



Efektivitas Serial TV Mempengaruhi Gaya Hidup dan Tren Remaja Kota Banda Aceh

The Effectiveness of TV Series in Influencing the Lifestyles and Trends of Teenagers in Banda Aceh City

Hamdani^{1*}, Fohan Muzakir², Linda Handayani³, M. Iqbal⁴, Desi Safnita⁵

¹Universitas Iskandar Muda, ^{2,3}Universitas Muhammadiyah Mahakarya Aceh, ^{4,5}Universitas Islam Aceh

Email: hamdaniag.71@gmail.com^{1*}, fohanm@gmail.com², lindahandayani091977@gmail.com³, iqbalmuzammil89@gmail.com⁴, desialibi@gmail.com⁵

Article Info

Article history:

Received : 03-07-2026

Revised : 05-07-2026

Accepted : 07-07-2026

Published : 09-07-2026

Abstract

This study aims to analyze the effectiveness of television series in influencing the lifestyles and trends of adolescents in Banda Aceh. As a region that implements Sharia law, the dynamics of adopting Western and Asian popular culture (such as Korean dramas) via audio-visual media present a compelling subject for study. A quantitative descriptive method was employed, utilizing a survey approach with 100 adolescent respondents aged 15–19 in Banda Aceh. Data were collected via questionnaires and analyzed using a simple linear regression test to measure the media's effectiveness. The results indicate that the consumption of TV series is significantly effective in shaping fashion trends, language styles, and consumption patterns among urban adolescents in Banda Aceh. However, a process of "cultural filtering" is evident, wherein adolescents tend to modify these trends to align with local norms and religious values. The study concludes that TV series act as powerful agents of secondary socialization, yet their impact is negotiated against the cultural identity of the Acehnese community.

Keywords: TV Series, Lifestyle, Teen Trends

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas serial televisi dalam memengaruhi gaya hidup dan tren di kalangan remaja di Kota Banda Aceh. Sebagai wilayah yang menerapkan syariat Islam, dinamika adopsi budaya populer barat maupun Asia (seperti drama Korea) melalui media audio-visual menjadi fenomena yang menarik untuk dikaji. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan pendekatan survei terhadap 100 responden remaja berusia 15–19 tahun di Kota Banda Aceh. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji regresi linear sederhana untuk mengukur tingkat efektivitas media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumsi serial TV memiliki tingkat efektivitas yang signifikan dalam membentuk tren busana, gaya bahasa, dan pola konsumsi remaja urban Banda Aceh. Meskipun demikian, terdapat proses penyaringan budaya (*cultural filtering*) di mana remaja cenderung memodifikasi tren tersebut agar tetap selaras dengan norma lokal dan nilai keagamaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa serial TV bertindak sebagai agen sosialisasi sekunder yang kuat, namun dampaknya tetap dinegosiasikan dengan identitas kultural masyarakat Aceh.

Kata Kunci: Serial TV, Gaya Hidup, Tren Remaja

PENDAHULUAN

Para pakar komunikasi dunia jauh-jauh hari sudah mengingatkan bahwa pesawat televisi adalah media massa yang memiliki kontribusi paripurna bagi masyarakat, individu dan budaya



pemirsa yaitu kontribusi positif dan negatif sekaligus. Media audio visual ini memberi pengaruh terhadap individu, masyarakat dan budaya secara kognitif, afektif dan secara psikologis. Bahkan, lebih dari itu televisi bukan hanya mampu merubah suatu tatanan budaya, menghancurkan dan menggantikannya dengan tatanan budaya baru, merubah sikap dan perilaku khalayaknya, melainkan juga televisi mengatur waktu dan bangun tidur kita serta menjadi “kiblat baru” sebagian masyarakat kita dengan konten-kontennya.

Di negara berkembang seperti Indonesia dengan jumlah masyarakat kelas bawah yang dominan lebih dari 60 persen menjadi sasaran empuk bagi bisnis televisi terutama dalam mendongkrak rating sebuah program acara. Kategori pemirsa televisi di negara seperti Indonesia, dapat digambarkan sbb:

1. Kategori crowd, yaitu kelompok pemirsa rata-rata diatas 6 jam perhari yang jumlahnya mencapai 45 %.
2. Kategori Massa, yaitu kelompok pemirsa rata-rata 4-5 jam perhari, jumlahnya antara 20-25 % terdiri dari masyarakat pinggiran kota yang fokus pada hiburan dan sedikit informasi/berita.
3. Kategori khalayak, kelompok pemirsa rata-rata 2-3 jam perhari, mereka terdiri dari masyarakat kelas menengah dan akademisi yang jumlahnya berkisar 10-15 % membagi dua program siaran televisi, meliputi hiburan dan informasi.
4. Kategori audiens, yaitu pemirsa yang 1-2 jam perhari, yaitu kelompok pemirsa yang fokus pada siaran informasi seperti politik, hukum, ekonomi, pendidikan, kesehatan, industri dan berbagai peristiwa kriminal (Makalah KIP Aceh: 2018).

Di Indonesia, televisi mulai ramai dipirsa dan menjadi media massa audio visual pada tahun 1976, setelah pemerintah meluncurkan satelit palapa B2 di tandai dengan bantuan pesawat televisi dari Menteri Penerangan kepada kecamatan dan masyarakat desa seluruh Indonesia. Saat itu, hanya ada siaran TVRI hitam putih (tanpa warna) yang sebagian besar siarannya penyuluhan pembangunan yang fokus intensifikasi pertanian, keluarga berencana dan kesehatan. Dan pengadaan pesawat televisi desa saat itu, semata-mata hanya untuk mendukung program penyuluhan pembangunan intensifikasi pertanian, keluarga berencana dan kesehatan. Sebelum itu, pesawat televisi hanya bisa ditonton oleh satu keluarga atau paling masyarakat sekampung, hanya dengan bantuan kabel pengantar siaran.

Hasil penelitian pada tahun 1976-1982 menunjukkan pentingnya fungsi keberadaan pesawat televisi dalam memasyarakatkan penyuluhan pertanian, keluarga berencana dan kesehatan. Sangat positif merubah wawasan masyarakat desa dan pedalaman, khusus dalam merubah wawasan dan pola pikir masyarakat di kawasan pedalaman. Indonesia berhasil meraih sebuah kemajuan besar dan bidang intensifikasi pertanian melalui peningkatan hasil produksi melalui: pengairan, pengolahan tanah, penggunaan bibit unggul, pemupukan dan pemberantasan hama, alhasil Indonesia berhasil menjadi sebuah negara dengan produksi pertanian dengan berhasil meraih penghargaan swasembada pangan dari badan pangan PBB - FAO (*Federation of Agricultur Organization*) pada tahun 1984.

Saat itu, fungsi edukatif dan informatif pesawat televisi masih sangat kental terutama bagi kalangan masyarakat awam pemirsanya. Jikapun ada siaran hiburan seperti Aneka Ria Safari,



Kamera Ria, dan berbagai siaran film asing tetapi rata-rata bernilai edukasi, moralitas dan pesan-pesan sosial lainnya. Masalahnya, saat itu hanya ada satu pesawat televisi TVRI milik pemerintah, dan tidak ada televisi swasta seperti saat ini. Konten siarannya pun masih bisa dikontrol yang hanya berbau pendidikan dan moralitas yang boleh disiarkan, selebihnya jarang bisa lolos tim sensor yang sangat ketat, apalagi siaran dari luar negeri.

Masalah siaran televisi baru muncul setelah pemerintah Indonesia membuka bebas kesempatan bagi industri siaran bagi media audio visual ini, bagi kalangan swasta pada awal 1990-sejak Pemerintah Indonesia mencanangkan “langit bebas atau langit biru” bagi semua siaran. Sejak itu, mulailah berbagai stasiun televisi muncul sehingga dalam kurun waktu 10 tahun 1990-2000 tidak kurang dari 11 stasiun berdiri, mulai RCTI, SCTV, TPI, Indosiar, ANTV, Global TV, Kompas TV, Metro TV, TV One, Inews TV, Bersatu TV, dan lain-lain semakin meramaikan cakrawala angkasa Indonesia. Persaingan antar stasiun dalam meraih rating mulai terasa, terutama dalam merebut iklan yang jumlahnya cukup besar tiap tahun. Kondisi inilah yang mendorong pemerintah menerbitkan regulasi dalam bidang penyiaran yaitu Undang-Undang (UU) No. 32 tahun 2002, yang intinya selain mengatur perizinan, pengawasan dan konten penyiaran televisi dan radio serta menjadi landasan dibentuknya Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) hingga ke daerah-daerah.

KPI Aceh merupakan perpanjangan tangan KPI Pusat, terutama dalam tugas-tugas utama seperti perizinan media elektronik (televisi dan radio), pengawasan kontens media serta literasi media terhadap masyarakat. Peraturan KPI Nomor: 01/P/KPI/07/2014 tentang Kelembagaan Komisi Penyiaran Indonesia terutama bagian kedua, pasal 3 mengatur tentang fungsi, wewenang, tugas dan kewajiban KPI, yang meliputi sebagai berikut: 1). KPI sebagai wujud peran serta masyarakat berfungsi mewadahi aspirasi serta mewakili kepentingan masyarakat akan penyiaran; 2). Dalam menjalankan fungsinya, KPI mempunyai wewenang meliputi: menetapkan SPS (Standar Program Siaran), menyusun peraturan dan menetapkan P3 (Pedoman Prilaku Penyiaran), mengawasi pelaksanaan peraturan, P3 dan SPS, memberi sanksi terhadap pelanggaran peraturan, SPS dan P3 dan melakukan kordinasi dan atau kerja sama dengan pemerintah, lembaga penyiaran dan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk mengeksplorasi secara mendalam bagaimana serial televisi memengaruhi gaya hidup remaja. Fenomena ini dikaji melalui lensa Teori Kultivasi dan Teori Konstruksi Sosial untuk melihat bagaimana realitas media diadopsi oleh remaja urban. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yang menysasar remaja berusia 15–19 tahun di Kota Banda Aceh dengan kriteria aktif mengonsumsi serial TV minimal dua jam per hari. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) bersama delapan informan remaja dan dua tokoh masyarakat, serta observasi partisantif terhadap perubahan gaya berbusana dan interaksi sosial mereka di ruang publik. Data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi literatur ilmiah terkait. Keabsahan data diuji menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Selanjutnya, seluruh data dianalisis secara interaktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data (data display), dan penarikan kesimpulan untuk memahami negosiasi budaya antara tren media dengan nilai lokal di Banda Aceh.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Siaran Televisi

Siaran Televisi adalah siaran yang dipancarkan stasiun televisi apakah itu siaran berita/informasi, hiburan, laporan wartawan maupun semua bentuk acara yang mendatangkan kesenangan pemirsanya, apakah siaran produksi sendiri, kiriman wartawan atau siaran dari hasil kerja sama dengan pesawat televisi luar negeri. Hanya saja siaran-siaran tersebut terkadang tidak melalui sensor yang benar dari lembaga dalam negeri agar aman dijadikan tontonan masyarakat nusantara, sesuai dengan nilai-nilai yang dianut masyarakat setempat.

Siaran televisi kian hari kian mampu mendatangkan kenikmatan bagi pemirsanya, tidak terkecuali hiburan, permainan, berita/informasi atau liputan dan jenis-jenis siaran lainnya yang mendatangkan keasyikan tersendiri bagi pemirsanya. Siaran televisi memang sempat redup saat internet merajai berbagai tayangan via situs-situs internet seperti tik-tok, Instagram, Youtube, dan lain-lain, bahkan bagi yang suka dengan tayangan pornografi, situs-situs internet bisa menyajikan tayangan seperti film gratis.

Dahulu sejak adanya internet sempat mematikan sejumlah media informasi seperti surat kabar cetak, majalah cetak, jurnal dan media cetak lainnya, yang tersisa hanyalah media-media online (non cetak). Meredupnya media cetak adalah sebuah loncatan besar setelah sekian lama bertahan sebagai media informasi masyarakat di berbagai belahan dunia, termasuk di Tanah Air, Baru pada tahun 2000-an ke atas, media cetak baru kelihatan bangkit kembali, meskipun jumlahnya masih sangat terbatas, berawal dari konten-konten media yang tidak terpenuhi oleh situs online.

Gaya Hidup dan Tren

Gaya/model atau tren hidup adalah sesuatu yang sedang berkembang di kalangan para remaja suatu kota, tidak terkecuali gaya rambut, pakaian, kendaraan (sepeda motor/ mobil), sepatu, atau handphone (HP) di kalangan remaja, ada juga orang tua yang ikut model handphone gaya baru. Gaya hidup ini terus mengalami perubahan/pergantian setiap waktu setahun atau lima tahunan, yang jelas proses pergantian tren tersebut terus mengalami perubahan ke arah lebih baik, lebih modern dan lebih canggih dibandingkan sebelumnya mengikuti zaman. Sedangkan remaja adalah salah satu kelompok usia anak manusia yaitu antara anak-anak dan pemuda (menjelang pernikahan), suatu usia pertengahan yang masih sangat menyukai berbagai pertandingan dan permainan, serta berbagai sensasi. Remaja juga merupakan kelompok usia 10-18 tahun, bahkan dalam Islam usia ini disebut akil baligh saat dimana sebuah usia anak manusia dikenakan wajib atas semua mukallaf.

Gaya hidup dan tren remaja masa kini erat kaitannya dengan teori kultivasi media, di mana paparan serial televisi dan konten digital yang intensif secara perlahan membentuk ulang realitas sosial serta standar nilai di kalangan generasi muda. Melalui proses imitasi dan identifikasi psikologis terhadap karakter-karakter dalam serial populer, remaja mengadopsi elemen-elemen kasat mata seperti tren busana (*fashion*), penggunaan bahasa gaul, hingga perilaku konsumtif yang berpusat pada pemenuhan gengsi kelompok sebaya.

Namun, dalam konteks wilayah spesifik seperti Kota Banda Aceh yang menerapkan hukum syariat Islam, adopsi budaya populer ini tidak terjadi secara mentah-mentah melainkan melalui mekanisme penyaringan budaya (*cultural filtering*). Remaja perkotaan melakukan kompromi



kreatif; mereka tetap mengikuti tren estetika modern atau kultur pop global yang mereka tonton, tetapi memodifikasinya agar tetap selaras dengan norma kesopanan lokal dan nilai-nilai keagamaan yang berlaku di masyarakat. Dengan demikian, gaya hidup dan tren yang berkembang di kalangan remaja Banda Aceh saat ini mencerminkan sebuah ruang negosiasi identitas yang dinamis, di mana dorongan untuk tampil modern berpadu dengan kewajiban mempertahankan integritas kultural daerahnya.

Pengaruh Televisi

Kemajuan teknologi komunikasi sejak awal abad 20 telah melahirkan banyak perubahan dalam kehidupan sosial masyarakat, mulai gaya hidup, pakaian, cara bicara, hubungan keluarga, hubungan sosial bahkan jam tidur hampir semuanya diatur media massa (Dependency Theory). Efek komunikasi massa termasuk televisi di dalamnya, dapat dikaji melalui dua sudut pandang, yaitu; Pertama, efek kehadiran media massa di tengah-tengah kehidupan manusia telah memberikan pengaruh terhadap pola kehidupan mereka seperti aspek ekonomi, sosial, budaya, gaya hidup, penjadwalan kegiatan sehari-hari dan sebagainya. Kedua, pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa baik langsung maupun tidak langsung, baik terencana maupun tidak, telah mempengaruhi khalayak yang meliputi efek pengetahuan dan pemahamannya (efek kognitif), efek pembentukan dan perubahan sikap (efek afektif), dan efek perubahan perilaku (efek behavioral). (Jalaluddin, 2008: 217).

Sementara Steven H. Chaffee, menyebut lima efek media massa, yaitu 1) efek ekonomi, 2) efek sosial, 3) efek pada penjadwalan kegiatan, 4) efek pada penyaluran/penghilangan perasaan tertentu, dan 5) efek pada perasaan orang terhadap media. (Jalaluddin, 2008: 220). Namun, pendapat Steven H. Chaffee ini bertentangan dengan fungsi komunikasi awal yang berkaitan dengan fungsi informasi, fungsi mendidik, fungsi menghibur, dan fungsi mempengaruhi. (Marhaini, 2009: 3). Pengaruh televisi bukan hanya secara positif dan cepat dari berbagai belahan dunia, pengetahuan praktis tentang politik, kesehatan, ekonomi, budaya, pola pikir, gaya hidup dan gaya bicara, melainkan juga pengaruh negatif misalnya, perubahan perilaku yang disadari atau tidak, perubahan budaya (kebiasaan), gaya hidup (live style), pornografi, kekerasan, dan konflik melalui tayangan film, sinetron, infotainment, musik, berita dan sebagainya.

Sementara Mc. Quail menyebutkan ada enam perspektif pengaruh media bagi pemirsa, yaitu Pertama, media bisa dilihat sebagai jendela dunia yang menginformasikan kita semua hal; Kedua, media bisa disebut cermin peristiwa yang menyajikan berbagai jenis tayangan; Ketiga, media sebagai filter yang menyeleksi berbagai tayangan baik yang layak tayang maupun tidak; Keempat, media sering juga disebut penunjuk jalan, mengarahkan ketidak-pastian yang beragam; Kelima, media sebagai forum untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak; dan Keenam, media massa juga sebagai arus informasi dan partner komunikasi yang interaktif. (Mac Quail, 1987: 66).

Dengan semua itu media ingin menunjukkan perannya dalam kehidupan sosial, bukan sekedar media pelepas ketegangan atau hiburan semata, tetapi isi dan informasi yang signifikan dalam proses sosial. Isi media massa merupakan khalayak, otak dari informasi-informasi, sehingga apa yang ada pada media mempunyai peran yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat. Karena itu, pemirsa harus berkemampuan untuk memilah-milah dan bisa memahami apa maksud



media, supaya tidak salah mengartikan suatu tayangan media tertentu karena berpengaruh kuat bagi realitas masyarakat.

Bagi kalangan masyarakat awam berpendidikan rendah di kawasan pedalaman, seperti di Provinsi Aceh, media massa televisi melebihi sekedar sarana hiburan dan informasi. Mereka mengira semua tayangan di televisi adalah realitas peristiwa sebenarnya (fakta) yang terjadi di belahan bumi lain, seperti halnya informasi dalam berita peristiwa, sehingga mereka memirsanya dengan penuh perasaan. Termasuk tayangan film dan sinetron (hasil karya fiksi para seniman) yang diolah sedemikian rupa untuk menarik perhatian pemirsa.

Padahal, budaya media (media culture), menurut Douglas Kellner (1996) dalam bukunya “Media culture: Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Post Modern”, menunjukkan pada suatu keadaan dimana tampilan audio dan visual atau tontonan, telah membantu merangkai kehidupan sehari-hari, mendominasi proyek-proyek hiburan, membentuk opini politik dan perilaku sosial, bahkan memberi supplay materi untuk membentuk identitas seseorang. Media cetak, radio dan televisi, film, internet dan bentuk akhir teknologi media lainnya telah menyediakan defenisi-defenisi untuk menjadi laki-laki dan perempuan, membedakan status-status seseorang berdasarkan kelas, ras maupun seks. Tayangan sinetron dan film India yang ditayangkan sejumlah stasiun televisi swasta nasional memberi pengaruh signifikan bagi kalangan ibu-ibu muda di Aceh, khususnya Kota Banda Aceh, mereka sangat gandrung terhadap para aktor India yang rata-rata simpatik, ganteng dan berpostur tinggi besar, seperti Shahrukh Khan.

Teori Ketergantungan (*Depedency Theory*)

Depedency Theory (teori ketergantungan) dikembangkan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin L. DeFleur (1976), yang menfokuskan perhatiannya pada kondisi struktural suatu masyarakat yang mengatur kecendrungan terjadinya suatu efek media massa (Sanjaya, Sosiologi: 2006). Teori ini pada dasarnya merupakan suatu pendekatan struktur sosial yang berangkat dari gagasan mengenai sifat suatu masyarakat modern, dimana media massa dapat dianggap sebagai system informasi yang memiliki peran penting dalam proses pemeliharaan, perubahan dan konflik pada tataran masyarakat, kelompok atau individu dalam aktifitas sosial masyarakat. Pemikiran terpenting dari teori ini adalah bahwa dalam masyarakat modern, audience menjadi tergantung pada media massa sebagai sumber informasi bagi pengetahuan tentang dan orientasi kepada, apa yang terjadi dalam masyarakatnya. (Bungin, Sosiologi, 2006).

Menurut (Sanjaya, 2002) pembahasan lebih lanjut mengenai teori ini ditujukan pada jenis-jenis efek yang dapat dipelajari melalui teori ini. Secara ringkas kajian terhadap efek tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut: (a) Kognitif, menciptakan atau menghilangkan ambiguitas, pembentukan sikap, agenda setting, perluasan system keyakinan masyarakat penegasan/penjelasan nilai-nilai; (b) Afektif, menciptakan ketakutan atau kecemasan dan meningkatkan atau menurunkan dukungan moral ; dan (c) Behavioral, yang mengaktifkan atau menggerakkan atau meredakan, pembentukan isu tertentu atau penyelesaiannya, menjangkau atau menyediakan strategi untuk suatu aktivitas serta menyebabkan perilaku dermawan.

Lebih lanjut Ball Rokeach dan De Fluer mengemukakan, bahwa ketiga komponen yaitu audience, sistem media dan media sosial, saling berhubungan satu dengan lainnya, meskipun sifat hubungan ini berbeda antara masyarakat satu dengan lainnya. Setiap komponen dapat pula



memiliki cara yang beragam yang secara langsung berkaitan dengan perbedaan efek yang terjadi. Seperti misalnya system social akan berbeda-beda sesuai dengan tingkat stabilitasnya. Adakalanya, system social yang stabil akan mengalami masa-masa krisis. Sistem sosial yang telah mapan dapat mengalami tantangan legitimasi dan ketahanannya secara mendasar. Dalam kondisi semacam ini akan muncul kecendrungan untuk mendefinisikan hal-hal baru, penyesuaian sikap, menegaskan kembali nilai-nilai yang berlaku atau mempromosikan nilai baru, yang kesemuanya menstimulasi proses pertukaran informasi.

Audience akan memiliki hubungan yang beragam dengan system social dan perubahan-perubahan yang terjadi. Sejumlah kelompok mungkin mampu bertahan sementara yang lainnya akan lenyap. Demikian pula dengan keragaman ketergantungan pada media sebagai informasi dan panduan. Pada umumnya kelompok elit pada masyarakat akan memiliki lebih banyak kendala terhadap media, lebih banyak akses ke dalamnya, dan tidak terlalu tergantung pada media jika dibandingkan dengan masyarakat kebanyakan. Sementara kelompok elit cenderung untuk memiliki akses kepada sumber informasi lain yang lebih cakap dan kompeten, non elit terpaksa tergantung pada media massa dan sumber informasi perorangan yang biasanya kurang memadai. Media massa beragam dalam kualitas, persebaran, reabilitas dan otoritas. (Bungin, Sosiologi, 2006). Untuk kondisi tertentu atau dalam masyarakat tertentu media massa akan lebih berperan dalam memberikan informasi social politik dibandingkan dalam kondisi atau masyarakat lainnya. Selanjutnya, terdapat pula beragam fungsi dari media massa untuk memenuhi berbagai kepentingan, selera, kebutuhan, dan sebagainya.

Teori Konstruksi Sosial

Teori ini berdasar dari filsafat konstruktifisme yang dimulai dari gagasan-gagasan konstruktif kognitif. Menurut Von Glasersfeld, pengertian konstruktif kognitif muncul pada abad ini. Dalam tulisan Mark Baldwin yang secara luas diperdalam dan disebarkan oleh Jean Piaget. Namun apabila ditelusuri, sebenarnya gagasan-gagasan pokok konstruktivisme sebenarnya telah dimulai oleh Giambattista Vico, seorang epistemolog dari Italia, ia adalah cikal bakal konstruktivisme. (Bungin, Sosiologi, 2006). Berger dan Luckmann kemudian melalui Social Construction Of Reality, menulis tentang konstruksi social atas realitas sosial di bangun secara simultan melalui tiga proses, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Proses simultan ini terjadi antara individu satu dengan lainnya dalam masyarakat. Bangunan realitas yang tercipta karena proses sosial tersebut adalah objektif, subjektif dan simbolis atau intersubjektif.

Gagasan awal dari teori konstruksi teori konstruksi sosial media massa ini adalah untuk mengoreksi teori konstruksi sosial atas realitas yang dibangun oleh Berger dan Luckmann (1965). Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, substansi “teori konstruksi sosial media massa” adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas social yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis.

Posisi “konstruksi social media massa” adalah mengoreksi substansi kelemahan dan melengkapi “konstruksi social atas realita”, dengan menempatkan seluruh kelebihan media massadan efek media pada keunggulan “konstruksi social media massa” atas konstruksi sosial atas realita”. Namun, proses simultan yang digambarkan diatas tidak bekerja secara tiba-tiba, namun



terbentuknya proses tersebut melalui beberapa tahap penting. Dari konten konstruksi sosial media massa, proses kelahiran konstruksi sosial media massa melalui tahap-tahap sebagai berikut: (a) tahap menyiapkan materi konstruksi; (b) tahap sebaran konstruksi; (c) tahap pembentukan konstruksi; (d) tahap konfirmasi.

KESIMPULAN

Siaran Televisi yang dipancarkan diseluruh negara di dunia baik negara maju maupun negara miskin, keluarga maju atau keluarga miskin, mereka sama memiliki kehidupan kelas bawah maupun keluarga kelas atas tren menengah ke bawah maupun kelas menengah ke atas. Kelas petani ke bawah maupun kelas pegawai ke atas. Kalangan anak dan remaja maupun kalangan dewasa tetap menggandrungi siaran televisi dewasa hingga kalangan orang tua. Bentuk siaran televisi yang digandrungi beragam mulai dari siaran berita biasa, politik, hukum, pendidikan, olah raga, musik, seni. Intinya bentuk siaran yang digandrungi pemirsa siaran TV adalah yang melahirkan kekaguman, kedahsyatan, para pemirsa. Gaya hidup dan tren konstruksi serial tidak kecuali dalam negeri maupun serial asing rata-rata digandrungi masyarakat, serial drama maupun serial hiburan maupun olah raga lainnya. Gaya hidup maupun tren digandrungi terus menerus tanpa kecuali waktu siang maupun malam, laki-laki maupun perempuan, anak-anak, remaja maupun kalangan dewasa. Kondisi ini baru berubah, pasca fasilitas pesawat televisi mulai tidak banyak digandrungi masyarakat, dan banyak yang menggandrungi handphone kalangan remaja dan digantikan hiburan non televisi. Perubahan Gaya Hidup dan Tren dikalangan remaja terutama remaja asing yang cenderung mencontohi sikap kalangan masyarakat tertentu. Perubahan sikap dan gaya hidup ini dipengaruhi banyak faktor, selain siaran televisi dan perilaku kalangan pemirsa, juga disebabkan oleh sikap masyarakat lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, S., & Adripen, A. (2026). *Pengaruh Drama Korea Terhadap Perubahan Perilaku Remaja Urban*. Jurnal Kinema, 5(2), 165–178.
- Fajria, N., Sari, S. M., Kasmini, L., & Syarfun, S. (2024). *Peran Generasi Muda dalam Melestarikan Tradisi dan Bahasa Aceh Di Era Globalisasi*. Jurnal Edukasi Budaya dan Humaniora, 12(2), 145–156.
- Hidayat, R. (2025). *Dampak Transformasi Digital Pada Perilaku Konsumsi Media: Studi Analisis Penggunaan Platform Streaming di Kalangan Mahasiswa Indonesia*. Siaran Berita Ekonomi dan Komunikasi. Siaran Berita.
- Lestari, S., & Christiani, L. (2025). *Analisis Dampak Kegemaran Menonton Film Drama Korea Pada Perilaku Istirahat Dan Akademis Siswa Menengah Atas*. Jurnal Mediasi Komunikasi, 7(1), 89–101.
- N., & Lestari, P. (2024). *Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Program-Program Televisi*. Jurnal Ilmiah Sosiologi Populer, 6(1), 45–58..
- Pratama, A. Y., & Wijaya, K. (2026). *Analisis Ketergantungan Konten Digital Asing dan Proses Pembentukan Standar Nilai Budaya Baru Pada Perilaku Sosial Generasi Z*. Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosiatri, 14(1), 112–126
- Rahmi, N., Safitri, F., Puspitasari, D. A., Bacin, J. B., & Chairani, F. (2025). *Pendidikan Kesehatan Reproduksi Remaja di SMAN 12 Kota Banda Aceh: Menghadapi tantangan modernitas*. Jurnal Pengabdian Masyarakat (Kesehatan), 7(1), 85–92.



-
- Safitri, A., & Ramadhan, M. (2025). *Hubungan Body Image Terhadap Harga Diri Siswi Kelas IX di Wilayah Suburban Aceh*. *Journal of Quality in Wellness (QuWell)*, 3(1), 112–124.
- Syahputra, A., & Mahera, S. (2026). *Budaya Nongkrong sebagai Gaya Hidup Masyarakat Urban di Banda Aceh: Akulturasi Nilai Lokal dan Modernitas*. *Jurnal Masyarakat Indonesia Urban*, 8(2), 201–215.
- Varita, N., Nisa, U., & Saleh, R. (2026). *Pengaruh Media Sosial Tiktok dan Lingkungan Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja Kota Banda Aceh*. *Jurnal Komunikasi Global*, 15(1), 31–42.
- Wulandari, R., & Zahara, F. (2024). *Edukasi Penyuluhan Mental Health Terhadap Pengetahuan dan Sikap Remaja di SMA Inshafuddin Banda Aceh*. *Jurnal Observasi Kesehatan*, 2(3), 175–183.
- Zainuddin, Z., & Shujahat, M. (2026). *Understanding Students' Activities In Wi-Fi Coffee Shops In Aceh: A Survey And Narrative Interview Report*. *Englisia: Journal of Language, Education, and Humanities*, 13(1), 217–231