

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penulis akan melakukan penelitian yang berjudul: “Pengaruh Serial Kartun Upin, Ipin dan Kawan-kawan Tema Ramadhan Terhadap Sikap Anak (Studi Pada SDN I Jati Indah Tanjung Bintang, Kabupaten Lampung Selatan”. Dalam kaitannya dengan penelitian ini, maka penulis mencantumkan beberapa penelitian terdahulu, yaitu:

Pada skripsi Cita Martini (2008) yang berjudul “Pengetahuan Dalam Tayangan Laptop Si Unyil Pada Anak”. Penelitian ini lebih memfokuskan pada pentingnya pengetahuan yang terdapat di dalam tayangan Laptop Si Unyil yang diserap oleh anak, sehingga dapat disimpulkan hasil penelitiannya sebagai berikut:

1. Pengetahuan yang telah diperoleh dapat hilang karena meluruhnya pengetahuan oleh waktu atau pengetahuan telah lama dan kurangnya perhatian anak-anak saat proses penyerapan dan penyimpanan pengetahuan dalam memori.
2. Pengetahuan yang mudah diingat dan diserap adalah pengetahuan yang menonjol namun sederhana, ditayangkan berulang-ulang dan menimbulkan perasaan positif kepada anak.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penulis lebih mengkhususkan penelitian kepada pengaruh dari tayangan serial Upin & Ipin dan kawan-kawan terhadap sikap anak.

Selanjutnya pada skripsi Etris Miradesi (2009) yang berjudul: “Pengaruh Tayangan Sinetron Legenda Di Televisi Terhadap Sikap Anak”. Dari penelitian tersebut, diketahui bahwa terdapat pengaruh Sinetron sinema Legenda terhadap sikap anak sebesar 24,9%. Angka tersebut menunjukkan bahwa pengaruh yang kecil dalam tayangan sinetron sinema Legenda di televisi. Dan sesuai dengan teori belajar sosial yang menyatakan bahwa proses pembelajaran tidak berasal dari lingkungan yang ada saja, tetapi juga dari media yang ada di sekitarnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa teori S-O-R dan teori belajar sosial mempunyai fungsi mempengaruhi pemirsanya untuk melakukan tindakan tertentu sesuai dengan yang disajikan oleh media massa tersebut telah terbukti.

Penelitian terdahulu ini memiliki banyak kesamaan baik dilihat dari subjek maupun objek penelitian. Sehingga penulis menggunakan beberapa referensi yang terdapat di dalam penelitian terdahulu tersebut.

2.2 Tinjauan Mengenai Komunikasi Massa

Menurut Onong Uchjana Effendy (2004:9) mengemukakan bahwa istilah komunikasi atau dalam Bahasa Inggris adalah *communication* berasal dari kata latin *communication* yang bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna.

Sedangkan menurut Edward Depari (Widjaja, 2000: 88-89) komunikasi memberikan pengertian sebagai proses penyampaian gagasan, harapan dan pesan yang disampaikan melalui lambang tertentu yang mengandung arti dilakukan oleh penyampai pesan

(*source, communicator, sender*) ditujukan kepada penerima pesan (*receiver, communicant, audience*). Dalam proses komunikasi tersebut diusahakan melalui tukar menukar pendapat, penyampaian pesan informasi, serta perubahan sikap dan perilaku. Pada hakikatnya setiap proses komunikasi terdapat unsur-unsur tersebut, yaitu sumber pesan, saluran dan penerima di samping masih terdapat pula unsur pengaruh (*effect*) dan umpan balik (*feedback*).

Komunikasi massa kita adopsi dari istilah Bahasa Inggris, *mass communication*, kependekan dari *mass media communication* (komunikasi media massa) yang artinya adalah komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang “*mass mediated*” (Wiryanto, 2002:2). Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada masyarakat atau komunikasi yang menggunakan media massa. Massa adalah kumpulan orang-orang yang hubungan antar sosialnya tidak jelas dan tidak mempunyai struktur tertentu (Widjaja, 2003:37).

2.2.1 Unsur-unsur Komunikasi Massa

Komunikasi massa terdiri dari unsur sumber (*source*), pesan (*message*), saluran (*channel*) dan penerima (*receiver*) serta efek (*effect*).

1. Unsur *Who* (sumber atau komunikator)

Sumber utama dalam komunikasi massa adalah lembaga organisasi atau orang yang bekerja dengan fasilitas lembaga atau organisasi (*institutionalized person*), yang dimaksud dengan lembaga atau organisasi adalah perusahaan surat kabar, stasiun radio atau televisi, studio film, serta penerbit buku atau majalah. Sebaliknya yang dimaksud dengan *institutionalized person* adalah orang, seperti redaktur surat kabar yang melalui tajuk rencana menyatakan pendapatnya dengan fasilitas lembaga.

2. Unsur *Says What* (pesan)

Orang memiliki rasio yang tinggi atas masukannya, maka orang sanggup melakukan *encode* ribuan atau jutaan pesan-pesan yang sama pada saat bersamaan. Jadi, pesan-pesan komunikasi massa dapat diproduksi dalam jumlah yang sangat besar dan dapat menjangkau audiens yang sangat banyak jumlahnya. Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan ini mempunyai pesan (tema) yang sebenarnya menjadi pengaruh di dalam usaha mencoba mengubah sikap tingkah laku komunikan (Widjaja, 1998:32).

3. Unsur *In Which Channel* (saluran atau media)

Unsur ini menyangkut semua peralatan mekanik yang digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan komunikasi massa. Tanpa saluran ini, pesan-pesan tidak dapat menyebar secara cepat, luas dan simultan. Media yang mempunyai kemampuan tersebut adalah surat kabar, majalah, radio, film, televisi dan internet. Yang dipelajari di sini bukan aspek-aspek teknis dari media itu, melainkan aspek psikologi sosialnya. Misalnya, kapasitas dan ciri-ciri dari masing-masing media dalam membawakan pesan-pesan komunikasi, fungsi dan peranannya dalam kehidupan sosial psikologis masyarakat serta efek yang ditimbulkan.

4. Unsur *To Whom* (penerima atau *mass audience*)

Unsur ini menyangkut sasaran-sasaran komunikasi massa seperti perorangan-perorangan yang membaca surat kabar, yang membuka halaman-halaman majalah, yang sedang mendengarkan berita radio, yang sedang menikmati film atau yang sedang menonton televisi dan yang sedang menggunakan internet, disebut sebagai perorangan-perorangan dalam *mass audience*.

5. Unsur *With What Effect* (unsur efek atau akibat)

Unsur ini sesungguhnya lekat pada unsur audiens. Efek adalah perubahan-perubahan yang terjadi di dalam diri audiens sebagai akibat keterpaan pesan-pesan media. David Berlo dalam Wiryanto (2000:9) mengklasifikasikan efek atau perubahan ke dalam tiga kategori yaitu perubahan dalam ilmu pengetahuan, sikap dan perilaku nyata.

2.2 Tinjauan Mengenai Media Massa

Media massa adalah saluran komunikasi yang dapat menjangkau khalayak dalam jumlah yang besar, heterogen dan terpecah-pecah serta bagi komunikator yang menyebarkan pesannya bersifat abstrak. Media tersebut meliputi televisi, radio, pers, dan film sebagai cirinya yang utama menimbulkan keserempakan dan keserentakan pada khalayak saat diterpa pesan (Effendy, 1992:62). Media massa dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai alat atau sarana dan saluran komunikasi resmi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas (2005:640).

Sedangkan menurut Soehoet (2003:28) media massa adalah media yang ditujukan kepada khalayak orang, memiliki komunikasi lebih dari satu orang, yang satu sama lain umumnya tidak saling mengenal, dan tempat tinggalnya berlainan. Lebih lanjut dijelaskan tentang peran dan fungsi media massa sebagai berikut:

1. Pengetahuan : menyediakan informasi tentang peristiwa dan kondisi masyarakat dan dunia.
2. Korelasi : menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna dan peristiwa. Menunjang otoritas dan norma-norma yang berlaku, melakukan sosialisasi,

mengkoordinasikan kegiatan, membentuk kesepakatan serta menentukan urutan prioritas dan memberikan status relatif.

3. Kesenambungan : mengekspresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan khusus serta perkembangan budaya baru dan meningkatkan serta melestarikan nilai-nilai.
4. Hiburan : menyediakan hiburan, pengalihan perhatian dan sarana relaksasi serta meredakan ketegangan sosial.
5. Mobilisasi : mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, ekonomi, dan pekerjaan, juga mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang agama.

2.2.1 Fungsi Media Massa

Media massa memiliki beberapa fungsi, yaitu:

1. Juru bahasa atau interpreter
2. Jendela pengalaman (*experience window*) yang meluaskan pandangan dan memahami kondisi sekitar kita tanpa campur tangan serta tidak memihak.
3. Pengantar informasi atau pendapat.
4. Sarana penyaring (filter) yang memilih bagian pengalaman yang perlu diberi perhatian khusus baik secara sadar maupun tidak.
5. Papan penunjuk arah (kompas).
6. Cermin yang memantulkan citra masyarakat (reflektif).

7. Tirai yang menutupi sesuatu (propaganda).

2.2.2 Pengaruh Media Massa

Sejauh mana pengaruh media massa baik itu yang bersifat internal maupun eksternal (komersil), sangat erat kaitannya dengan respon dari khalayaknya. Yang dimaksud dengan respon itu sendiri adalah efek komunikasi yang terjadi pada diri khalayak setelah menerima pesan komunikasi. Efek komunikasi itu terdiri dari perubahan opini (*opinion change*), perubahan persepsi (*perception change*), perubahan afeksi (*affection change*), dan perubahan tindakan (*action change*).

Suatu media dikatakan efektif apabila mendapatkan respon positif dari khalayaknya. Maksudnya pemberian informasi melalui pemakaian atau aplikasi media yang positif dapat menimbulkan efek yang diinginkan sehingga menjadikannya sebagai media informasi yang efektif. Efek atau pengaruh ini telah menjadi pusat perhatian bagi berbagai pihak dalam masyarakat melalui pesan-pesan yang hendak disampaikan berusaha untuk menjangkau khalayak yang diinginkan. Oleh karenanya, mereka akan berusaha untuk menemukan saluran yang paling efektif untuk dapat mempengaruhi khalayak. Media massa yang paling banyak dan luas dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia adalah televisi. Sebagai media audio visual, media ini tidak memberi banyak syarat untuk dapat menikmatinya. Perkembangan keberadaannya jauh melampaui media massa yang lain. Dari segi harga, meski tidak selalu bisa dikatakan murah untuk sebagian besar masyarakat Indonesia, keinginan untuk memiliki sebuah televisi jauh lebih besar dan tinggi daripada keinginan untuk membeli radio apalagi buku bacaan (Wirodono, S, 2006:iiv).

Televisi merupakan salah satu bentuk media massa yang menjerap khalayak yang luas dan tersebar karena sifatnya yang tak terbatas oleh jarak dan waktu. Selain itu, kemampuan

televisi untuk mengangkat khalayak memang sangat luas dibandingkan dengan media lainnya. Menurut Fahmi A. Alatas (1997:46), luasnya televisi dapat ditempuh dalam waktu bersamaan secara serentak, pesan yang disampaikan memiliki rangkaian potensi yang dominan dengan hal-hal yang berkaitan dengan tujuan-tujuan dalam pembentukan pemahaman, pengertian bahkan sikap dari khalayak.

2.2.3 Media Televisi

Televisi ditemukan pada tahun 1884 oleh Paul Nipkov di Jerman Timur yang menemukan *electriche teleskop* dan terus mengalami modifikasi mengikuti perkembangan teknologi di mana telepon, telegraf, dan fotografi ditemukan (Kuswandi, 1996:6). Televisi adalah sebuah alat elektronik yang merupakan gabungan antara audio (*broadcast*) dan film (video atau *moving picture*) yang dapat menerima pesan yang dipancarkan dari stasiun pemancar televisi (McQuail, 1996:15).

Media televisi merupakan media yang terpopuler dan digemari oleh khalayak. Benda berbentuk kotak (pada umumnya) dengan kemampuan audio visual sejak tahun 1980 telah menggeser popularitas media radio. Media ini tidak hanya sebuah benda mati tetapi sebuah *showbiz* yang penuh dengan kreasi dan inovasi yang mampu mengangkat dirinya dan menghipnotis publik (Bungin, 2001:64).

Menurut Skornis, dibandingkan dengan media lain televisi memiliki sifat istimewa. Televisi merupakan gabungan dari media dengar dengan gambar hidup (gerak) yang bisa bersifat politis, informatif, hiburan, pendidikan atau bahkan gabungan dari unsur-unsur tersebut (Kuswandi, 1996:8).

Sebagai media elektronik yang mutakhir, kemajuan televisi sangat ditunjang dengan kemajuan-kemajuan elektronika itu sendiri. Kecanggihan teknologi yang ada membuat televisi mempunyai tingkat aktualisasi yang tinggi yang meyakinkan semua kejadian dan peristiwa dapat langsung dinikmati pemirsa dari berbagai tempat. Secara garis besar, program acara televisi dapat diklasifikasikan ke dalam tiga golongan besar, yaitu program acara berita, program acara non berita, dan program acara siaran iklan (Wahyudi, 1994:8-11).

a. Program Berita

Berita adalah suatu upaya menemukan isyarat yang jelas dan objektif dengan menitik beratkan suatu peristiwa. Oleh karena itu, berita bukanlah cerminan kondisi sosial, tetapi merupakan laporan tentang salah satu aspek yang menonjolkan sendiri. Untuk mendapatkan berita yang baik, maka kita harus memperhatikan unsur:

1. Aktual (terbaru, terkini).
2. Faktual (fakta empiris yang dapat dibuktikan kebenarannya).
3. Penting dan menarik (merupakan topik yang sedang hangat atau topik yang tidak membosankan).

b. Program non berita

Siaran non berita merupakan acara siaran yang tidak memiliki nilai politik atau strategi. Siaran non berita lebih mengutamakan nilai keindahan dan yang menjadi sasarannya adalah kepuasan penonton. Siaran non berita tidak selalu faktual. Penayangannya lebih mengedepankan kepuasan penontonya.

Bentuk-bentuk siaran yang termasuk dalam siaran non berita adalah film, kuis, musik, olah raga, keagamaan, *talk show*, *infotainment*, dan lain-lain.

c. Program siaran iklan

Siaran iklan adalah siaran yang khusus ditujukan untuk memfasilitasi perusahaan-perusahaan yang ingin melakukan promosi tentang produk yang dikeluarkannya. Siaran iklan bertujuan untuk mempersuasi masyarakat sebagai konsumen potensial. Dengan adanya siaran iklan, diharapkan mampu mempengaruhi penonton untuk mengkonsumsi produk yang diiklankan. Siaran iklan juga merupakan salah satu sumber pemasukan utama bagi sebuah stasiun televisi.

Besarnya potensi media televisi terhadap perubahan masyarakat menimbulkan pro dan kontra. Pandangan pro melihat televisi sebagai wahana pendidikan dan sosialisasi nilai-nilai positif kepada masyarakat. Sebaliknya, pandangan kontra menganggap televisi sebagai ancaman yang dapat merusak moral dan perilaku destruktif lainnya. Secara umum, kontroversi tersebut dapat digolongkan ke dalam tiga kategori, yaitu:

1. Tayangan televisi dapat mengancam tatanan nilai masyarakat yang telah ada.
2. Televisi dapat menguatkan tatanan nilai yang telah ada.
3. Televisi dapat membentuk tatanan nilai yang baru bagi masyarakat, termasuk lingkungan dan anak.

Berikut dijelaskan kelebihan dan kekurangan dari televisi:

1. Kelebihan: media televisi mampu menampilkan pesan berupa gambar hidup beserta suaranya, jangkauan lebih luas dari media lainnya, serta komunikasi yang berlangsung antara komunikator dengan komunikan seolah-olah langsung.
2. Kekurangan : pesan yang disampaikan bersifat *time-bound* atau terikat dengan waktu, khalayak yang ingin menikmati pesan harus memiliki alat televisi (Kuswandi, 1996:8-10).

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa media televisi adalah alat atau media komunikasi yang dapat memberikan pesan berupa gambar dan suara (audiovisual) kepada komunikan yang berasal dari stasiun pemancar televisi. Dalam penelitian ini, media televisi yang digunakan oleh pemirsa untuk dapat menyaksikan tayangan serial kartun Upin, Ipin dan Kawan-Kawan adalah pesan yang berasal dari stasiun MNC TV dan ditampilkan melalui layar televisi.

2.3 Tinjauan Mengenai Animasi

2.3.1 Pengertian Animasi

Animasi berasal dari bahasa Latin, yakni *anima* yang artinya jiwa; hidup; nyawa; dan semangat. Dalam bahasa Inggris, animasi berasal dari kata *animate* yang berarti menjiwai atau menghidupkan, dan *animation* yang berarti semangat atau gelora. Menurut Aditya (2009 : 2-3), animasi dapat didefinisikan dalam beberapa arti, yaitu:

- a. Animasi adalah ilusi adanya gerakan yang dicapai dengan menampilkan sederetan gambar secara cepat yang memiliki sedikit perbedaan antara yang satu dengan yang lain.
- b. Animasi adalah aksi animasi atau yang dianimasikan; mempunyai kesenangan, ketajaman, kegembiraan hidup.
- c. Animasi adalah seni yang memberikan penglihatan gerakan dari suatu objek yang tidak bergerak.
- d. Animasi adalah bukti teknik yang menyatukan hal kemudahan gerak dari objek yang tidak bergerak.

- e. Secara umum animasi dapat didefinisikan sebagai suatu *sequence* gambar yang diekspos pada tenggang waktu tertentu sehingga tercipta sebuah ilusi gambar bergerak.
- f. Animasi adalah seni menggerakkan gambar dengan menggunakan ilusi optik.
- g. Animasi berarti menghidupkan urutan *still images* (gambar tidak bergerak) atau teknik memfilmkan susunan gambar atau model untuk menciptakan rangkaian gerakan ilusi. Jadi animasi itu dibentuk dari model-model yang dibuat secara grafis kemudian digerakkan.

Secara umum, animasi dapat didefinisikan sebagai seni atau teknik membuat hidup dan Bergeraknya suatu objek diam dan tidak bergerak.

2.3.2 Sejarah Animasi

Sejak timbul kesadaran bahwa gambar dapat dipakai sebagai media alternatif komunikasi, timbullah keinginan untuk menghidupkan lambang-lambang tersebut menjadi cermin ekspresi kebudayaan. Hal ini dapat dilihat dengan ditemukannya berbagai artefak pada peradaban Mesir kuno, 2.000 tahun sebelum Masehi. Salah satunya adalah beberapa panel yang menggambarkan aksi dua pegulat dalam berbagai pose.

Kartun gerak atau kartun yang sering muncul di layar perak atau kaca, lazim disebut sebagai kartun animasi atau film kartun. Kartun jenis ini dirilis pertama kali oleh Jean Mary dan Emile Reynaud yang berkebangsaan Perancis dengan sistem *praxinoscope* pada tahun 1880. Kemudian pada tahun 1908, alat itu dikembangkan oleh Emile Cohl, yang juga berkebangsaan Perancis, untuk pembuatan sebuah film animasi yang sangat sederhana.

Sejarah perkembangan animasi dunia tidak dapat dilepaskan dari pengaruh negara-negara di Eropa, Amerika Serikat dan Jepang. Cikal bakal perkembangan animasi di Eropa secara dominan dipengaruhi oleh keberadaan komik-komiknya. Perkembangan komik yang sedemikian pesat telah melahirkan banyak tokoh-tokoh kartun Eropa yang terkenal, seperti Asterix dan Obelix, Tintin, Johan *and* Pirlouit, Steven Sterk, Lucky Luke, dan lain-lain.

Negara-negara di Eropa bersama-sama membangun sebuah komunitas komik sebagai cikal bakal industri-industri animasi di Eropa. Keberhasilan komik secara komersial berpengaruh besar dalam upaya untuk menghidupkan tokoh-tokoh komik tersebut ke dalam film animasi. Sementara itu, di Amerika Serikat, Walt Disney telah membawa pengaruh yang sangat besar bagi perkembangan animasi film kartun. Ia berhasil menciptakan tokoh-tokoh kartun ternama, seperti Mickey Mouse dan Donald Duck yang masih populer hingga saat ini. Karya-karya lainnya yang juga sangat melegenda adalah *Snow White and Seven Dwarfs* (1937), *Bambi*, *Putri Cinderella*, *Pinocchio*, *Dumbo Kecil*, dan *Peter Pan*.

Di Jepang, seperti halnya di Eropa, perkembangan animasi tidak terlepas dari pesatnya perkembangan komik. Pemutaran serial animasi televisi “Tetsuwan Atom (Astro Boy)” merupakan film animasi pertama yang sukses di Jepang. Film yang diangkat dari komik populer karya Osamu Tezuka dianggap sebagai pelopor industri animasi Jepang (Aditya, 2009 : 6-9).

2.3.3 Jenis Animasi

Secara umum, animasi dapat dibagi ke dalam tiga kategori, yaitu *traditional animation* (2D Animation), *stop motion animation*, dan *computer graphics animation* (3D animation) (Aditya, 2009: 10-13)..

1. Traditional animation (2D animation)

Animasi tradisional (*traditional animation*) adalah kategori animasi yang sudah berumur sangat tua. Disebut tradisional karena teknik atau model animasi inilah yang digunakan untuk pengembangan awal animasi di media layar kaca atau televisi dan layar perak atau bioskop.

Traditional animation sering disebut dengan *cell animation* karena teknik pengerjaannya dilakukan pada media kertas *celluloid transparent* yang secara sekilas terlihat sama dengan kertas transparansi untuk OHP. *Celluloid transparent* adalah kertas yang tembus pandang sehingga animator dapat dengan mudah membuat gambar yang saling berurutan satu sama lain dan dapat menciptakan animasi yang tampak halus dan mulus pergerakannya.

Animasi tradisional banyak menghasilkan film-film kartun (animasi kartun) untuk televisi maupun bioskop. Beberapa film kartun produksi Disney yaitu Snow White and seven Dwarfs, Cinderella, Bambi, Beauty and The Beast, Alladin, The Lion King dan lain-lain.

2. Stop Motion Animation

Stop motion animation adalah animasi yang menggunakan media perekam, misalnya kamera untuk menangkap pergerakan objek yang digerakkan sedikit demi sedikit. Dalam jenis animasi ini, objek akan diatur dalam memperlihatkan proses tertentu dan kamera akan merekam pose objek tersebut. Proses gerak objek dan rekam pose akan terjadi berulang kali. Hasilnya, ketika kamera memutar pose-pose objek secara cepat, terciptalah ilusi pergerakan animasi.

Animasi ini sering disebut juga dengan *claymation*, karena dalam perkembangannya jenis animasi ini umumnya menggunakan media atau bahan berupa tanah liat (*clay*) sebagai objek animasinya. *Clay* tersebut digunakan untuk membuat objek animasi berupa boneka, patung dan sebagainya. *Clay* dipilih karena bahan ini bersifat elastis (mudah dibentuk) dan mudah

untuk digerakkan. Namun, animasi jenis ini tidak hanya terbatas pada objek berbahan tanah liat saja. Kertas, kayu, dan bahan lainpun dapat digunakan dalam animasi jenis ini. Film *Wallace and Gromit* dan *Chicken Run* karya Nick Parks serta *Corpse Bride* dan *Nightmare Before Christmas* karya Tim Burton adalah beberapa contoh *stop motion animation*.

3. *Computer Graphic Animation (3D animation)*

Computer graphic animation adalah jenis animasi yang keseluruhan prosesnya dikerjakan dengan media komputer. Animasi ini dapat berupa animasi dua dimensi (2D) dan tiga dimensi (3D). Namun, dalam perkembangannya *computer graphic animation* ini telah berevolusi dengan sangat cepat melalui pendekatan 3D yang sangat revolusioner dan bahkan mampu mendekati bentuk objek aslinya (*hyper reality*), sehingga pada akhirnya animasi ini menjadi identik dengan animasi 3D (*3D animation*).

Dengan bantuan komputer, maka seluruh pengerjaan animasi, mulai dari tahap permodelan hingga hasil akhir (*rendering*), tidak lagi dikerjakan dengan sketsa tangan manual (konvensional), sehingga seluruh pembuatan animasi menjadi lebih mudah dan cepat. *Computer graphic animation* saat ini dikenal juga dengan istilah *computer generated imagery* (CGI).

2.3.4 Tipe-tipe Film Animasi

Menurut Aditya (2009 : 14-15), sampai saat ini terdapat berbagai tipe animasi, yaitu:

1. Berdasarkan sistem pendistribusiannya:
 - a. *Motion pictures*
 - b. Televisi

c. *Direct to video*

2. Berdasarkan target audiensnya:

a. Dewasa (*The Simpsons*)

b. Anak-anak (*Tiny toons, The Rugrats*)

c. Pra sekolah/edukasi (*Blues Clues*)

d. Keluarga/ semua umur (*Finding Nemo*)

3. Berdasarkan medianya:

a. 2D (*The Flintstone*)

b. 3D (*Shark*)

c. *Clay/foam* (*The PJ'S*)

d. *Paper cut out* (*South Park*)

4. Berdasarkan genrenya:

a. *Action-adventures* (*Batman*)

b. *Action-comedy* (*Kura-kura Ninja*)

c. *Anime* (*Dragonball*)

d. *Comedy* (*Hey Arnold*)

e. *Dramatic* (*Princess of Egypt*)

f. *Edukasi* (*Dora The Explorer*)

g. *Musikal* (*Beauty and The Beast*)

- h. Pra sekolah (*Blues Clues*)
- i. *Sci-fi (Legend of Orin)*
- j. *Sitcom (King of The Hill)*
- k. *Squash & stretch (Catdog, Den & Stimpi)*

Berdasarkan penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa serial kartun Upin, Ipin dan Kawan-kawan tema Ramadhan merupakan serial kartun bergenre edukasi karena di dalam serial kartun Upin, Ipin dan Kawan-kawan tema Ramadhan terdapat begitu banyak pelajaran yang dapat diambil oleh anak-anak.

2.4 Serial Kartun Upin, Ipin dan Kawan-kawan Tema Ramadhan

Berdasarkan hasil observasi peneliti, maka serial kartun Upin, Ipin dan kawan-kawan tema ramadhan dapat diceritakan bahwa bulan puasa akan segera tiba. Cikgu Jasmin pun memberi tahu Upin, Ipin serta kawan-kawannya bahwa esok hari adalah hari pertama mereka menjalankan ibadah puasa. Namun salah satu dari mereka, yaitu Mail tidak menjalankan ibadah puasa karena tidak tahan dengan masakan yang dibuat oleh ibunya.

Sehingga cikgu Jasmin, Upin, Ipin dan kawan-kawan yang lain mengingatkan kepada mail tentang pentingnya melaksanakan ibadah puasa di bulan suci ramadhan. Sesampainya di rumah pun, Opah dan Kak Ros memberi pengetahuan kepada Upin dan Ipin tentang arti dan makna puasa. Keesokan harinya, kak Ros meminta Upin dan Ipin untuk membeli makanan untuk berbuka puasa. Namun karena sedang puasa, Upin dan Ipin tidak dapat menahan godaan untuk membeli beraneka macam makanan. Sesampainya di rumah, Kak Ros dan Opah pun terkejut dengan semua makanan yang dibeli oleh Upin dan Ipin. Saat waktu

berbuka puasa tiba, Upin dan Ipin tidak sanggup untuk melahap semua makanan yang mereka beli sebelumnya. Lalu Opah dan Kak Ros menjelaskan kepada Upin dan Ipin bahwa mereka sebenarnya hanya tergoda oleh hawa nafsu. Oleh karena itu, puasa bukan hanya menahan lapar dan haus saja, tetapi juga harus dapat menahan hawa nafsu.

Pada malam harinya Upin dan Ipin melaksanakan ibadah sholat tarawih di masjid bersama Opah dan Kak Ros. Namun pada saat sholat tarawih sedang berlangsung, Upin dan Ipin diajak oleh Mail, Ehsan dan Fizi untuk bermain. Sesampainya di rumah, Opah dan Kak Ros mengingatkan Upin dan Ipin bahwa apa yang mereka lakukan di masjid tadi tidaklah baik. Dan meminta Upin dan Ipin untuk tidak mengulangi perbuatan tersebut.

Di lain hari, Upin dan Ipin bercerita kepada Opah bahwa Ehsan mendapatkan uang sebesar satu ringgit setiap kali ia puasa. Upin dan Ipin pun meminta hal yang sama kepada Opah, namun dengan sabar Opah menjelaskan bahwa ibadah tidak mengharapapun, karena apabila kita banyak beribadah, maka Allah akan memberi banyak pahala sehingga kita bisa masuk surga. Pada serial kartun Upin, Ipin dan Kawan-kawan tema Ramadhan ini juga memberi penjelasan tentang kewajiban untuk membayar zakat.

Ada beberapa unsur cerita yang akan diteliti di dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Tema, yaitu ide dasar (permasalahan utama) yang dibahas di dalam cerita. Unsur ini mewarnai semua uraian sejak awal hingga akhir cerita.
- b. Tokoh serta penokohan, yaitu meliputi penentuan nama tokoh, watak, dan kebiasaan hidupnya sesuai dengan tema, latar dan jalan cerita.
- c. Amanat, adalah pesan yang disampaikan tentang perbuatan baik yang perlu dilakukan dan perbuatan tidak baik yang harus ditinggalkan.

- d. Latar atau *setting*, yaitu unsur yang berkaitan dengan tempat, waktu dan suasana yang mendasari terjadinya peristiwa di dalam cerita (Sri Sutarni, S.Pd dan Drs. Sukardi, M.Pd, 2008: 37-38).

Di dalam penelitian ini, peneliti hanya memilih sikap-sikap tertentu dari masing-masing tokoh yang terdapat di dalam serial kartun Upin, Ipin dan Kawan-kawan tema Ramadhan. Sikap inilah yang nantinya akan menjadi tolak ukur penelitian ini. Sikap-sikap tersebut antara yaitu tokoh Rajoo yang mengajak Upin dan Ipin membatalkan ibadah puasanya, tokoh Mail yang tidak menjalankan ibadah puasanya, tokoh Ehsan yang meminta bayaran uang kepada orang tuanya sebagai imbalan atas ibadah puasanya, serta tokoh Fizi yang bermain petasan di malam idul fitri bersama Mail, Rajoo dan Ehsan. Selain itu terdapat juga tokoh Upin dan Ipin yang taat dan ikhlas dalam menjalankan ibadah dan senantiasa patuh kepada orang tua serta tokoh Mei mei yang selalu mengingatkan tentang kebaikan kepada teman-temannya.

2.5 Tinjauan Mengenai Sikap

Sikap merupakan hal terpenting dalam kehidupan manusia, karena sikap diri manusia akan memberi warna atau corak pada tingkah laku atau perbuatan orang tersebut. Banyak ahli mengemukakan pendapat mengenai apa yang dimaksud dengan sikap. Antara lain yang dikemukakan oleh Thurstone dalam Walgito sebagai berikut: “sikap sebagai suatu tindakan aspek baik itu bersifat positif maupun negatif dalam hubungan dengan objek-objek psikologis. Aspek yang positif yaitu aspek senang, dengan demikian adanya sikap menolak atau tidak senang” (Walgito,1983). Definisi tersebut pada intinya hanya melihat sikap dari segi perasaan yang dimiliki seseorang untuk menerima atau menolak suatu objek. Masri dalam Lisdiana memberikan pengertian sebagai berikut: “*attitude* dapat diartikan sebagai suatu sikap yang diarahkan untuk memulai dan menanggapi suatu objek tertentu. Objek yang

dimaksud dapat berbentuk situasi. Bagaimana respon tersebut dapat kita berikan kepada *person* atau situasi itu, itulah yang memaparkan penggambaran dari sikap atau *attitude* terhadap objek tersebut' (Lisdiana, 2009).

Definisi lain mengungkapkan bahwa sikap memaparkan respon terhadap *person* atau sikap-sikap tertentu. Gerungan (1986) mengajukan pengertian sebagai berikut: “pengertian *attitude* itu dapat kita terjemahkan dengan sikap perasaan, tetapi sikap tersebut disetujui oleh kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan sikap objek tadi, jadi *attitude* itu dapat diterjemahkan sebagai sikap dan kesediaan bereaksi terhadap suatu hal, *attitude* itu senantiasa terarah pada suatu hal atau objek”.

Selain itu Walgito (1983) memberikan pengertian sikap sebagai berikut: “ keadaan dalam diri manusia yang menggerakkan untuk bertindak, menyertai manusia dengan perasaan-perasaan tertentu di dalam menanggapi objek dan terbentuk atas dasar perjalanan-perjalanan”.

Dari pengertian sikap yang dikemukakan bahwa yang dimaksud dengan sikap adalah suatu kecenderungan-kecenderungan untuk bertindak sebagai objek yang dihadapi sesuai dengan faktor motif, perasaan, dan kognisi yang dimiliki seseorang.

Menurut John C. Mowen dan Michael Minor dalam bukunya yang berjudul “*Perilaku Konsumen*” (2001:319), kata sikap berasal dari bahasa latin *aptus* yang berarti kecocokan atau kesesuaian. Pada abad ke-18, sikap diartikan mengacu pada postur fisik yang dapat menunjukkan orientasi fisik secara umum untuk sesuatu. Dan pada abad ke-19, Charles Darwin menggunakan sikap pada istilah biologi yang diartikan sebagai ekspresi secara fisik.

Tetapi pada akhirnya definisi sikap yang dianggap mengena adalah pendapat L.L. Thurstone. Ia mendefinisikan sikap sebagai afeksi atau “perasaan untuk atau terhadap sebuah rangsangan”.

Berikut ini adalah beberapa dari definisi terbaru:

- a. Sikap merupakan kategori objek pada rangkaian kesatuan evaluatif.
- b. Karakteristik umum yang membedakan sikap dan konsep lainnya adalah sifat evaluasi atau afektif.
- c. Sikap merupakan inti dari rasa suka dan tidak suka bagi orang, kelompok, objek, dan ide-ide tidak terwujud tertentu.

Second dan Backman mendefinisikan sikap sebagai keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afeksi), pemikiran (kognisi) dan predisposisi (konasi) seseorang terhadap suatu aspek di lingkungan sekitarnya (Azwar, 1995:5). Banyak sekali perumusan-perumusan mengenai sikap, Allport adalah salah satu yang menghimpun 13 pengertian mengenai sikap, diantaranya adalah;

- a. *Attitudes are learned*, dalam hal ini sikap dipandang sebagai hasil belajar yang diperoleh melalui pengalaman dan interaksi terus menerus terhadap lingkungan.
- b. *Attitudes have referent*, sikap selalu dihubungkan dengan objek seperti manusia, wawasan, peristiwa, maupun ide.
- c. *Attitudes are learning*, sikap diperoleh dalam berinteraksi dengan manusia lain, baik di rumah, sekolah, tempat ibadah, ataupun tempat lainnya melalui nasehat teladan ataupun percakapan.
- d. *Attitudes have readiness to respond*, kesiapan untuk bertindak dengan cara-cara tertentu terhadap objek.
- e. *Attitudes are effective*, perasaan dan afeksi merupakan bagian dari sikap, akan terdapat pada pikiran yang bersangkutan apakah positif, negatif atau ragu.

- f. *Attitudes are very intensive*, tingkat antusias sikap terhadap objek tertentu kuat atau juga lemah.
- g. *Attitudes have a time dimension*, sikap tersebut hanya mungkin cocok pada situasi yang sedang berlangsung tetapi belum tentu sesuai pada saat lainnya. Karena itu sikap dapat berubah tergantung situasinya.
- h. *Attitudes have duration factor*, sikap dapat bersifat relatif “*consistent*” dalam sejarah hidup individu.
- i. *Attitudes are complete*, sikap merupakan gagasan dari konsep persepsi ataupun kognisi individu.
- j. *Attitudes are evaluation*, sikap merupakan penilaian terhadap sesuatu yang mempunyai konsekuensi tertentu bagi yang bersangkutan.
- k. *Attitudes are inferred*, sikap merupakan penafsiran dari tingkah laku yang mungkin menjadi indikator yang sempurna dan bahkan yang tidak memadai.

Adapun ciri-ciri sikap pada dasarnya memaparkan keadaan dalam diri seseorang untuk bertindak terhadap suatu objek tertentu, yaitu:

1. Sikap bukan dibawa orang sejak lahir ia dilahirkan, melainkan dibentuk atau dipelajari sepanjang perkembangan orang itu dalam hubungan dengan objeknya. Sikap ini membedakan dengan sikap motif-motif biogenesis seperti lapar, haus, kebutuhan akan istirahat dan lain-lain penggerak kegiatan manusia yang menjadi pembawaan bagi dirinya.

2. Sikap itu dapat mengubah-ubah sebaliknya, sikap itu dapat dipelajari karena sikap dapat berubah-ubah pada orang-orang bila terdapat keadaan dan syarat-syarat tertentu yang mempermudah sikap pada orang lain itu.
3. Sikap itu tidak berdiri sendiri, tetapi senantiasa mengandung nilai tertentu terhadap suatu objek, dengan kata lain sikap itu terbentuk, dipelajari atau berubah senantiasa berkenaan dengan suatu objek tertentu dapat dirumuskan dengan jelas.
4. Objek itu dapat memaparkan suatu hal tertentu, tetapi dapat juga memaparkan kumpulan dari hal-hal tersebut. Jadi sikap tersebut dapat berkenaan dengan sederetan objek-objek yang serupa.
5. Sikap mempunyai segi-segi motivasi dan segi-segi perasaan (Lisdiana, 2000).

2.5.1 Pembentukan dan Perubahan Sikap

Proses belajar sosial terbentuk dari interaksi sosial. Dalam interaksi sosial, individu membentuk pola sikap tertentu terhadap berbagai objek psikologis yang dihadapinya. Di antara berbagai faktor yang mempengaruhi pembentukan sikap adalah :

1. Pengalaman Pribadi

Untuk dapat mempengaruhi pembentukan sikap, pengalaman pribadi harus meninggalkan kesan yang kuat. Karena itu, sikap akan lebih mudah terbentuk apabila pengalaman pribadi tersebut melibatkan faktor emosional. Dalam situasi yang melibatkan emosi, penghayatan akan pengalaman akan lebih mendalam dan lebih lama membekas.

2. Kebudayaan

B.F. Skinner (dalam Azwar 2005) menekankan pengaruh lingkungan (termasuk kebudayaan) dalam membentuk kepribadian seseorang. Kepribadian tidak lain daripada pola perilaku yang konsisten yang menggambarkan sejarah *reinforcement* (penguatan, ganjaran) yang dimiliki. Pola *reinforcement* dari masyarakat untuk sikap dan perilaku tersebut, bukan untuk sikap dan perilaku yang lain.

3. Orang Lain Yang Dianggap Penting

Pada umumnya, individu bersikap konformis atau searah dengan sikap orang-orang yang dianggapnya penting. Kecenderungan ini antara lain dimotivasi oleh keinginan untuk berafiliasi dan keinginan untuk menghindari konflik dengan orang yang dianggap penting tersebut.

4. Media Massa

Sebagai sarana komunikasi, berbagai media massa seperti televisi dan radio mempunyai pengaruh besar dalam pembentukan opini dan kepercayaan orang. Adanya informasi baru mengenai sesuatu hal memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya sikap terhadap hal tersebut. Pesan-pesan sugestif yang dibawa informasi tersebut, apabila cukup kuat, akan memberi dasar afektif dalam mempersepsikan dan menilai sesuatu hal sehingga terbentuklah arah sikap tertentu.

5. Institusi Pendidikan dan Agama

Sebagai suatu sistem, institusi pendidikan dan agama mempunyai pengaruh kuat dalam pembentukan sikap dikarenakan keduanya meletakkan dasar pengertian dan konsep moral dalam diri individu. Pemahaman akan baik dan buruk, garis pemisah antara sesuatu yang boleh dan tidak boleh dilakukan, diperoleh dari pendidikan dan dari pusat keagamaan serta ajaran-ajarannya.

6. Faktor Emosi Dalam Diri

Tidak semua bentuk sikap ditentukan oleh situasi lingkungan dan pengalaman pribadi seseorang. Kadang-kadang, suatu bentuk sikap merupakan pernyataan yang didasari oleh emosi yang berfungsi sebagai semacam penyaluran frustrasi atau pengalihan bentuk mekanisme pertahanan ego. Sikap demikian bersifat sementara dan segera berlalu begitu frustrasi telah hilang, akan tetapi dapat pula merupakan sikap yang lebih persisten dan tahan lama. Contohnya bentuk sikap yang didasari oleh faktor emosional adalah prasangka.

Sarlito Wirawan Sarwono mengatakan bahwa pembentukan dan perubahan sikap dapat terjadi melalui empat cara, yaitu:

1. Adopsi, yaitu kejadian atau peristiwa yang berulang-ulang dan terus menerus diserap ke dalam diri individu.
2. Diferensiasi, dengan berkembangnya intelegensia, bertambahnya pengalaman sejalan dengan bertambahnya usia.
3. Intelegensia, bertahap yang tiba-tiba mengejutkan berbagai pengalaman.
4. Trauma, yaitu pengalaman yang tiba-tiba mengejutkan dan meninggalkan kesan yang mendalam (Sarwono, 1986:95-96).

Menurut Sarlito Wirawan Sarwono (Sarwono,1986: 95-95) terdapat faktor-faktor yang menyebabkan perubahan sikap, yaitu:

1. Faktor intern: adalah faktor yang terdapat di dalam pribadi manusia itu sendiri. Faktor ini berupa daya pilih seseorang untuk menerima dan mengolah pengaruh-pengaruh yang datang dari luar.

2. Faktor ekstern: yaitu faktor yang terdapat di luar pribadi manusia. Faktor ini berupa interaksi sosial di luar kelompok. Misalnya interaksi antara manusia dengan hasil kebudayaan manusia yang sampai padanya melalui alat-alat komunikasi seperti surat kabar, radio, televisi, majalah dan lain sebagainya.

Pembentukan dan perubahan sikap tidak terjadi dengan sendirinya. Sikap terbentuk dalam hubungannya dengan suatu objek, orang, kelompok, lembaga, nilai, melalui hubungan antar individu, hubungan di dalam kelompok, komunikasi surat kabar, buku, poster, radio, televisi dan sebagainya, terdapat banyak kemungkinan yang mempengaruhi timbulnya sikap. Lingkungan yang terdekat dengan kehidupan sehari-hari banyak memiliki peranan. Keluarga yang terdiri dari orang tua, saudara-saudara di rumah memiliki peranan yang penting.

2.5.2 Fungsi Sikap

Menurut Devito (Devito, 1997: 515-516), fungsi sikap dapat dibagi menjadi empat golongan, yaitu;

1. Sikap berfungsi sebagai alat untuk menyesuaikan diri
2. Sikap berfungsi sebagai alat pengatur tingkah laku.
3. Sikap berfungsi sebagai alat pengatur pengalaman.
4. Sikap berfungsi sebagai pernyataan kepribadian.

2.6 Tinjauan Mengenai Anak-anak

2.6.1 Pengertian Anak

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, anak adalah:

1. Keturunan yang ke-dua
2. Manusia yang masih kecil
3. Binatang yang masih kecil
4. Pohon kecil yang tumbuh pada umbi atau rumpun tumbuh-tumbuhan yang besar.
5. Orang yang berasal atau dilahirkan di (suatu negeri, daerah dan sebagainya)
6. Orang yang termasuk dalam golongan pekerjaan (keluarga dan sebagainya)
7. Bagian yang kecil (pada suatu benda)
8. Yang lebih kecil dari pada yang lain.

Suhartin mendefinisikan anak adalah mereka yang ditandai dengan pertumbuhan fisik yang terbagi ke dalam tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Umur 0-1 tahun yaitu masa bayi
2. Umur 1-3 tahun yaitu masa balita
3. Umur 3-6 tahun yaitu masa pra sekolah
4. Umur 6-12 tahun yaitu masa sekolah

Dalam penelitian ini yang dimaksud anak adalah manusia yang masih kecil, berusia 6-12 tahun, merupakan hasil keturunan atau adopsi yang masih perlu dibina secara terarah.

2.6.2 Ciri-ciri Perkembangan Pada Anak usia 6 – 12 Tahun

Menurut Meily Sri Sulastri Rifai (dalam Suhartin, 1986:98) pada masa ini anak-anak memiliki tiga ciri, sebagai berikut:

1. Dorongan untuk keluar dari rumahnya dan masuk dalam kelompok anak-anak yang sebaya.
2. Dorongan yang bersifat kejasmanian untuk memasuki dunia permainan dan dunia kerja yang menuntut keterampilan-keterampilan.
3. Dorongan untuk memasuki dunia dewasa yaitu dunia konsep logika, simbol dan komunikasi.

Dari pendapat di atas pada poin ke- tiga dapat disimpulkan bahwa anak sudah dapat mengenal logika simbol dan komunikasi sehingga memungkinkan anak menyerap dan menanggapi informasi serta menggunakan logika untuk menanggapi simbol-simbol dan komunikasi yang diperolehnya baik langsung ataupun melalui media, dalam hal ini yang dimaksud dengan media adalah Serial Kartun Upin, Ipin dan Kawan-kawan Tema Ramadhan.

2.7 Landasan Teori

Teori Belajar Sosial

Teori komunikasi yang dipakai sebagai penunjang dalam penelitian dalam skripsi yang berjudul Pengaruh Serial Kartun Upin, Ipin dan Kawan-kawan Tema Ramadhan Terhadap Sikap Anak adalah Teori Belajar Sosial. Menurut Bandura (Rakhmat, 2001:240) kita bukan hanya belajar dari pengalaman langsung, tetapi dari peniruan atau peneladanan (*modeling*).

Teori belajar sosial dikenalkan oleh Albert Bandura, yang mana konsep dari teori ini menekankan pada komponen kognitif dari pikiran, pemahaman dan evaluasi. Menurut Bandura, orang belajar melalui pengalaman langsung atau pengamatan (mencontoh model). Orang belajar dari apa yang ia baca, dengar, dan lihat di media, dan juga dari orang lain dan lingkungannya.

Teori Belajar Sosial dari Bandura ini merupakan gabungan antara teori belajar behavioristik dengan penguatan dan psikologi kognitif, dengan prinsip modifikasi perilaku. Proses belajar masih berpusat pada penguatan, hanya terjadi secara langsung dalam berinteraksi dengan lingkungannya (Bigge, 1984 dan Tan, 1981:203-210). Teori ini menjelaskan perilaku manusia dalam konteks interaksi timbal balik yang berkesinambungan antara kognitif, perilaku dan pengaruh lingkungan.

Bandura menjelaskan proses belajar sosial dalam empat tahapan proses, yaitu proses perhatian, proses pengingatan (*retention*), proses reproduksi motoris dan proses motivasional. Permulaan proses belajar ialah munculnya peristiwa yang dapat diamati secara langsung atau tidak langsung oleh seseorang. Peristiwa ini dapat berupa tindakan tertentu atau gambaran pola pemikiran, yang disebut "*abstract modeling*" (misalnya sikap, nilai, atau persepsi realitas sosial). Kita mengamati peristiwa tersebut dari orang tua kita, kawan, guru, atau sajian media massa. Bila peristiwa itu sudah diamati, terjadilah tahap pertama belajar sosial, yaitu perhatian. Kita baru dapat mempelajari sesuatu bila kita memperhatikannya. Setiap saat kita menyaksikan berbagai peristiwa yang dapat kita teladani. Tetapi tidak seluruh peristiwa itu kita perhatikan.

Stimuli yang dapat dijadikan teladan (*modeling stimuli*) diperhatikan karena sifat-sifat stimuli itu, dan arena karakteristik orang yang menangkap stimuli. Menurut Bandura, peristiwa yang menarik perhatian adalah yang tampak menonjol dan sederhana, terjadi berulang-

ulang, atau menimbulkan perasaan positif pada pengamatnya (memuaskan kebutuhan psikologisnya). Perhatian saja tidak cukup menghasilkan efek prososial. Khalayak harus sanggup menyimpan hasil pengamatannya dalam benaknya dan memanggilnya kembali tatkala mereka akan bertindak sesuai dengan teladan yang diberikan.

Peneladanan tertangguh (*delayed modeling*) hanya terjadi bila mereka sanggup mengingat peristiwa yang diamatinya. Untuk mengingat, peristiwa yang diamati harus direkam dalam bentuk imaginal dan verbal.

Yang pertama disebut *visual imagery*, berarti membuat gambaran mental tentang peristiwa yang kita amati dan menyimpan gambaran itu pada memori kita. Yang kedua menunjukkan representasi peristiwa dalam bentuk bahasa. Menurut Bandura, agar peristiwa itu dapat diteladani, kita bukan saja harus merekamnya dalam memori, tetapi juga harus mampu membayangkan secara mental bagaimana kita dapat menjalankan tindakan yang kita teladani.

Sampailah kita pada proses reproduksi motoris, artinya menghasilkan kembali perilaku atau tindakan yang kita amati. Kita akan terdorong melakukan perilaku teladan bila kita melihat orang lain yang berbuat sama mendapatkan ganjaran karena perbuatannya. Kita memerlukan penguatan gantian. Walaupun kita tidak mendapat ganjaran (pujian, penghargaan, status, dan sebagainya), tetapi melihat orang lain mendapat ganjaran karena perbuatan yang ingin kita teladani akan membantu terjadinya proses reproduksi motor.

Akhirnya tindakan teladan akan kita lakukan bila diri kita sendiri mendorong tindakan itu. Dorongan itu mungkin timbul dari perasaan puas, senang, atau dipenuhinya citra diri yang ideal (Rakhmat, 2005: 240-242).

2.8 Kerangka Pemikiran

Saat ini hampir setiap keluarga memiliki televisi dan anak-anak merupakan kelompok yang secara sosiologis menjadikan televisi sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari mereka. Artinya televisi dijadikan sebagai sarana hiburan dan pedoman berperilaku anak sehari-hari.

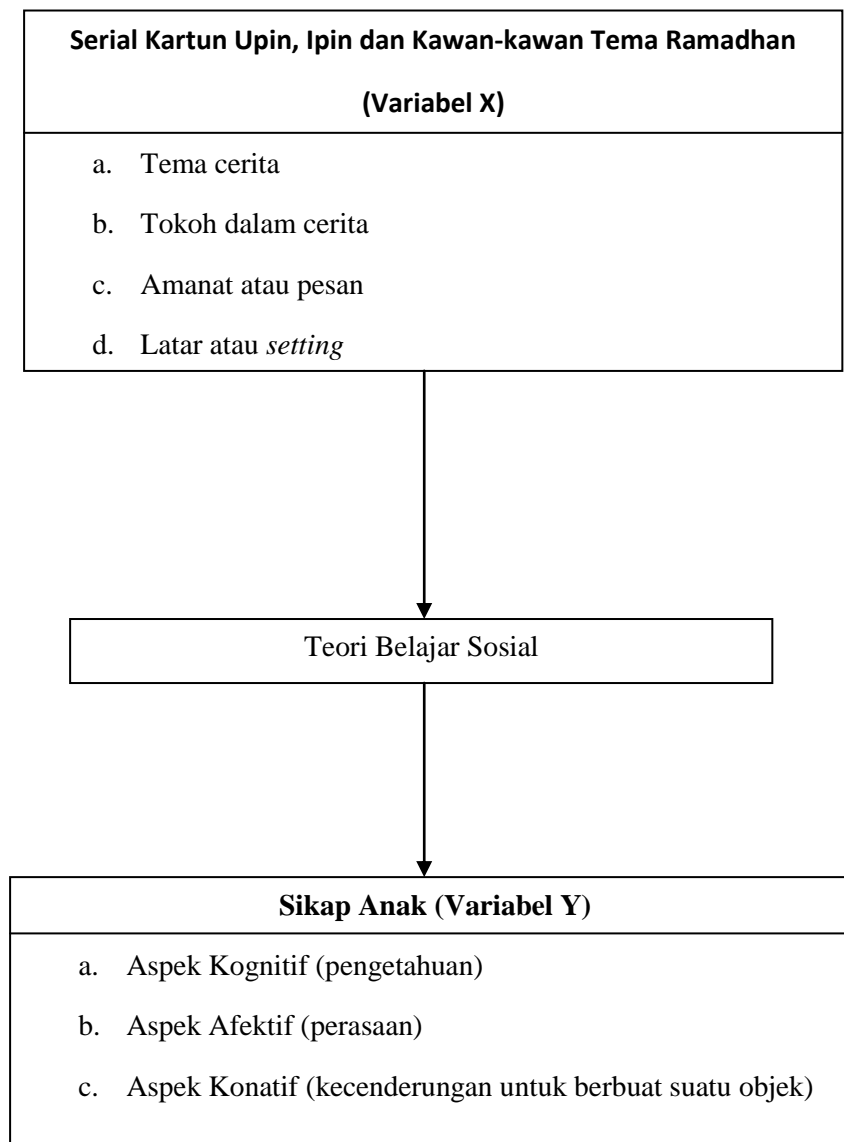
Sampai saat ini semua stasiun televisi menayangkan film kartun dengan berbagai cerita. Di antara sekian banyaknya film kartun, Upin dan Ipin merupakan salah satu serial kartun yang mendidik. Upin dan Ipin merupakan serial kartun yang mengetengahkan kisah keseharian masyarakat Melayu, yang rumpun budayanya dekat dengan budaya Indonesia. Banyak ilmu agama dan pembelajaran yang sarat dengan pesan-pesan moral tentang sikap dan perilaku sehingga patut menjadi contoh bagi pemirsa khususnya anak-anak.

Khusus pada serial kartun Upin, Ipin dan Ipin tema Ramadhan, serial ini menyajikan betapa pentingnya untuk senantiasa taat beribadah tanpa mengharap imbalan suatu apapun. Hal ini sangat berguna bagi anak-anak karena pada umumnya anak-anak saat ini selalu mengharapkan imbalan dari orangtuanya saat menjalankan ibadah puasa. Diceritakan pula Mail yang tidak berpuasa, Ehsan yang meminta uang setelah berhasil menjalankan ibadah puasa, serta Fizi yang bermain petasan di malam sebelum hari raya Idul Fitri sehingga diharapkan setelah menonton tayangan serial kartun Upin, Ipin dan Kawan-kawan tema Ramadhan ini, anak-anak akan lebih taat beribadah serta memiliki sikap yang baik seperti yang dicontohkan oleh tokoh-tokoh berperilaku baik seperti Upin dan Ipin.

Respon anak yang begitu besar ditandai dengan tingginya frekuensi menonton, hal ini disebabkan karena film kartun Upin, Ipin dan kawan-kawan dibuat dalam bentuk berseri (episode demi episode) dan ditayangkan pada waktu yang sesuai dengan pangsa pasarnya yaitu anak-anak, sehingga anak-anak dapat lebih serius menikmati apa yang mereka tonton

atau saksikan. Dengan adanya respon tersebut akan membawa efek terhadap pengetahuan, sikap dan perilaku anak.

Kerangka pemikiran dari judul ini secara garis besar digambarkan melalui skema berikut ini:



2.9. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pikir di atas dapat ditarik kesimpulan sementara terhadap masalah penelitian. Kesimpulan ini disebut sebagai hipotesis. Perumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Hipotesis Nol (H_0)

Tidak ada pengaruh dari tayangan serial kartun Upin, Ipin dan kawan-kawan tema Ramadhan terhadap sikap anak.

2) Hipotesis Penelitian (H_1)

Ada pengaruh dari tayangan serial kartun Upin, Ipin dan kawan-kawan tema Ramadhan terhadap sikap anak.