kelompok usia 15-24. Pemuda lebih mengalir daripada kelompok usia tetap lainnya. Pemuda adalah istilah umum untuk kaum muda di akhir abad ke-19 dan awal abad ke-20. Remaja masa kini menghabiskan sebagian besar waktunya di depan televisi karena televisi merupakan media massa audio visual yang paling murah dan mudah diakses, meskipun acara televisi saat ini didominasi oleh sinetron (Hayati, 2018; Maheshwar *et al.*, 2017). Sinetron ditayangkan di hampir setiap stasiun televisi. Saat ini sinetron ditayangkan pada waktu-waktu tertentu dan hampir setiap saat, baik pagi, siang, sore, maupun malam hari.

Situasi ini membuat remaja Indonesia tidak memiliki tontonan alternatif lain. Alur cerita sinetron biasanya sangat panjang. Hal ini membuat remaja menjadi penonton sinetron (Skrzypiec, 1996; Wartella *et al.*, 2016). Mereka bisa mengikuti lebih dari satu judul sinetron per hari. Remaja juga berusaha menonton sinetron setiap hari agar tidak ketinggalan mengetahui jalan cerita.

Sinetron selalu dibuat berdasarkan rangkaian alur cerita yang sangat panjang. Hal ini pada gilirannya akan menyebabkan emosi penonton bercampur antara apakah masalah dalam cerita akan segera berakhir atau akan muncul masalah baru. Pemecahan masalah dalam sinetron selalu tertunda (Triyono, 2007).

Perilaku menonton sinetron diperkuat ketika lingkungan sekitar remaja juga demikian (Barradas *et al.*, 2007; Broddason, 1991; Lee, 2015; Timperio *et al.*, 2012). Misalnya, sesampainya di sekolah, teman-temannya membicarakan kelanjutan cerita sebuah judul sinetron. Hal ini akan membuat remaja lebih setia menonton sinetron, bahkan yang tidak menonton bisa menjadi penonton, sehingga tidak merasa ditinggalkan oleh teman-temannya. Contoh lainnya adalah jika anggota keluarga remaja menonton sinetron, hal ini juga dapat memicu remaja menjadi penonton sinetron.

Selanjutnya remaja akan memperhatikan tokoh-tokoh dalam sinetron tersebut. Remaja mungkin mengidolakan karakter ini. Mereka kemudian membandingkan perilaku mereka dengan karakter dan mulai meniru perilaku karakter idola mereka. Apalagi jika teman sebayanya melakukan hal yang sama, remaja akan merasa tertinggal jika tidak meniru karakter sinetron idolanya.

Sinetron dibuat berdasarkan cara berpikir dan perasaan perempuan. Perempuan muda kebanyakan menonton sinetron. Perempuan sangat menyukai sinetron, sehingga sinetron sangat populer di kalangan perempuan (Triyono, 2007). Selanjutnya, perempuan sangat tertarik

menonton sinetron karena perempuan lebih mampu mengikuti narasi dengan pola feminin dibandingkan laki-laki (Modleski, 1979).

Realitas hidup disederhanakan dalam arti penting tertentu, diangkat ke televisi, dan kemudian diterima oleh pemirsa sebagai kenyataan. Keadaan ini mengaburkan perbedaan antara realitas dan simulasi dan situasi di mana simulasi menjadi lebih nyata daripada kenyataan.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan perspektif etnometodologi. Dari perspektif etnometodologi, seorang ilmuwan sosial mengungkapkan keteguhan untuk menemukan tatanan nilai yang membingkainya (Garfinkel, 1967; Have, 2004; Lynch, 1997). Pembingkai tatanan nilai telah dikritik oleh ahli teori Marxian, seperti Gramsci dan Althusser. Mereka telah mencatat bahwa keragaman adalah produk dari hegemoni nilai ketidaksetaraan yang ditawarkan kelas sosial tertentu.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi (Creswell, 2013; Hollway & Jefferson, 2000; Silverman, 2004). Pengamatan ini dicatat secara rinci, mulai dari teks di setiap episode dan gerakannya. Selain observasi, pencarian informasi budaya tentang produser FTv dilakukan melalui data sekunder. Informasi tersebut dapat diperoleh melalui jaringan internet – dalam hal ini internet sebagai alat penelitian kualitatif (*internet as a qualitative tool*) (Mann et al., 2010).

Penelitian ini akan mengumpulkan beberapa judul FTv yang tayang antara tahun 2003 hingga 2020 di SCTV. Setelah judul dikumpulkan, peneliti menelusuri, mencari, dan mengumpulkan (*download*) berdasarkan kategori judul yang unik, penggunaan font yang menarik, profil karakter, dan alur cerita.

Analisis *framing* digunakan untuk data yang dikumpulkan dari unit analisis FTv (David & Baden, 2017; Goffman, 1975). Tema setiap episode di FTv dapat diperoleh melalui metode perbandingan konstan. Di dalam tema-tema ini, nilai-nilai khusus dan universal akan ditemukan (Priest, 2021). Perbedaan menunjukkan pengaruh budaya pada tema. Selain itu, triangulasi membandingkan dengan hasil penelitian sebelumnya.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1. Judul Unik FTv

Ada beberapa cara stasiun televisi menarik investor FTv (pengiklan). Cara pertama adalah waktu siaran. Cara kedua adalah artis di FTv. Cara ketiga adalah judul FTv. Judul mencerminkan tema sekaligus target audiens yang dibidik. Saat melihat judulnya, penonton sudah tahu jalan ceritanya. Judulnya menarik perhatian penonton. Manajer rumah produksi memberikan judul yang mengejutkan dan menarik. Judul mendorong rasa ingin tahu.

Tabel 1. Judul FTv yang ditayangkan oleh SCTV

No.	Tahun	Judul	Production House
1.	2003	Saos Merah di Gaun Putih	MVP
2.	2007	Cowok Pingitan	MVP
3.	2012	Perjaka Manis Jatuh Cinta	MVP
4.	2014	Pacar Jatuh Tempo	MVP
5.	2017	Buruan Kawinin Gue	MVP

No.	Tahun	Judul	Production House
6.	2017	Akal Bulus Kucing Kampus	MVP
7.	2012	Andai Cintaku Seperti FTV	MD Entertainment
8.	2013	Gak Sudi Mati Jomblo	MD Entertainment
9.	2013	Cintaku Nyangkut di Jarum Jahit	MD Entertainment
10.	2013	Sesama Pejuang Cinta Dilarang Saling Mendahului	MD Entertainment
11.	2013	Ada Cinta Diulekan Rujak	MD Entertainment
12.	2014	Lelaki Sejati Pasti Oper Gigi	MD Entertainment
13.	2017	Kalau Lupa Jangan Cinta	MD Entertainment
14.	2011	Membawa Cinta dari Merapi	Screnplay Production
15.	2015	Satpam Pejuang Cinta	Screnplay Production
16.	2016	Penjual Strawberry Pujaan Hati	Screnplay Production
17.	2017	Pura-pura cinta beneran	Screnplay Production
18.	2018	Cinta Jebakan Betmen	Screnplay Production
19.	2020	Buanglah Cinta pada Tempatnya Bambang	Screnplay Production
20.	2020	Dari Security Bidadari turun ke Hati	Screnplay Production
21.	2020	Awas Jatuh Cinta nanti Nikah Beneran	Screnplay Production
22.	2020	Sandiwara Cinta Pangeran Agung Sejagat	Screnplay Production
23.	2019	Ratu Diskon Cintanya Limited Edition	SinemArt
24.	2017	Pacar Bayaran	SinemArt
25.	2017	Pacar untuk Adikku	SinemArt
26.	2016	Supir Ganteng Idaman Hati	StarVision
27.	2018	Polisi Ganteng Mah Bebas	StarVision
28.	2019	Jodoh Mewah buat Nyokap	StarVision
29.	2019	Awalnya kasih Mawar Akhirnya Kasih Mahar	StarVision
30.	2020	Abang Becak yang Kusayang	StarVision
31.	2020	Toko Bangunan Secret Love	StarVision
32.	2014	Mr. Hutang I Love You	Frame Ritz
33.	2014	Gado-gado Cinta	Frame Ritz
34.	2014	Ketusuk Paku Cinta Tukang	Frame Ritz
35.	2015	Satpam Pencopet Hati	Frame Ritz
36.	2015	Abang Jantan Sempurna	Frame Ritz

Sumber: Data Primer (2020)

Jika memperhatikan **Tabel 1**, kata “cinta” atau sejenisnya menjadi ciri khas dari setiap judul FTV masing-masing rumah produksi. Pengganti kata “cinta” adalah “jatuh hati”, yang juga berarti menaruh cinta atau kasih pada seseorang. Kata-kata seperti itu ditunjukkan dengan “hati”, seperti “Penjual Strawberry Pujaan Hati”. Menggunakan analisis semiotik, “pujaan hati” adalah dua suku kata, pujaan dan hati. Suku kata pujaan adalah puja. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, puja berarti hormat (kepada Tuhan). Pujaan berarti sesuatu atau orang yang disembah. Kata “pujaan hati” berarti sesuatu yang diinginkan atau diharapkan dalam hati.

Ada judul serupa yang dibuat oleh StarVision, “Supir Ganteng Idaman Hati”. Kata “idaman” tidak berbeda dengan pujaan. Sekali lagi jika mengacu pada Kamus Besar Bahasa Indonesia, idaman berasal dari kata idam dan akhiran an. “Idaman” berarti sesuatu yang

didambakan (diharapkan). Arti kedua adalah aspirasi atau keinginan. Kamus Besar Bahasa Indonesia memberikan contoh dengan kata "pria idaman" yang artinya; pria ideal yang diidamkan wanita (paling dicari). Kata "*cinta*" dan "*hati*" menjadi penanda yang jelas bagi kelompok sasaran pemirsa FTv, yakni remaja.



Gambar 1. Tampilan Penulisan Judul FTv
Sumber: Data Primer (2020)

Sedangkan pemberian judul yang unik dilakukan untuk menarik minat kelompok sasaran yang potensial. Pada saat yang sama, judul itu diberikan untuk merujuk pada peristiwa atau konteks "jatuh cinta". Misalnya, judul "Ada Cinta di Ulekan Rujak" merujuk pada seorang aktor yang menjadi pedagang rujak. Hal yang sama juga terjadi pada "Supir Ganteng Idaman Hati", dimana salah satu aktornya adalah seorang sopir. Kata "satpam" artinya salah satu aktornya adalah seorang satpam. Sebutan Gado-Gado Cinta juga kurang lebih sama. "Gado-Gado" (salad Indonesia yang terdiri dari sayuran yang direbus, atau dikukus dan telur rebus, kentang rebus, tahu dan tempe goreng, dan lontong - nasi yang dibungkus daun pisang, disajikan dengan saus kacang) menjadi konteks hubungan cinta antar aktor.

Ciri khas lainnya adalah penggunaan huruf-huruf lucu dalam judul-judul tersebut. Huruf-hurufnya sering diwarnai, dan jenis "*font*" tampak seperti komedi. Jenis *font* ini dilanjutkan dengan penulisan nama masing-masing karakter dengan memberikan warna. Warna yang dipilih juga unik, seperti *pink*, *orange*, dan *biru*. Hal ini dilakukan, terutama oleh MD Entertainment dan StarVision.

4.2. Antara Yang Kaya dan Yang Miskin

FTv adalah film murah atau sinetron. Pertama, pembuatannya tidak memakan waktu lama karena hanya satu episode. Kedua, FTv tidak menggunakan berbagai teknologi film yang canggih, apalagi teknik komputer. Ketiga, pemain biasanya direkrut dengan bayaran yang relatif lebih rendah daripada di sinetron dan film layar lebar. Para pemainnya bukanlah artis terkenal di layar lebar tetapi bisa menjadi terkenal dan direkrut ke dalam film. Beberapa artis melihat FTv sebagai batu loncatan untuk mendapatkan ketenaran dalam film tersebut.

Dengan catatan ini, manajer rumah produksi menyiasati waktu yang singkat itu dengan beberapa strategi. Salah satunya adalah ciri-ciri karakter ditampilkan secara tertulis di samping

gambar. Ini membantu penulis naskah dan sutradara membuat adegan yang menunjukkan karakter. Penonton cukup membaca informasi atau identitas karakter di awal. Hal ini berbeda dengan sinetron dan film, membuat penonton mengkategorikan karakter tersebut. MD Entertainment melakukan metode ini.



Gambar 2. Tipe A – Profil Orang Biasa/Miskin/Rendah



Gambar 3. Tipe B – Profil Orang Kaya/Eksekutif/Tinggi

Jika memperhatikan **Gambar 2** dan **Gambar 3**, pemirsa FTV akan langsung mengetahui siapa yang kaya dan siapa yang juga berperan sebagai orang miskin. Pertama, orang kaya akan diberi nama yang khas. Beberapa menunjuk ke nama-nama yang bukan asli Indonesia atau lebih seperti nama barat, seperti Cynthia. Atau, namanya sering langsung merujuk pada kekayaannya, seperti Sultan dan Pangeran. Tentu saja, nama seperti itu tidak pernah ada dalam kehidupan sehari-hari. Sedangkan nama orang miskin atau orang yang kurang beruntung biasanya merujuk pada keunikan nama lokal, bahkan dengan syarat objektif tertentu, seperti Udin yang merujuk pada nama orang dewasa dari desa/kampung.

Terlepas dari nama, manajer rumah produksi membangun (*framing*) karakter melalui atribut yang dikenakan oleh para karakter. Pembentukan karakter dimulai dari aksen bahasa yang digunakan, orang kaya yang sangat fasih berbahasa Inggris. Orang kaya juga menggunakan kendaraan berkelas, rumahnya bertiang-tiang, seperti gedung-gedung Yunani, pakaiannya berjas dan berdasi, dan pekerjaannya adalah pengusaha atau eksekutif. Hal sebaliknya terjadi pada aktor miskin yang harus berbahasa Jawa *medok*, menggunakan sepeda motor, rumah tradisional, dan sejenisnya, hingga pakaian tradisional.

Tabel 2. Atribut yang dibingkai dalam FTV yang disiarkan SCTV

No.	Atribut	Kaya	Miskin
1.	Nama	Nama yang digunakan lebih modern atau lebih kebarat-baratan	Simple name
2.	Bahasa gaul	Berbicara Bahasa, Bahasa Inggris, Bahasa gaul Jakarta (<i>Loe-Gue</i>)	Regions: Betawi, Sundanese and Javanese (Medok)
3.	Wajah	Ras campuran	Local race
4.	Kendaraan	Sedan atau sejenisnya	Motor tua (Honda C70) atau mobil Pick Up/Toyota Kijang tua
5.	Rumah	Berjenjang dengan Pilar	Sederhana, Tradisional
6.	Pakaian	Setelan dengan Dasi atau Gaun	Pakaian tradisional, T-shirt, dan lain-lain
7.	Pekerjaan	Wiraswasta, Eksekutif	OB (<i>office boy</i>), pembersih jalan, tukang parkir, sopir, petani, dan lain-lain
8.	Pendidikan	Pelajar, luar negeri	SMA, tidak berpendidikan

Sumber: Data Primer (2020)

Jika melihat observasi di FTV yang terangkum dalam **Tabel 2**, apa yang dibingkai oleh penulis naskah tentang si kaya dan si miskin tidak jauh berbeda dengan kategori yang dikembangkan oleh Badan Pusat Statistik dan ilmuwan sosial lainnya. Ukuran atau indikator orang kaya adalah kepemilikan benda-benda yang bernilai ekonomi dan sosial, pendidikan, dan pekerjaan. Kepemilikan kendaraan dinilai sebagai ukuran ekonomi dan sosial. Mobil mewah, seperti sedan atau Jeep, Pajero, Fortuner, dan sejenisnya, tidak hanya bernilai ekonomis. Benda tersebut dapat memiliki nilai sosial. Karena harganya yang mahal dan terlihat bagus, maka kepemilikan suatu benda dapat dinilai secara sosial.

4.3. Kisah Cinta yang Terjal

4.3.1. Bos Jutek VS OB Kece

Semua cerita ini berawal dari seorang wanita yang menempati posisi bos, dan bos ini dikenal sangat galak, jutek, dan *workaholic*. Bos ini bernama Cynthia. Sejak awal bekerja, semua karyawan di perusahaan ini takut dengan bos yang suka jutek ini. Bahkan jika karyawan melakukan beberapa kesalahan di tempat kerja, bos yang jutek tidak akan ragu untuk segera memecat karyawan tersebut. Disini yang pertama menjadi korban kegilaan bos adalah OB yang lalai saat mengepel lantai sehingga bos jatuh, dan terakhir OB dipecat, sehingga bos

memerintahkan sekretarisnya untuk mencari OB baru untuk perusahaan. Pekerjaan OB baru diisi oleh seorang pria bernama Udin.



Gambar 4. Layar FTV "Bos Jutek VS OB Kece"

Singkat cerita, Cynthia dan Udin saling jatuh cinta. Cynthia tahu bahwa Udin adalah orang yang baik dan berbeda. Cynthia jatuh cinta pada Udin sejak lama namun bangga karena Udin hanya seorang OB. Namun ternyata fakta Udin menjelaskan menjadi OB karena terpaksa. Akhirnya semuanya berjalan lancar kembali, dan Udin menjadi manajer perusahaan Cynthia, dan Cynthia kembali menjadi orang yang baik dan ramah dan dicintai oleh karyawan. Udin dan Cynthia berpacaran dan bahagia bersama untuk memajukan perusahaan.

4.3.2. Tertusuk Sate Padang

Migrasi ke Jakarta adalah hal yang sering dilakukan banyak orang, termasuk Ryan. Ryan adalah seorang pemuda dari Padang yang memiliki keinginan besar untuk sukses di Jakarta, Ryan ingin sukses dengan menjual Sate Padang, dan disinilah semua masalah mulai terjadi. Ryan mendapat tentangan dari kekasihnya di Jakarta bernama, Dian. Selain pacarnya, Ryan juga mendapat tentangan dari ibunya, Mak Rose.



Figure 5. Layar FTV "Tertusuk Cinta Sate Padang"

Ryan dan Audi bertemu saat Ryan putus dengan pacarnya. Selama ini Ryan dan Audi semakin dekat, sehingga sering bertemu karena Audi suka makan sate Padang. Ketika Ryan ingin membuka warung sate padang, dia meminta bantuan Audi untuk promosi dengan meminta Audi memotret menu makanan yang ada di toko tersebut, khususnya sate Padang. Ryan fokus ke warung sate Padangnya, dan Audi menjadi pelanggan di warung Ryan. Dan disinilah mereka semakin dekat dan menjadi teman.

Pesan moral yang bisa kita dapatkan di sini adalah kita tidak boleh menyerah ketika berusaha karena hidup itu ada pasang surutnya. Dan orang-orang yang mencintai kita akan selalu menemani dan mendukung kita dalam keadaan apapun, baik sedih maupun senang. Di sini cinta sejati Ryan adalah Audi.

4.3.3. Dikerjar Deadline Cinta Anak Konglomerat

Kisah ini dimulai dengan seorang gadis bernama Dara, yang bekerja di sebuah perusahaan tabloid. Dia bertugas sebagai pencari berita dan mewawancarai orang di sana-sini. Orang tuanya tidak menyetujui pekerjaan ini. Dara dianggap tidak cocok dan menghabiskan waktu.

Suatu hari Dara mendapat tugas untuk mewawancarai seorang konglomerat bernama Pak Rudolf. Konglomerat ini sangat terkenal dan memiliki banyak bisnis yang bonafid. Dara datang ke rumah Pak Rudolf untuk wawancara, dan sesi berjalan dengan baik. Ketika dia pulang dari wawancara, ada sedikit insiden di mobilnya. Putra Pak Rudolf menyelinap ke mobilnya. Namanya Sultan. Sultan adalah putra tunggal Pak Rudolf. Sultan ini menjadi idola di kampus.

Usai wawancara dengan Pak Rudolf, Dara langsung berangkat dan menuju Bogor. Sesampainya di kota, Sultan membawa Dara ke hotel ayahnya untuk membuktikan bahwa dia adalah putra Pak Rudolf. Sesampainya di kantor Dara, bosnya mendesaknya untuk segera mewawancarai Sultan karena ada kabar bahwa Sultan telah kabur dari rumah.

Selama beberapa hari tinggal bersama Dara, Sultan tidur di kantor tempat Dara bekerja. Pak Rudolf mencari Sultan dan mengerahkan semua anak buahnya selama Sultan melarikan diri dan tinggal di rumah Dara. Terakhir, Sultan mengaku kabur karena menolak sekolah untuk urusan bisnis di luar negeri dan tidak ingin melanjutkan bisnis milik keluarganya karena Sultan lebih memilih musik daripada bisnis.

Setelah diyakinkan oleh Dara bahwa bisnis orang tuanya membantu banyak orang, banyak karyawan yang bergantung pada bisnis keluarga mereka, sehingga musik tetap bisa menjadi hobi. Dara juga sempat mendapat masalah di kantor karena beredar di media bahwa dirinya telah menculik seorang anak konglomerat. Sultan meyakinkan ayahnya bahwa dia ingin melanjutkan bisnis keluarganya dengan syarat dia masih bermain musik. Sultan juga menjelaskan bahwa Dara telah membuat Sultan bersedia mengambil keputusan ini. Di akhir cerita, Sultan menjalin hubungan dengan Dara.

4.4. Ideologi Tersembunyi di FTv

Untuk membongkar ideologi sebuah kabar berita, dalam hal ini sinetron dalam bentuk FTv (Film Televisi), Robert M. Entman (1993) menawarkan beberapa hal yang dibahas dalam menelaah berita. Setidaknya ada 4 (empat) hal, yaitu: identifikasi masalah, interpretasi kausal, evaluasi moral, dan terakhir, rekomendasi penanganannya (Entman, 2007; 2010). Singkatnya, orang harus memperhatikan masalah dalam berita, lalu sebab akibat, untuk mengevaluasi orang tersebut dan penanganan selanjutnya. Penelitian juga menambah akhir yang ditawarkan dengan membuat solusi.

Berbeda dengan model Robert M. Entman, peneliti menggunakan tiga sinetron (FTv). Dari ketiga judul FTv tersebut, ada beberapa ideologi yang ditawarkan kepada penonton. Pertama, orang kaya selalu menindas orang miskin, terutama dengan tindakan verbal. Atau dalam hal pelecehan verbal. Hal ini disebabkan oleh kecurigaan orang kaya terhadap orang miskin. Orang miskin dianggap sebagai orang yang menginginkan kekayaan orang kaya. Orang miskin dianggap malas, jadi mereka miskin. Kedua, tidak ada hubungan yang tulus antara orang kaya. Ketiga, hanya dalam satu kasus, yaitu dalam "Dikejar Deadline Cinta Anak Konglomerat", keluarga memiliki harapan untuk memperoleh kekayaan dari pernikahan, selain dari pekerjaan mereka. Keempat, orang kaya atau sejenisnya selalu bersikap iri terhadap orang miskin.

Akibatnya, ada dua hal. Pertama, orang kaya dibenci oleh orang-orang di sekitarnya karena perlakuannya. Kedua, orang miskin mengalami penderitaan akibat perlakuan orang kaya. Orang kaya yang curiga terhadap orang miskin membuat hinaan verbal. Selain itu, mereka bertindak untuk membatasi atau menghalangi usaha orang miskin.

Table 3. Analisis framing berdasarkan konsep Robert M. Entman

Element	Bos Jutek VS OB Kece	Tertusuk Cinta Sate Padang	Dikejar Deadline Cinta Anak Konglomerat
Pemeran	- Cynthia sebagai Atasan (Pemimpin Perusahaan) - Udin, Office Boy (Pegawai perusahaan yang sederhana), pacar Cynthia sebagai eksekutif muda - Siska sebagai sekretaris - Karyawan lain	- Ryan sebagai pendatang dari Padang, sukses di Jakarta. Kaya dan berpendidikan tinggi. Pedagang sate Padang. - Mak Rose adalah ibu Ryan. Dia ingin putranya bekerja di perusahaan sebagai pemimpin. - Dian adalah mantan pacar Ryan yang berselingkuh dengan pacar Audi. - Audi adalah pacar Ryan.	- Dara adalah seorang jurnalis. Keluarga miskin. - Rudolf adalah konglomerat yang sukses dan memiliki berbagai bisnis. - Istri Rudolf adalah seorang ibu rumah tangga. - Sultan adalah seorang siswa, putra Rudolf. - Kepala redaksi. - Teman kerja
Frame	Cinta dan perhatian meluluhkan hati.	Cinta melampaui batas-batas kelas ekonomi.	Cinta melampaui batas-batas kelas ekonomi.
Masalah Identifikasi	- Atasan bertindak sewenang-wenang. - Suka marah dan memecat orang jika melakukan kesalahan. - Pacar Cynthia tidak tulus dalam cinta.	- Dian memutuskan hubungan dengan Ryan karena pekerjaan Ryan sebagai penjual sate. - Karena dia tidak	- Jurnalisme bukanlah pekerjaan yang bergengsi. - Hidup kaya atau mendapatkan pasangan kaya

Element	Bos Jutek VS OB Kece	Tertusuk Cinta Sate Padang	Dikejar Deadline Cinta Anak Konglomerat
		menyukai pekerjaan Ryan, dia menyabot bisnis Ryan dan bangkrut.	adalah harapan orang miskin. • Orang tua kaya akan mewariskan bisnis ini kepada anak-anak mereka. • Pola asuh otoriter. • Anak ingin mandiri.
Interpretasi kausal	Atasan memandang rendah karyawannya.	• Hubungan kekasih tidak boleh melihat status pekerjaan. • Ryan putus asa dan ingin kembali ke kampung halamannya.	• Dara didesak untuk berganti pekerjaan atau mencari pasangan kaya. Sultan meninggalkan rumah. • Ibu Sultan menganggap orang miskin memanfaatkan orang kaya. • Sultan menganggap Dara tidak tulus.
Evaluasi Moral	Ada ketidaktulusan hubungan Kelas Atas (Pacar Cynthia)	• Jangan putus asa. • Keinginan untuk memiliki pasangan yang setara.	• Menjadi jurnalis adalah pekerjaan yang mulia. • Anak-anak tidak boleh bergantung pada kekayaan orang tuanya. • Orang tidak boleh menilai dari luar.
Rekomendasi Penanganan	Tidak perlu dijaui tapi diberi perhatian dan kasih sayang.	• Bertemu Audi. • Mencoba, bersemangat.	• Dara membantu Sultan. • Dara mendapat kesempatan untuk mewawancarai Sultan. • Sultan merasakan kehidupan keluarga Dara yang sederhana.

Element	Bos Jutek VS OB Kece	Tertusuk Cinta Sate Padang	Dikejar Deadline Cinta Anak Konglomerat
			Dara menunjukkan jiwa yang besar dengan mendonorkan darahnya kepada ibu Sultan, meski sempat dihina.
Solusi (Akhir)	- Ada hubungan cinta antara atasan dan <i>office boy</i>. - Tidak ada perbedaan kelas dalam cinta. - Cinta telah mengubah sikap dan tindakan atasan. - Karyawan menyukai atasan.	- Upaya lain yang berhasil. - Hubungan cinta yang tidak mengenal batas antara Ryan dan Audi.	- Ada romansa antara Dara dan Sultan. - Tidak ada perbedaan kelas dalam cinta. - Orang miskin memiliki kemuliaan dalam hidup.

Sebagai evaluasi moral, orang miskin harus terus berusaha untuk mencapai tujuannya. Orang miskin harus tulus terhadap orang kaya. Orang miskin mengambil tindakan apapun terlepas dari diri mereka sendiri. Di sisi lain, orang kaya "dipaksa" menerima keikhlasan dan bersedia mengubah sikap dan tindakannya. Singkatnya, meskipun mereka diperlakukan tidak adil, orang miskin tetap percaya bahwa apa yang mereka lakukan adalah benar.

Dari penilaian moral, orang miskin tidak perlu menjauh dari orang kaya, meskipun mereka dianggap tidak tulus dan berusaha merebut kekayaan. Sementara itu, dalam kasus "Tertusuk Cinta Sate Padang", Ryan, orang yang sebenarnya di kampungnya merupakan dari keluarga kaya, terus memperjuangkan keinginannya untuk mandiri bersama Audi. Audi mampu memperkuat keinginan Ryan yang nyaris digagalkan Dian.

5. Kesimpulan

Dari pembahasan di atas, berdasarkan teknik analisis framing Robert N. Entman, peneliti menemukan bahwa film televisi telah melakukan gerakan *framing* yang dapat menimbulkan pergerakan opini publik menonton tayangan tersebut. Film dan sinetron selalu melihat bahwa penderitaan terjadi ketika mengalami kemiskinan (fisik). Orang-orang berusaha untuk makmur. Hal ini seolah mengingatkan kita pada tulisan Max Weber tentang semangat kapitalisme. Ideologi kemakmuran ada dalam berbagai filsafat Timur dan Barat (Konfusius, Yunani-Romawi, Yudeo-Kristen, dan Shinto). Namun, perspektif masing-masing filosofi ini berbeda, dan orang Yunani-Romawi melihat bahwa perjuangan untuk mencapai kemakmuran dan terus menjadi dewa seringkali harus berakhir dengan kemalangan demi kemalangan.

Jika kita melihat film televisi (FTv) di Indonesia, dengan catatan beberapa produsernya adalah budaya India, dan polanya tidak jauh dari Bollywood. Orang miskin dianiaya, dan orang kaya berperilaku sewenang-wenang. Hal ini tidak terlepas dari ketimpangan sosial yang

berlebihan di India (dan mungkin perasaan yang sama di Indonesia). Di satu sisi, perlakuan sewenang-wenang terhadap orang kaya pada akhirnya ditundukkan oleh ketulusan dan kesederhanaan orang miskin. Di sisi lain, cinta, nilai esensial dari keberadaan manusia, adalah kata kunci untuk menghilangkan arogansi orang miskin.

Film televisi telah mengajarkan penonton bahwa kemiskinan bukanlah akhir dari segalanya. Semangat kerja keras yang diungkapkan oleh Max Weber adalah kata kunci untuk menciptakan kerajaan dunia. Di sisi lain, moralitas adalah panduan untuk hidup dalam masyarakat. Iri dan licik tidak dibenarkan ketika melihat kelompok yang kurang beruntung.

6. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah bersedia bekerja sama yang sebesar-besarnya selama penelitian ini berlangsung.

7. Pernyataan *Conflicts of Interest*

Penulis menyatakan tidak ada potensi konflik kepentingan sehubungan dengan penelitian, kepengarangan, dan/atau publikasi dari artikel ini.

Daftar Pustaka

- Ardiyanti, H. (2017). Perfilman Indonesia: Perkembangan Dan Kebijakan, Sebuah Telaah Dari Perspektif Industri Budaya Cinema In Indonesia: History And Government Regulation, A Cultural Industry Perspective. *Kajian*, 22(2), 79–95. Retrieved from <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/kajian/article/view/1521>
- Arnold, S., & O'Brien, A. (2021). Doing Women's Film & Television History: Locating Women in Film and Television, Past and Present. *Journal of Film and Screen Media*. <https://dx.doi.org/10.33178/alpha.20.01>
- Barradas, T., Fulton, J. E., Blanck, H. M., & Huhman, M. E. (2007). Parental Influences on Youth Television Viewing October Parental Influences on Youth Television Viewing. *The Journal of Pediatrics*, 151(4), 369–373. <https://doi.org/10.1016/j.jpeds.2007.04.069>
- Baughman, J. L. (2015). Television: History. In Elsevier (Ed.), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition)* (pp. 169–172). University Avenue, Madison, WI, USA. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.95063-3>
- Broddason, T. (1991). Icelandic Youth, Television and the Outside World. *Educational Media International*, 28(3), 157–161. <https://doi.org/10.1080/0952398910280311>
- Caldwell, J. T. (2005). Welcome to the Viral Future of Cinema (Television). *Cinema Journal*, 45(1), 90–97. <https://doi.org/10.1353/cj.2006.0001>
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches*. Sage Publications. Retrieved from <http://library.lol/main/A000CDF97760A63A36F28A042A568EE5>
- David, C. C., & Baden, C. (2017). Frame Analysis. In *The International Encyclopedia of Communication Research Methods*. John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1002/9781118901731.iecrm0109>
- Davis, D. K., & Abelman, R. (2020). Book Childhood Socialization. In *Families and Television: An Application of Frame Analysis Theory* (1st Ed., p. 7). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003058779-19>
- Ejaz, Z., Rafiq, N., Zubair, R., & Saleem, H. (2020). Preadolescents Perception of Television

- Violence. *European Journal of Special Education Research*, 6(1), 2501–2428. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3872438>
- Entman, R. M. (2007). Framing Bias: Media in the Distribution of Power. *Journal of Communication*, 57(1), 163–173. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x>
- Entman, R. M. (2010). Media framing biases and political power: Explaining slant in news of Campaign 2008. *Journalism*, 11(4), 389–408. <https://doi.org/10.1177/1464884910367587>
- Espelage, D. L., Basile, K. C., & Hamburger, M. E. (2012). Bullying perpetration and subsequent sexual violence perpetration among middle school students. *Journal of Adolescent Health*, 50(1), 60–65. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2011.07.015>
- Forsyth, C. J., Jr, R. W. B., & Chen, J. (2019). Bullied youth: suicide attempts, planning, ideation, and pre-ideation. *Criminal Justice Studies: A Critical Journal of Crime, Law and Society*, 1–8. <https://doi.org/10.1080/1478601X.2019.1628437>
- Foshee, V. A., McNaughton Reyes, H. L., Vivolo-Kantor, A. M., Basile, K. C., Chang, L.-Y., Faris, R., & Ennett, S. T. (2014). Bullying as a Longitudinal Predictor of Adolescent Dating Violence. *Journal of Adolescent Health*, 55(3), 439–444. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2014.03.004>
- Garfinkel, H. (1967). *Studies in Ethnomethodology*. (E. Cliffs, Ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Gilbert, P. R. (2002). Discourses of Female Violence and Societal Gender Stereotypes. *Violence Against Women*, 8(11), 1271–1300. <https://doi.org/10.1177/107780102762478019>
- Goffman, E. (1975). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press. <https://doi.org/10.1176/ajp.132.10.1093-a>
- Groves, C. L., Prot, S., & Anderson, C. A. (2016). Violent Media Effects: Theory and Evidence. In *Encyclopedia of Mental Health* (pp. 362–369). <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-397045-9.00257-3>
- Have, P. T. (2004). *Understanding Qualitative Research and Ethnomethodology*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- Hayati, L. (2018). Konsep Diri Anak-anak Pengguna Aktif Media Sosial. *Society*, 6(2), 58–64. <https://doi.org/10.33019/society.v6i2.65>
- Hollway, W., & Jefferson, T. (2000). *Doing Qualitative Research Differently: Free Association, Narrative and the Interview Method*. Sage. Retrieved from <http://library.lol/main/DC2AFA46D47C564A327FBCF831CDD5CC>
- Kerr, P. (2020). A forgotten episode in the history of Hollywood cinema, television, and seriality. In *Exploring Seriality on Screen*. <https://doi.org/10.4324/9781003044772-7>
- Lee, H.-S. (2015). Effect of teenager media usage control in the era of media convergence. *Journal of Digital Convergence*, 13(7), 359–366. <https://doi.org/10.14400/jdc.2015.13.7.359>
- Lynch, M. (1997). *Scientific Practice and Ordinary Action: Ethnomethodology and social studies of science*. Brunel University. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511625473>
- Maheshwar, M., Narender, K., Balakrishna, N., & Raghunatha Rao, D. (2017). Media Viewing Habits of Teenagers. *International Journal of Research in Management*, 07(October), 1–9. Retrieved from <http://indusedu.org>
- Mann, C., Stewart, F., Jowkar, A., & Alijani, R. (2010). *Internet Communication & Qualitative Research: A Handbook for Researching Online* (1st ed.). Shiraz University Press. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4278.5768>
- Meehan, E. R. (2007). Watching Television: A Political Economic Approach. In *A Companion to Television* (pp. 238–255). <https://doi.org/10.1002/9780470997130.ch13>
- Mena-Rodriguez, E., & Velasco-Martínez, L.-C. (2017). Gender Violence and Social Networks in

- Adolescents. The Case of the Province of Malaga. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 237, 44–49. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2017.02.009>
- Modleski, T. (1979). The Search for Tomorrow in Today's Soap Operas: Notes on a Feminine Narrative Form. *Film Quarterly*, 33(1), 12–21. <https://doi.org/10.2307/1212060>
- Ojanen, T. T., Boonmongkon, P., Samakkeekarom, R., Samoh, N., Cholratana, M., & Guadamuz, T. E. (2015). Connections between online harassment and offline violence among youth in Central Thailand. *Child Abuse and Neglect*, 44, 159–169. <https://doi.org/10.1016/j.chiabu.2015.04.001>
- Panuju, R., & Juraman, S. R. (2019). Politics of Film Needed by National Film Industry in Indonesia. In *Proceedings of the 1st Annual International Conference on Social Sciences and Humanities (AICOSH 2019)* (pp. 128–131). <https://doi.org/10.2991/aicosh-19.2019.28>
- Patton, D. U., Hong, J. S., Ranney, M., Patel, S., Kelley, C., Eschmann, R., & Washington, T. (2014). Social media as a vector for youth violence: A review of the literature. *Computers in Human Behavior*, 35, 548–553. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.02.043>
- Priest, S. H. (2021). Of Note: Recent Books. *Science Communication*, 43(1), 134–136. <https://doi.org/doi:10.1177/1075547020988219>
- Riva, C., & Cefalo, R. (2014). Images of childhood in the television framing. *Interdisciplinary Journal of Family Studies*, 19(1), 20–39.
- Rivera, P. M., & Fincham, F. D. (2015). *Violence and Crime in the Family: Patterns, Causes, and Consequences*, 9. <https://doi.org/10.1108/S1530-353520159>
- Rueda, H. A., Hoffman, S., & Grytza, K. (2019). Proving their love: Violence and gender norms in descriptions of relationships among rural Mexican adolescents. *Children and Youth Services Review*, 105(May), 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2019.104424>
- Sadewo, F. S., Trilaksana, A., & Affandi, M. A. (2007). *Dari Doraemon dan Sisan hingga Spongebob, Jimmy Neutron dan Fairy Oddparents: Analisis Framing tentang Pengaruh Budaya dalam Pengembangan Tema Film Kartun Produk Asing dan Fungsinya dalam Pembentukan Karakter Anak di Surabaya dan sekitarnya*.
- Silverman, D. (2004). *Qualitative Research: Theory, Method and Practice*. Sage. Retrieved from <http://library.lol/main/798AE09E87B01615FEA1E2FB87137A2F>
- Skrzypiec, G. K. (1996). *Adolescents, Food Behaviour and Television*. University of Adelaide.
- Sobchack, V. ed. (1996). *The Persistence of History (Cinema, Television and the Modern Event)*. New York and London: Routledge.
- Sudibyo, A., & Patria, N. (2013). The Television Industry in Post-authoritarian Indonesia. *Journal of Contemporary Asia*, 43(2). <https://doi.org/10.1080/00472336.2012.757434>
- Taylor, B. G., Liu, W., & Mumford, E. A. (2019). Profiles of Youth In-Person and Online Sexual Harassment Victimization. *Journal of Interpersonal Violence*, 886260518820673. <https://doi.org/10.1177/0886260518820673>
- Timperio, A., Salmon, J., Ball, K., Velde, S. J. te, Brug, J., & Crawford, D. (2012). Neighborhood characteristics and TV viewing in youth: Nothing to do but watch TV? *Journal of Science and Medicine in Sport*, 15(2), 122–128. <https://doi.org/10.1016/j.jsams.2011.07.010>
- Triyono, L. (2007). *Sinetron, Market Disciplining, and Women Utopia*.
- Wartella, E., Lauricella, A. R., Cingel, D. P., & Connell, S. (2016). Children and Adolescents: Television, Computers, and Media Viewing. *Encyclopedia of Mental Health*, 1, 272–278. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-397045-9.00119-1>
- Whitney, D. C., & Wartella, E. (2015). Violence and Media. In *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (pp. 100–104). <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.96026-4>

Tentang Penulis

1. **Refti Handini Listyani** memperoleh gelar Magister dari Universitas Airlangga, Indonesia, pada tahun 2008. Mulai tahun 2018, ia melanjutkan pendidikannya ke program Doktor dalam bidang ilmu sosial di Universitas Airlangga, Indonesia. Penulis adalah dosen pada Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia.
E-Mail: reftihandini@unesa.ac.id
2. **Fransiscus Xaverius Sri Sadewo** memperoleh gelar Magister dari Universitas Airlangga, Indonesia, pada tahun 2010. Penulis adalah dosen pada Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia..
E-Mail: fsadewo@unesa.ac.id
3. **Rachmah Ida** memperoleh gelar Doktor dari Curtin University of Technology, Perth, Australia. Penulis adalah Profesor pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga, Indonesia.
E-Mail: rachmah.ida@fisip.unair.ac.id
4. **Emy Susanti** memperoleh gelar Doktor dari Universitas Gadjah Mada, Indonesia, pada tahun 2003. Penulis adalah Profesor pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga, Indonesia.
E-Mail: emy.susanti@fisip.unair.ac.id