

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Minat Menonton**

##### **1. Pengertian Minat**

Istilah minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1998) diartikan sebagai perhatian, ketertarikan, kecenderungan hati, yang dimiliki oleh individu secara mendalam untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan dengan cara membayar atau pengorbanan lainnya. Pandji (dalam Putra, 2008) mendefinisikan minat adalah rasa suka atau senang dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi itu. Menurut Mappiare (1982:62) minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut, kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Dalam masanya, minat berkembang dan hal itu bersifat pemilihan dan berarah-tujuan. Pilihan seseorang pada suatu minat tertentu dan dalam suatu jangka waktu, maka perasaan dan pikiran mereka terarah pada objek minat yang dimaksud.

Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Bila mereka melihat bahwa sesuatu menguntungkan, mereka merasa berminat. Ini kemudian mendatangkan kepuasan. Bila kepuasan berkurang, minat pun berkurang. Setiap minat memuaskan suatu kebutuhan yang penting dalam

kehidupan, sehingga minat lebih bersifat tetap (*persistent*). Semakin kuat kebutuhan seseorang, semakin kuat dan bertahan pada minat tersebut. Selanjutnya, semakin sering minat diekspresikan dalam kegiatan, semakin kuat minat tersebut, dan sebaliknya minat akan hilang apabila tidak disalurkan (Hurlock, 1993: 114).

Menurut Elizabeth B. Hurlock (1993) minat memainkan peran yang penting dalam kehidupan dan mempunyai dampak yang besar atas perilaku dan sikap seseorang. Orang yang berminat terhadap suatu kegiatan, baik permainan maupun pekerjaan, mereka akan lebih keras dan termotivasi untuk menjalankannya dibandingkan dengan orang yang kurang berminat atau merasa bosan. Minat mempengaruhi bentuk dan intensitas aspirasi seseorang, semakin yakin seseorang mengenai pekerjaan yang diidamkan, semakin besar minat orang tersebut terhadap kegiatan yang mendukung tercapainya aspirasi tersebut. Minat juga menambah kegembiraan pada setiap kegiatan yang ditekuni seseorang. Bila orang lebih berminat pada suatu kegiatan, pengalaman mereka akan lebih menyenangkan bahkan dapat meningkatkan prestasi orang tersebut.

Dari definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah berbagai hal yang mendorong orang untuk memilih melakukan sesuatu yang diinginkan, bersifat kuat dan bertahan atau tetap, mendatangkan keuntungan dan kepuasan, sehingga menjadi sesuatu yang penting dalam kehidupannya. Minat juga merupakan suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran perasaan, harapan, pendirian, prasangka dan rasa takut.

Sedangkan menonton sendiri berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (1998) adalah melihat (pertunjukan, gambar hidup, dsb). Jadi minat menonton adalah suatu keinginan yang kuat dan ketertarikan terhadap suatu pertunjukan yang muncul dari dalam diri setelah mengakses, melihat, dan mengetahui.

## 2. Ciri-ciri Minat

Menurut Lester D. Crow & Alice Crow (dalam Hurlock 1993:215) ciri-ciri minat antara lain yaitu :

- a. Perhatian terhadap objek yang diminati secara sadar, spontan, wajar tanpa paksaan. Faktor ini ditunjukkan dengan perilaku tidak mudah goyah oleh orang lain selama mencari barang yang disenangi. Artinya tidak mudah terbujuk untuk pindah ketempat lain.
- b. Perasaan senang terhadap objek yang menarik perhatian. Faktor ini ditunjukkan dengan perasaan puas setelah mendapatkan barang yang diinginkan.
- c. Konsisten terhadap objek yang diminati selama objek tersebut efektif bagi dirinya.
- d. Pencarian objek yang diminati, faktor ini ditunjukkan dengan perilaku tidak putus asa untuk mengikuti model yang diinginkan.
- e. Pengalaman yang didapat selama perkembangan individu dan tidak bersifat bawaan, yang dapat menjadi sebab atau akibat dari pengalaman yang lalu. Individu tertarik pada sesuatu yang

diinginkan karena pengalaman yang dirasa menguntungkan bagi dirinya.

### **3. Faktor-faktor Timbulnya Minat**

Super dan Crites (dalam Mardiasika, 2012) menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, yaitu:

- a. Perbedaan pekerjaan, artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat diperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktifitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain-lain.
- b. Perbedaan sosial ekonomi, artinya seseorang yang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya dari pada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.
- c. Perbedaan hobi atau kegemaran, artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
- d. Perbedaan jenis kelamin, artinya minat wanita akan berbeda dengan minat pria, misalnya dalam pola berbelanja.
- e. Perbedaan usia, artinya usia anak-anak, remaja, dewasa dan orang tua akan berbeda minatnya terhadap suatu barang, aktivitas dan seseorang.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi timbulnya minat, baik yang berasal dari luar individu itu sendiri ataupun dari lingkungan masyarakat, Crow & Crow (dalam Susilowati, 2010) menyebutkan beberapa faktor adanya minat, yaitu :

1. Faktor dorongan dari dalam, merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa sakit, rasa takut, dan sebagainya.
2. Faktor motif sosial, merupakan faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan aktivitas demi memenuhi kebutuhan sosial.
3. Faktor emotional dan perasaan, faktor ini dapat menimbulkan minat individu, apabila menghasilkan emosi atau perasaan senang, perasaan ini akan membangkitkan minat dan memperkuat minat yang sudah ada.

#### **4. Aspek-aspek Minat Menonton**

Segala sesuatu yang dikerjakan karena minat, akan menimbulkan kesenangan ketika mengerjakannya. Minat terhadap apapun pada dasarnya mempunyai aspek yang sama, sebagaimana dikemukakan oleh Hurlock (1993:116) bahwa semua minat mempunyai dua aspek. Yaitu aspek kognitif dan aspek afektif.

- a. Aspek kognitif minat didasarkan atas konsep yang dikembangkan anak mengenai bidang yang berkaitan dengan minat. Karena minat cenderung egosentris khususnya bagi anak-anak, maka aspek kognitif minat berkisar pada pertanyaan apa saja keuntungan dan kepuasan pribadi yang dapat diperoleh dari minat itu. Konsep yang membangun aspek kognitif minat didasarkan atas pengalaman pribadi dan apa yang dipelajari di rumah, di sekolah, dan di masyarakat, serta dari berbagai media massa.

b. Aspek afektif atau bobot emosional konsep yang membangun aspek kognitif minat dinyatakan dalam sikap terhadap kegiatan yang ditimbulkan minat. Seperti halnya aspek kognitif, aspek afektif berkembang dari pengalaman pribadi, dari sikap orang yang dianggap penting terhadap kegiatan yang berkaitan dengan minat tersebut, dan dari sikap yang dinyatakan atau tersirat dalam berbadai bentuk media massa terhadap kegiatan itu. Aspek afektif mempunyai peran yang lebih besar dari pada aspek kognitif. Suatu bobot emosional positif dari minat memperkuat minat itu dalam tindakan. Selain itu juga aspek afektif minat sekali terbentuk cenderung lebih tahan terhadap perubahan dibandingkan dengan aspek kognitif.

Aspek minat Menurut Mappiare (1982:62) berdasarkan pengertiannya, adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut, kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu, yang kemudian juga dijabarkan dalam Putra (2008) sebagai berikut :

- a. Rasa suka atau senang, yaitu kesukaan atau kesenangan seseorang terhadap suatu objek yang dipilih
- b. Rasa tertarik, yaitu kecenderungan untuk mencari objek atau aktivitas yang disenangi tanpa ada orang yang menyuruh
- c. Sumber motivasi, yaitu suatu dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan apa yang mereka inginkan

- d. Prasangka, yaitu sangkaan atau prediksi yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan dari suatu objek
- e. Pendirian, yaitu keteguhan hati terhadap suatu objek yang telah dipilih
- f. Harapan, merupakan keinginan yang timbul terhadap suatu pilihan dari suatu objek.

## **B. Menonton Film Drama Korea**

### **1. Psikologi menonton**

#### **a. Pengaruh menonton film terhadap jiwa**

Media massa memang memiliki pengaruh terhadap penikmatnya tidak terkecuali film. Dalam kerangka behaviorisme, media massa adalah faktor lingkungan yang mengubah perilaku khalayak melalui proses pelaziman klasik, pelaziman operan, atau proses imitasi (belajar sosial). Khalayak sendiri dianggap sebagai kepala kosong yang siap untuk menampung seluruh pesan komunikasi yang dicurahkan kepadanya. Pesan komunikasi dianggap sebagai “benda” yang dilihat sama baik oleh komunikator maupun komunike. “Model peluru” mengasumsikan semua orang memberikan reaksi yang sama terhadap pesan. Ini mirip dengan percobaan-percobaan kaum behavioris (Dervin dalam Rakhmat, 1994:202).

Munculnya psikologi kognitif yang memandang manusia sebagai organisme yang aktif mengorganisasikan stimuli, perkembangan teori kepribadian, dan meluasnya penelitian sikap mengubah potret khalayak. Mereka menganggap realitas tidaklah sesederhana dunia kaum behavioris.

Terjadinya efek lingkungan tidaklah sama antara individu satu dengan yang lainnya. Raymond A. Bauer juga mengkritik potret khalayak sebagai robot yang pasif. Ia bahkan menyebut khalayak yang kepala batu (*obstinate audience*), yang baru mengikuti pesan bila pesan itu menguntungkan mereka. Komunikasi tidak lagi bersifat linier (dengan peranan komunikator yang dominan), tetapi sudah merupakan transaksi. Media massa memang berpengaruh, tetapi pengaruh tersebut disaring, diseleksi, bahkan mungkin ditolak sesuai dengan faktor-faktor personal yang mempengaruhi reaksinya (Rakhmat, 1994:203).

Setiap orang memiliki motif tersendiri dalam menggunakan media massa. William J. McGuire (dalam Rakhmat, 1994:208) menyebutkan terdapat 16 motif yang dikelompokkan pada dua kelompok besar, yaitu motif kognitif (berhubungan dengan pengetahuan) dan motif afektif (berkaitan dengan perasaan). Motif kognitif menekankan kebutuhan manusia akan informasi dan kebutuhan untuk mencapai tingkat ideasional tertentu. Pada kelompok motif kognitif ini berorientasi pada pemeliharaan keseimbangan, McGuire menyebut empat teori:

*Teori konsistensi* yang menekankan kebutuhan individu untuk memelihara orientasi eksternal pada lingkungan. Teori ini memandang manusia sebagai makhluk yang dihadapkan pada berbagai konflik. Komunikasi massa mempunyai potensi untuk menyampaikan informasi yang menggoncangkan kestabilan psikologis individu. Tetapi pada saat sama, karena individu mempunyai kebebasan untuk memilih isi media, media massa

memberikan banyak peluang untuk memenuhi kebutuhan akan konsistensi. Komunikasi massa kadang-kadang lebih efektif dari pada komunikasi interpersonal, karena melalui media massa orang menyelesaikan persoalan tanpa terhambat oleh gangguan seperti yang terjadi dalam situasi komunikasi interpersonal.

*Teori atribusi* memandang individu sebagai psikolog amatir yang mencoba memahami sebab-sebab yang terjadi pada berbagai peristiwa yang dihadapinya. Komunikasi massa memberikan validasi atau pembenaran pada teori kita dengan penyajian realitas yang diimplifikasikan, dan berdasarkan stereotip. Media massa sering menyajikan kisah-kisah fiktif atau actual yang menunjukkan bahwa yang jahat selalu kalah dan kebenaran selalu menang.

*Teori kategorisasi* yang menjelaskan upaya manusia untuk memberikan makna tentang dunia berdasarkan kategori internal dalam diri kita. Teori ini memandang manusia sebagai makhluk yang selalu mengelompokkan pengalamannya dalam kategorisasi yang sudah dipersiapkannya. Orang akan memperoleh kepuasan apabila sanggup memasukkan pengalaman dalam kategori-kategori yang sudah dimilikinya, dan menjadi kecewa bila pengalaman itu tidak cocok dengan prakonsepsinya.

*Teori objektivikasi* memandang manusia sebagai makhluk yang pasif, yang tidak berfikir, yang selalu mengandalkan petunjuk-petunjuk eksternal untuk merumuskan konsep-konsep tertentu. Teori ini menyatakan bahwa kita mengambil kesimpulan tentang diri kita dari perilaku yang tampak. Teori objektivikasi menunjukkan bahwa terpaan isi media dapat memberikan

petunjuk kepada individu yang menafsirkan atau mengidentifikasi kondisi perasaan yang tidak jelas, untuk mengatribusikan perasaan-perasaan negatif pada faktor-faktor eksternal, atau memberikan kriteria pembandingan yang ekstrem untuk perilakunya yang kurang baik.

Keempat teori diatas menekankan aspek kognitif dari kebutuhan manusia, yang bertitik tolak dari individu sebagai makhluk yang memelihara stabilitas psikologisnya. Selain itu terdapat empat teori kognitif berikutnya, teori-teori ini yang melukiskan individu sebagai makhluk yang berusaha mengembangkan kondisi kognitif yang dimilikinya.

*Teori otonomi* yang dikembangkan oleh psikolog-psikolog aliran humanistic, melihat manusia sebagai makhluk yang berusaha mengaktualisasikan dirinya sehingga mencapai identitas kepribadian yang otonom. Secara sepintas, komunikasi massa tampaknya sedikit sekali memuaskan kebutuhan humanistik ini, karena media massa tidak banyak berkontribusi dalam menentukan nasib seseorang. Tetapi dengan mengikuti peristiwa-peristiwa aktual yang terjadi diseluruh dunia, orang mungkin ikut serta dan terlibat dalam hal-hal yang lebih besar daripada dirinya. Pengetahuan tentang kejadian-kejadian memberikan ilusi kekuasaan. Hal-hal faktual yang disajikan media mengembangkan minat individu dan memberikan tema yang bersifat memadukan berbagai gejala dan kesempatan untuk beridentifikasi dengan gerakan yang mengatasi peristiwa-peristiwa persoalan.

*Teori stimulasi* memandang manusia sebagai makhluk yang “lapar stimuli”, senantiasa mencari pengalaman-pengalaman baru, dan selalu berusaha memperoleh hal-hal yang memperkaya pemikirannya. Komunikasi massa menyajikan hal-hal yang baru, aneh, spektakuler, yang menjangkau pengalaman-pengalaman yang tidak terdapat pada pengalaman individu sehari-hari. Seperti istilah yang dikatakan Daniel Lerner, media massa menyajikan pengalaman buatan (*vicarious experience*).

*Teori teleologis* memandang manusia sebagai makhluk yang berusaha mencocokkan persepsinya tentang situasi sekarang dengan representasi internal dari kondisi yang dikehendaki. Teori ini menggunakan computer sebagai analogi otak. Dalam kerangka teori ini media massa merupakan sumber pemuasan kebutuhan yang subur.

*Teori utilitarian* memandang individu sebagai orang yang memperlakukan setiap situasi sebagai peluang untuk memperoleh informasi yang berguna atau keterampilan baru yang diperlukan dalam menghadapi tantangan hidup. Komunikasi massa dapat memberikan informasi, pengetahuan, dan keterampilan seperti yang dapat diberikan oleh lembaga-lembaga pendidikan. Berbagai penelitian membuktikan banyak orang yang memperoleh informasi dari media massa.

Teori berikutnya berkenaan dengan motif afektif yang ditandai oleh kondisi perasaan atau dinamika yang menggerakkan manusia mencapai tingkat perasaan atau emosional tertentu. Seperti teori di atas, kita memulai dengan motif-motif yang ditujukan untuk memelihara stabilitas psikologis dan

motif-motif yang mengembangkan kondisi psikologis. Pada kelompok pertama terdapat teori reduksi tegangan, teori ekspresif, teori ego-defensif, dan teori peneguhan. Pada kelompok kedua, terdapat teori penonjolan, teori afiliasi, teori identifikasi, dan teori peniruan.

*Teori reduksi tegangan* memandang manusia sebagai sistem tegangan yang memperoleh kepuasan pada pengurangan tegangan. Biasanya orang mengurangi atau menghilangkan tegangan pada dirinya dengan cara mengungkapkannya pada orang lain. Menurut kerangka teori ini, komunikasi massa menyalurkan kecenderungan destruktif manusia dengan menyajikan peristiwa-peristiwa atau adegan-adegan kekerasan. Film kekerasan dianggap bermanfaat karena membantu orang melepaskan kecenderungan agresifnya. Menurut teori ini, penjahat mungkin tidak jadi melepaskan dendamnya setelah puas menyaksikan pembunuhan besar-besaran yang dilakukan oleh seorang jago dalam film tersebut.

*Teori ekspresif* menyatakan bahwa orang memperoleh kepuasan dalam mengungkapkan eksistensi dirinya, menampakkan perasaan dan keyakinannya. Komunikasi massa mempermudah orang untuk berfantasi, melalui identifikasi dengan tokoh-tokoh yang disajikan sehingga orang secara tidak langsung mengungkapkan perasaannya. Media massa bukan saja membantu orang untuk mengembangkan sikap tertentu, tetapi juga menyajikan berbagai permainan untuk ekspresi diri.

*Teori ego-defensif* beranggapan bahwa dalam hidup ini kita mengembangkan citra diri yang tertentu dan kita berusaha untuk

mempertahankan citra diri ini serta berusaha hidup sesuai dengan diri dan dunia kita. Kita berpegang teguh pada konsep diri ini karena kita membentuknya dengan susah payah. Dari media massa kita memperoleh informasi untuk membangun konsep diri kita, pandangan dunia kita, dan pandangan kita tentang sifat-sifat manusia dan hubungan sosial. Bila kita telah merumuskan konsep-konsep tersebut, komunikasi massa membantu memperkokoh konsep-konsep itu. Pada saat citra diri mengalami kerusakan, media massa dapat mengalihkan perhatian kita dari kecemasan kita. Dengan demikian komunikasi massa memberikan bantuan dalam melakukan teknik-teknik pertahanan ego.

*Teori peneguhan* memandang bahwa orang dalam situasi tertentu akan bertingkah laku dengan suatu cara yang membawanya kepada ganjaran seperti yang telah dialaminya pada waktu lalu. Menurut kerangka teori ini, orang menggunakan media massa karena mendatangkan ganjaran berupa informasi, hiburan, hubungan dengan orang lain, dan sebagainya. Disamping isis media yang menarik, peristiwa menggunakan media sering diasosiasikan dengan suasana yang menyenangkan. Menurut teori peneguhan, hal-hal netral yang dikaitkan dengan hal-hal yang menyenangkan menjadi stimuli yang menyenangkan juga.

*Teori penonjolan (assertion)* memandang manusia sebagai makhluk yang selalu mengembangkan seluruh potensinya untuk memperoleh penghargaan dari dirinya dan dari orang lain. Manusia ingin mencapai prestasi, sukses dan kehormatan. Masyarakat dipandang sebagai suatu

perjuangan dimana setiap orang ingin menonjol dari yang lain. Teori penonjolan yang menekankan motif agresi dan berkuasa memang tidak terlalu berhasil dapat dipuaskan komunikasi massa. Tetapi komunikasi merupakan institusi pendidikan yang menyediakan informasi dan keterampilan yang membantu orang untuk menaklukkan dunia. Disamping itu, komunikasi massa memberikan kesempatan kepada khalayak untuk mengidentifikasikan dirinya dengan tokoh-tokoh yang berkuasa, baik fiktif maupun faktual. Buat kelompok lemah di tengah-tengah masyarakat, fantasi tentang kekuasaan juga mendapat saluran dalam konsumsi media massa.

*Teori afiliasi (affiliation)* memandang manusia sebagai makhluk yang mencari kasih sayang dan penerimaan orang lain. Ia ingin memelihara hubungan baik dalam hubungan interpersonal dengan saling membantu dan saling mencintai. Komunikasi massa digunakan individu untuk menghubungkan dirinya melalui hubungan instrumental, afektif dan integratif dengan orang lain. Isi media menegaskan kembali fungsi khalayak sebagai peserta dalam drama kemanusiaan yang lebih luas. Isi media massa juga dipergunakan orang sebagai bahan percakapan dalam membina interaksi sosial. Media massa dapat menjadi sahabat akrab bagi khalayaknya yang setia, penghibur bagi mereka yang frustrasi, dan teman setia bagi mereka yang kesepian.

*Teori identifikasi* melihat manusia sebagai pemain peranan yang berusaha memuaskan egonya dengan menambahkan peranan yang memuaskan pada konsep diri. Kepuasan diperoleh bila orang memperoleh

identitas peranan tambahan yang meningkatkan konsep dirinya. Karena media massa terutama sekali pada penyajian fiktif dan sampai tingkat tertentu juga pada penyajian faktual, menyajikan orang-orang yang memajukan peranan yang diakui dan berdasarkan gaya tertentu. Media cenderung menggambarkan orang dalam berbagai situasi dramatis yang melibatkan respon-respon menarik dan memperkenalkan khalayak pada berbagai peranan dan gaya hidup, sehingga memberikan bahan alternatif identitas peranan untuk memperkaya konsep diri. Isi yang bersifat fiktif secara eksplisit menampilkan orang dalam peranan-peranan yang dengan fantasi memudahkan khalayak untuk mengambil peranan pendorong ego (*ego enhancing roles*) melalui identifikasi dengan tokoh-tokoh.

*Teori peniruan (modeling theories)* hamper sama dengan teori identifikasi, teori ini memandang manusia sebagai makhluk yang selalu mengembangkan kemampuan afektifnya. Tetapi berbeda dengan teori identifikasi, teori peniruan menekankan orientasi eksternal dalam pencarian gratifikasi. Disini, individu dipandang secara otomatis cenderung berempati dengan perasaan orang-orang yang diamatinya dan meniru perilakunya. Komunikasi massa menampilkan beberapa model untuk ditiru oleh khalayaknya. Media *pictorial* seperti televisi, film, dan komik secara dramatis mempertontonkan perilaku fisik yang mudah dicontoh. Melalui media tersebut, orang meniru perilaku idola mereka. Teori peniruanlah yang dapat menjelaskan mengapa media massa begitu berperan dalam menyebarkan mode

berpakaian, berbicara, atau berperilaku tertentu, dan lainnya. Bahkan adegan kekerasan yang ditampilkan sebagai hal yang jelek juga ditiru oleh khalayak.

Setelah melacak berbagai teori motivasi menggunakan media massa diatas, kita dapat menyimpulkan bahwa orang menggunakan media massa karena didorong oleh beranekaragam motif. Pada setiap orang motif yang mendorong konsumsi media itu tidak sama. Perbedaan motif dalam konsumsi media massa menyebabkan individu satu dengan individu lainnya bereaksi pada media massa secara berbeda pula (Rakhmat, 1994:216).

Jika decermati secara seksama, tampak bahwa pola menonton seseorang berubah-ubah dari waktu ke waktu sesuai dengan pertumbuhan fisik dan kognisinya. Hal ini wajar karena kognisi yang dikembangkan otomatis menyebabkan penalaran mereka juga semakin menuju kearah kesempurnaan. Berdasarkan perkembangan kognisi sebagaimana dikemukakan oleh Jean Piaget (dalam Surbakti, 2008:53), pola menonton seseorang dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Pra-operasional

Sebagaimana diketahui bahwa pola pikir egosentrisme adalah hal yang paling menonjol di dalam diri anak-anak pra-operasional. Pola pikir egosentrisme menyebabkan mereka menjadikan diri mereka sebagai pusat perhatian dan semua kejadian berasal dari diri mereka. Setidaknya terdapat lima hak yang menonjol dalam pola menonton egosentrisme.

- a. Berpikir secara biner (*binary*), artinya berpikir secara berpasangan.

Mereka sama sekali belum punya komsep berpikir. Dengan demikian

mereka akan menafsirkan tayangan yang mereka saksikan berdasarkan criteria baik atau jahat, menakutkan atau tidak menakutkan.

- b. Pola pikir egosentrisme membuat seseorang tidak mampu melihat kejadian dari sisi pandang orang lain, sehingga hanya mampu melihat kejadian dari sisi pandang mereka sendiri.
- c. Membayangkan bahwa dia dan teman-temannya terlibat dalam tayangan yang sedang ditontonnya.
- d. Belum mampu membedakan objek. Artinya meskipun objeknya sama, namun jika muncul dalam bentuk yang lain, mereka belum mampu membedakannya.
- e. Belum mampu berpikir secara bolak-balik, imajinatif, dan rasional.

## 2. Konkret operasional

Pola menonton kelompok operasional konkret ini sebagian besar juga masih dipengaruhi oleh pola pikir egosentrisme. Tetapi sebagian dari mereka sudah mempunyai pemahaman tentang tayangan sebuah film dan sudah mampu merangkaikan cerita film meski tidak utuh. Mereka sangat mudah mengingat adegan yang menarik perhatiannya.

## 3. Formal operasional

Pada fase ini penonton sudah mampu berfikir konseptual, rasional, abstrak, bahkan hipotesis. Artinya mereka sudah mampu menempatkan diri mereka sesuai dengan perspektif zaman. Pola menonton mereka adalah:

- a. Meninggalkan pola berpikir egosentrisme

- b. Menolak program fantasi yang banyak mewarnai pikiran anak-anak dibawahnya
- c. Sudah memiliki apresiasi terhadap film yang disaksikannya.
- d. Mampu membayangkan secara hipotesis kelanjutan adegan meskipun tidak disorot oleh kamera.
- e. Memiliki ketertarikan terhadap pemain yang berbeda jenis kelamin dengannya.

## 2. Efek komunikasi massa

Emil Dofivat (dalam Rakhmat, 1994:186) mengatakan bahwa sejak tahun 1964 komunikasi massa telah mencapai publik dunia secara langsung dan serentak. Melalui satelit komunikasi sekarang ini secara teoritis kita akan mampu memperlihatkan satu gambar, memperdengarkan satu suara kepada tiga milyar manusia di seluruh dunia secara simultan. Komunikator hanya tinggal menyambungkan alat pemancar dan jutaan orang tinggal menyetel alat penerima. Zaman semakin berkembang dan alat komunikasi atau media massa juga semakin berkembang dan semakin canggih dengan adanya internet atau media online. Melihat begitu banyak orang yang secara setia memanfaatkan media massa, secara psikologis dapat disimpulkan bahwa orang memperoleh kepuasan dalam menggunakan media, betapapun kecilnya pemuasan yang dapat dilakukan media.

Menurut teori behaviorisme "*law of effects*" perilaku yang tidak mendatangkan kesenangan tidak akan diulangi, artinya orang tidak akan menggunakan media massa bila media massa tidak memberikan pemuasan

pada kebutuhan orang tersebut. Memang setiap orang memiliki motif-motif tertentu dalam menggunakan media massa, ada juga berbagai kebutuhan yang dipuaskan oleh media massa. Jika seseorang ingin mencari kesenangan, media massa dapat memberikan hiburan. Jika seseorang mengalami guncangan batin, media massa memberikan kesempatan untuk melarikan diri dari kenyataan. Jika seseorang merasa kesepian, media massa berfungsi sebagai sahabat, dan masih banyak lagi kebutuhan-kebutuhan yang dapat dipenuhi melalui media massa walaupun tidak semua kebutuhan dapat dipenuhi dengan media massa (Rakhmat, 1994:207).

Begitu juga dengan film yang merupakan salah satu dari produk media massa yang semakin diminati banyak orang. Film yang juga sebagai alat komunikasi massa dengan sajian pesan-pesannya yang diolah semenarik mungkin dengan gambar dan suara yang bagus dapat mendatangkan kesenangan bagi penontonnya, memberikan pemuasan, sebagai teman hiburan, sahabat untuk mengisi waktu luang, bahkan bisa menjadi sebuah informasi penting bagi penontonnya. Sehingga dari situ film juga mendatangkan efek atau dampak tersendiri bagi penontonnya.

Psikologi telah lama menelaah tentang efek komunikasi massa pada perilaku penerima pesannya. Seperti yang dinyatakan oleh Donald K. Robert (dalam Rakhmat, 1994:218) bahwa efek hanyalah “perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa”. Karena fokusnya pesan, maka efek haruslah berkaitan dengan pesan yang disampaikan media massa. Menurut Steve H. Chaffe (dalam Rakhmat, 1994:218) hal tersebut adalah

pendekatan pertama dalam melihat efek media massa. Pendekatan kedua ialah melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa, mulai dari penerimaan informasi, perubahan perasaan atau sikap, dan perubahan perilaku, atau dengan istilah lain perubahan kognitif, afektif dan behavioral. Pendekatan ketiga meninjau satuan observasi yang dikenai efek komunikasi massa, yaitu individu, kelompok, organisasi, masyarakat, atau bangsa.

Bila ketiga pendekatan itu digabungkan, kita dapat melihat efek komunikasi massa mulai dari efek kehadiran media massa secara fisik, kemudian efek pesan media massa yang meliputi aspek kognitif, afektif dan behavioral. Efek media massa dari kehadirannya sebagai benda fisik Steve H. Chaffe (dalam Rakhmat, 1994:218) menyebut ada lima hal, yaitu (1) efek ekonomi diantaranya mampu menggerakkan berbagai usaha, produksi, distribusi, dan komunikasi jasa media massa. (2) efek sosial yang berkenaan dengan perubahan pada struktur atau interaksi sosial akibat kehadiran media massa. (3) efek pada penjadwalan kegiatan dimana masyarakat menjadwalkan kembali kegiatan sehari-hari akibat munculnya berbagai media massa. (4) efek pada penyaluran atau penghilangan perasaan tertentu, dimana orang menggunakan media untuk memuaskan kebutuhan psikologis seperti menghilangkan perasaan tidak enak atau menenangkan kembali perasaannya. (5) efek pada perasaan orang terhadap media, dimana seseorang memiliki perasaan positif atau negatif pada media massa tertentu, perasaan ini mungkin erat kaitannya dengan pengalaman individu bersama media massa tersebut.

Selanjutnya terdapat efek kognitif yang terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, difahami, atau dipersepsikan khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, ketrampilan, kepercayaan dan informasi. Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap atau nilai. Efek behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku. Sebagai contoh, setelah anda menyaksikan tentang berita bencana letusan gunung kelud dalam sebuah stasiun televisi, mungkin kita menjadi tahu proses gunung kelud meletus (efek kognitif), atau mungkin kita terharu dan bersedih melihat para korban letusan gunung kelud (efek afektif), dan mungkin kita ikut berpartisipasi sebagai relawan atau ikut memberikan sumbangan barang-barang yang dibutuhkan untuk membantu korban letusan gunung kelud (efek behavioral) (Rakhmat, 1994:219).

### **3. Film drama korea**

#### **a. Pengertian Film**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1998), film adalah selaput tipis yang dibuat dari seluloid untuk tempat gambar negatif (yang akan dibuat potret) atau untuk tempat gambar positif (yang akan dimainkan di bioskop). Film juga diartikan sebagai lakon (cerita) gambar hidup. Berdasarkan pasal 1 ayat (1) UU Nomor 8 Tahun 1992 tentang perfilman disebutkan bahwa yang dimaksud dengan film adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang-dengar yang dibuat berdasarkan asas

sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video dan/atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronika, atau proses lainnya, dengan atau tanpa suara, yang dapat dipertunjukkan dan/atau ditayangkan dengan system mekanik, elektronik dan/atau lainnya.

Dari pengertian diatas dapat diungkapkan bahwa film adalah sebuah proses sejarah atau budaya suatu masyarakat yang disajikan dalam bentuk gambar hidup. Sebagai sebuah proses, banyak aspek yang tercakup dalam sebuah film. Mulai dari pemain atau artisnya, produksi, bioskop, penonton, dan sebagainya. Film juga identik sebagai hasil karya seni kolektif yang melibatkan sejumlah orang, modal dan manajemen. Dalam proses pembuatannya, pada dasarnya film merupakan komoditi jasa kreatif untuk dinikmati masyarakat luas. Dinilai dari sudut manapun, film adalah acuan otentik tentang berbagai hal, termasuk perkembangan sejarah suatu bangsa. Film merupakan karya cipta manusia yang berkaitan erat dengan berbagai aspek kehidupan (<http://thesis.binus.ac.id>, 06 November 2013).

## **b. Klasifikasi Film**

Djohan Tjasmadi (dalam <http://thesis.binus.ac.id>, 06 November 2013) mengelompokkan film berdasarkan beberapa kategori seperti berikut :

### **1. Klasifikasi Film Berdasarkan Fungsinya**

Pada dasarnya, fungsi film berkaitan dengan erat dengan manfaat, adapun manfaat tersebut diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Film sebagai media seni. Dalam hal ini suatu film dianggap memiliki nilai seni karena didalamnya mengandung unsur-unsur artistik seperti sinematografi, seni peran, seni suara, dan berbagai hasil citra, rasa, dan karsa para pembuatnya.
2. Film sebagai media hiburan. Dalam hal ini film memiliki fungsi sebagai tontonan yang bersifat dengar-pandang (audio visual).
3. Film sebagai media informasi. Karena film untuk menyampaikan pesan yang ada di dalamnya kepada penonton.

## 2. Klasifikasi Film Berdasarkan Maksud Pembuatan

Pada awal penemuannya film memang dimaksudkan untuk dijadikan komoditi jasa kreatif, yaitu barang atau jasa dagangan yang bernilai seni. Pada perkembangan berikutnya film memiliki ciri atau rumpun dan kategori yang berbeda sesuai dengan tujuan pembuatannya.

**Tabel 2.1**  
**Film Berdasarkan Maksud Pembuatannya**

No	Rumpun	Kategori	Anggaran produksi berasal dari	Tujuan utama film
1	Komersial	Hiburan main-stream	Modal usaha (profit oriented)	Keuntungan bagi pemodal (material gain)
2	Dokumentasi	Arsip	Belanja rutin	Data terhimpun dengan rapi
3	Informasi	Penyuluhan	Belanja proyek	Pesan mencapai sasaran
4	Publikasi	Promosi	Biaya perusahaan	Menarik perhatian public/membentuk opini
5	Artistik	Seni side-stream	Sponsor/lembaga keuangan non profit	Apresiasi seni/ penghargaan

### 3. Klasifikasi Film Berdasarkan Usia Penonton

Film pada perkembangannya juga dipilih-pilih sesuai usia penontony. Hal ini bertujuan agar pesan yang disampaikan oleh pembuat film dapat sesuai sasaran. Klasifikasi film berdasarkan usia penonton dibagi menjadi film anak-anak (*children films*), film semua umur (*all ages*), dengan bimbingan orang tua (*parental guidance*), film remaja (*teenages*), dan film dewasa (*adults*).

#### c. Drama Korea

Drama Korea mengacu pada drama televisi di Korea, dalam sebuah format mini seri, diproduksi dalam bahasa korea. Banyak dari drama ini telah menjadi populer di seluruh Asia dan telah member kontribusi pada fenomena umum dari gelombang Korea, dan juga “Demam Drama” di beberapa Negara. Drama Korea yang paling populer juga telah menjadi populer di bagian Negara lain seperti Amerika Latin, Timur Tengah, dan bagian lain (<http://thesis.binus.ac.id>, 06 November 2013).

Secara umum ada dua genre utama drama Korea. Genre pertama menyerupai opera sabun barat dengan pendek, mengakhiri plot, dan tanpa referensi seksual yang jelas yang sering ditemukan di drama barat. Drama ini biasanya melibatkan konflik terkait dengan hubungan, tawar-menawar uang, dan hubungan antara mertua dengan menantu. Selain itu juga terkait dengan rumitnya hubungan cinta segitiga dimana pemeran wanita biasanya jatuh cinta dengan seorang “anak nakal” karakter utama yang menganiaya dirinya. Drama Korea ini biasanya berlangsung dari 16 episode hingga 25 episode, kalau pun

lebih bisa mencapai 100 episode dan paling sering tidak melebihi 200 episode (<http://thesis.binus.ac.id>, 06 November 2013).

Genre yang kedua adalah drama sejarah Korea (juga dikenal sebagai *sa geuk*), yang merupakan dramatisasi fiksi sejarah Korea. Drama sejarah Korea biasanya melibatkan alur cerita yang sangat kompleks dengan kostum yang rumit, set dan efek khusus. Seni bela diri, pertarungan pedang dan kuda sering menjadi komponen besar dari drama sejarah Korea ini. Drama Korea baik drama sejarah atau drama modern, biasanya ditandai dengan kualitas produksi yang sangat baik, karakter dengan kedalaman, cerdas naskah tetapi sebagian besar bergantung pada penggunaan karakter pola dasar (<http://thesis.binus.ac.id>, 06 November 2013).

### C. Kecenderungan Narsistik

#### 1. Konsep Dasar Narsistik

Orang dengan gangguan kepribadian narsistik (*narcissistic personality disorder*) mempunyai maksud kepentingan yang tidak realistis dan berlebihan, sifat ini biasa disebut dengan *grandiosity* (kebesaran diri). Nama atau istilah gangguan ini berasal dari sebuah mitologi Yunani kuno tentang seorang pemuda tampan yang merasa jatuh cinta pada citra (*image*) atau bayangannya sendiri dikolam, dan anak itu bernama Narcissus (Halgin dan Susan, 2010:102). Mitologi ini digunakan dalam psikologi pertama kalinya oleh Sigmund Freud (dalam Harmawan, 1999:9) untuk menggambarkan individu-individu yang menunjukkan cinta diri yang berlebihan. Freud menamakan

mereka “*the narcissists*” dan pelakunya disebut individu narsisistik atau seorang narsisis (*a narcissist*).

Davison, Neale dan Kring (2010:586) memberikan pandangan bahwa orang-orang dengan gangguan kepribadian narsistik memiliki pandangan berlebihan mengenai keunikan dan kemampuan mereka dan terfokus dengan berbagai fantasi keberhasilan besar. Mereka menghendaki perhatian dan pemujaan berlebihan yang hampir tanpa henti dan yakni bahwa mereka hanya dapat dimengerti oleh orang-orang yang istimewa tau memiliki status tinggi. Freud (dalam Adi, 2008) memandang narsisistik sebagai fase yang dilalui semua anak sebelum menyalurkan (*transferring*) cinta mereka kepada diri mereka sendiri dan orang-orang yang berarti (*significant person*). Campbell (dalam Adi, 2008) mengat akan bahwa orang narsistik cenderung selalu meminta umpan balik terhadap hal-hal yang telah dikerjakannya, selalu menilai penampilannya dan suka memperkirakan bahwa perilaku-perilakunya selalu bersifat positif.

Sedangkan kecenderungan merupakan kecondongan hati untuk bertindak dan ada suatu keinginan di dalam hati untuk melakukan keinginan tersebut. Kecenderungan perilaku yang ada di dalam diri seseorang ditunjuk sebagai komponen perilaku atau komponen konatif dalam struktur sikap. Dalam kecenderungan terdapat kesiagaan untuk bereaksi dan bertindak yang didukung oleh tekanan-tekanan emosional dan minat yang terarah pada objek, sehingga ada pengarahan yang bersifat selektif. Oleh karenanya, kecenderungan dianggap sebagai tenaga penggerak yang konstan yang

menentukan tingkah laku (Wijaya, dalam Adi, 2008). Kecenderungan menurut Badudu (dalam Adi, 2008) adalah kecondongan atau kesediaan yang mengarah pada suatu hal. Poerwodarminta (dalam Adi, 2008) menjelaskan bahwa kecenderungan sebagai kecondongan hati, kesudian, keinginan atau kesukaan individu akan sesuatu hal.

Beck (dalam Adi, 2008) berpendapat bahwa beberapa orang dengan kecenderungan narsistik membangun asumsi-asumsi keberhargaan diri (*self worth*) mereka dengan tidak realistis (dalam hal-hal yang positif) sebagai hasil dari penentuan (*indulgence*) dan evaluasi yang berlebihan (*over evaluation*) dari orang-orang signifikan selama anak-anak.

Berdasarkan definisi-definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kecenderungan narsistik adalah suatu keinginan individu yang cenderung suka meminta pengaguman, pujian dan pemujaan diri tentang kebutuhan akan keunikan, kelebihan, kesuksesan, kemampuan yang lebih tinggi dibandingkan orang lain, serta meminta perhatian yang lebih dari orang lain sebagai bentuk penilaian atas dirinya (Adi, 2008).

## **2. Perkembangan Teori Narsistik**

Mitologi Narcissus berkembang sesudah Freud mengembangkannya sebagai bagian dari teorinya. Konsep dasar ini semula hanya merupakan fenomena perkembangan psiko-seksual pada anak-anak. Freud (1914) berpendapat bahwa narsistik umum timbul pada setiap orang ketika libido, yang merupakan energi psikis, diinvestasikan untuk kepuasan diri sendiri sehingga ada ketidak mampuan untuk menginvestasikannya pada orang lain

atau demi kepentingan orang lain. Perilaku yang muncul sebagai akibat dari narsistik tidak sehat ini terlihat sebagai rasa cinta-diri yang berlebihan (Harmawan, 1999:10).

Menurut Mitchell dan Black (dalam Harmawan, 1999: 10), Freud memperkenalkan dua jenis narsisisme yaitu, narsisisme primer (*primary narcissism*) yang terjadi pada saat energi ini diarahkan untuk memuaskan diri sendiri, dan narsisisme sekunder (*secondary narcissism*) yaitu investasi energi yang dialihkan pada orang lain tapi tetap dilakukan untuk memuaskan diri sendiri. Seperti konsep ilmu psikologi yang lainnya, konsep narsistik juga berkembang, salah seorang psikolog yang mengembangkannya adalah Heinz Kohut (1923-1981). Menurut Kohut (dalam Harmawan, 1999: 10), ia sering mendapatkan pasien yang gejala utamanya merupakan manifestasi dari narsisisme tidak sehat. Mereka mengalami depresi dan kehampaan dalam perasaan. Keluhan mereka berkisar pada kemungkinan hilangnya makna dan gairah hidup mereka. Mitchell dan Black (dalam Harmawan, 1999: 10) menyatakan bahwa pasien-pasien Kohut menjalani hidupnya dengan berat hati. Usaha keseharian mereka, baik dalam pekerjaan dan kehidupan interpersonal, hanya menghasilkan kehampaan belaka.

Kernberg (dalam Harmawan, 1999: 11) berpendapat bahwa pasien-pasien narsistik tidak memperlihatkan adanya perilaku yang terganggu, malah sebagian besar dari mereka mampu bersosialisasi dengan baik dan bahkan memiliki Kontrol impuls yang relatif lebih baik dari kepribadian infantil lainnya. Kernberg melihat bahwa narsisisme patologis terjadi ketika adanya

kerancuan dan fusi antara diri-ideal "*ideal self*" dan diri sejati "*true self*". Ia menjelaskan alasan yang membuat depresi, kehampaan hidup, dan mudah merasa bosan menjadi ciri utama pasien narsisime tidak sehat. Ia setuju dengan pandangan Kohut dan percaya bahwa narsisime patologis merupakan masalah perkembangan karena tumbuh pada masa pertumbuhan seorang anak.

Millon (dalam Harmawan, 1999: 12) menyatakan bahwa gangguan narsistik merupakan gangguan kepribadian yang paling tidak parah karena masih adanya struktur kohesif dalam dirinya, dan berbeda dengan gangguan kepribadian lainnya. Baginya, fenomena narsistik bisa saja terjadi pada individu yang normal dan ia mengkategorikannya sebagai kepribadian yang penuh percaya diri (*confident personality*). Gejala yang terlihat bisa serupa tetapi derajatnya saja yang berbeda.

Lasch (dalam Harmawan, 1999:12) berpendapat setiap era memiliki patologinya sendiri-sendiri, dan narsisme tidak sehat merupakan patologi dalam era masyarakat modern sebagai sarana *coping* yang tepat dalam menghadapi tekanan. Era masyarakat modern adalah era dimana nilai seseorang sangat bergantung pada penampilan. Narsisme patologis ini kemudian berkembang menjadi kondisi sosial yang mempengaruhi pertumbuhan *trait* narsistik yang ada pada setiap orang (dengan derajat yang berbeda). Gejala narsistik sebagai *trait* memang umum pada anak-anak dan remaja, dan belum tentu *trait* ini akan menjadi gangguan kepribadian. Gangguan kepribadian narsistik ada pada orang dewasa dan menyebabkan

individu itu biasanya sukar sekali menyesuaikan diri dalam keterbatasan fisik dan pekerjaannya.

### 3. Ciri-ciri Kecenderungan Narsistik

Seperti yang sudah dibahas dalam definisi gangguan kepribadian narsistik di atas, Orang-orang dengan kecenderungan narsistik memiliki pandangan berlebihan mengenai keunikan dan kemampuan mereka dan terfokus dengan berbagai fantasi keberhasilan besar. Mereka menghendaki perhatian dan pemujaan berlebihan dan yakin bahwa mereka hanya dapat dimengerti oleh orang-orang yang istimewa atau memiliki status tinggi. Hubungan interpersonal mereka terhambat karena kurangnya empati, perasaan iri dan arogansi, memanfaatkan orang lain serta perasaan bahwa mereka berhak mendapatkan segala sesuatu. Kepribadian narsistik sangat sensitif terhadap kritik dan takut pada kegagalan, terkadang mereka mencari orang yang dapat di idealkan karena mereka merasa kecewa pada diri sendiri. Hubungan pribadi orang kecenderungan narsistik hanya sedikit dan dangkal. Bila orang lain tidak memenuhi harapan mereka yang tidak realistis, maka mereka akan menjadi marah dan menyingkirkan orang tersebut (Davison, Neale dan Kring, 2010:586).

Masterson (dalam Harmawan, 1999:15) menggambarkan individu narsistik sebagai individu yang keberadaannya bukan merupakan keberadaan diri-sejati (*real self*), tetapi merupakan keberadaan diri semu (*false self*). Sekilas, seorang individu narsistik tidak menampakkan masalah psikologis. Ia sering terlihat sebagai individu yang memiliki kesuksesan dalam segala hal,

karir dan hubungan interpersonal. Namun dibalik semua itu individu narsistik menyimpan perasaan tidak aman (*insecurity*) dan bahkan perasaan terbebani. Itulah yang membedakan individu narsistik dengan individu sukses lainnya. Seorang individu sukses non-narsistik akan merasa senang bila dikagumi oleh orang lain, namun rasa kagum itu bukan merupakan tujuan utamanya. Sebaliknya, bagi individu narsistik, yang tujuan utamanya adalah untuk dikagumi oleh orang lain, kesuksesan, control dan prestasi hanya sekedar alat. Karena kekagumanlah yang sebenarnya sangat dibutuhkan oleh seorang individu narsistik.

Keberadaan yang didasarkan pada citra-diri merupakan keberadaan diri-semu dan bukan diri-sejati. Sedangkan individu-individu narsistik, keberadaannya terdiri dari kedok-kedok yang menutupi aspek diri-sejati. Diri sejati yang sehat menurut Masterson memiliki sepuluh kapasitas utama yang tidak dimiliki oleh diri-semu, yaitu:

1. Kapasitas untuk mampu mengalami ruang lingkup perasaan yang luas dengan spontan. Diri-sejati sehat memberikan kesempatan untuk mengalami dan melalui emosi baik atau buruk, dan menyenangkan atau menyakitkan. Ia tidak membuat tembok atau penghalang melawan perasaan dan juga tidak menyembunyikan diri. Ia juga tidak takut atau pun ragu untuk mengungkapkannya.
2. Kapasitas untuk mengharapakan hak yang layak (*appropriate entitlement*). Hal ini didapatkan dari kemampuan (*sense mastery*) yang dibina sejak masa pertumbuhan

3. Kapasitas untuk mengaktifasikan diri dan mempertahankan diri, termasuk di dalamnya kemampuan untuk mengidentifikasi keunikan dirinya dan mampu secara asertif mengekspresikannya dan mempertahankannya.
4. Kapasitas untuk menghargai nilai diri, termasuk di dalamnya adalah kemampuan untuk mengidentifikasi dan menerima bahwa dirinya pernah melewati krisis dengan baik secara positif dan kreatif. Dengan demikian ia mampu untuk tidak menggantungkan diri pada orang lain untuk menyelesaikan masalahnya.
5. Kemampuan untuk menghibur perasaan yang menyakitkan. Diri-sejati tidak akan membiarkan seseorang untuk berlarut dalam kesengsaraan. Ia akan mencari jalan untuk menghibur dirinya dan segera mencari jalan keluar.
6. Kemampuan untuk membuat dan berpegang pada komitmen, baik dalam hubungan interpersonal ataupun dalam karir. Diri-sejati tidak akan membiarkan kesulitan membuatnya meninggalkan tujuan dan keputusan untuk memberikan yang terbaik bagi dirinya.
7. Kreatifitas yang membantu diri sejati untuk keluar dari sebuah mekanisme atau kebiasaan yang salah. Kreatifitas juga merupakan kemampuan untuk mendapatkan solusi untuk problem disekitar dirinya.
8. Keintiman, yaitu kemampuan untuk mengekspresikan diri sepenuhnya dalam sebuah hubungan interpersonal yang dekat dengan orang lain tanpa dikuasai rasa takut.

9. Kemampuan untuk berada dalam kesendirian tanpa merasa ditinggalkan.

Dalam proses ini, diri-sejati akan mencapai makna dalam hidupnya.

10. Kemampuan untuk melanjutkan perkembangan diri (*Continuity of self*), yaitu kemampuan untuk mengenal dan menerima bahwa diri-sejati tetap memiliki dasar atau sentral yang sama walaupun ia harus melewati pengalaman yang membuatnya tumbuh dan berkembang.

Campbell (dalam Adi, 2008) berpendapat bahwa seseorang narsistik mempunyai ciri-ciri diantaranya yaitu:

1. Mempunyai konsep diri yang selalu positif tentang dirinya (berfikir bahwa dirinya baik dalam hampir segala hal).
2. Egosentrisme (memikirkan dirinya sendiri tanpa mau mendengarkan pandangan orang lain).
3. Merasa dirinya special atau unik.
4. Mempunyai hubungan interpersonal yang kurang baik.

Menurut *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorder – Fourth Edition* (DSM-IV) menyatakan bahwa individu dapat dianggap mengalami gangguan kepribadian narsistik meliputi:

1. Merasa diri paling hebat namun seringkali tidak sesuai dengan potensi atau kompetensi yang dimiliki.
2. Percaya bahwa dirinya adalah special dan unik.
3. Dipenuhi dengan fantasi tentang kesuksesan, kekuasaan, kepintaran, kecantikan atau cinta sejati.
4. Memiliki kebutuhan yang eksekif untuk dikagumi.

5. Meraya layak untuk diperlakukan istimewa.
6. Kurang empati
7. Mengeksploitasi hubungan interpersonal
8. Seringkali memiliki rasa iri pada orang lain atau menganggap bahwa orang lain iri padanya.
9. Angkuh.

#### 4. Faktor-faktor yang Menyebabkan Kecenderungan Narsistik

Sedikides, dkk (dalam Adi, 2008) memberikan hasil risetnya mengenai faktor-faktor narsistik yaitu:

1. *Self-esteem* (Harga diri) bahwa harga dirinya tidak stabil dan terlalu tergantung pada interaksi sosialnya.
2. *Depression* (Depresi) merupakan suatu pemikiran negative tentang dirinya, dunia, dan masa depannya, adanya rasa bersalah dan kurang percaya dalam menjalani hidup.
3. *Loneliness* (Kesepian) yaitu suatu perasaan yang tidak menyenangkan, kurang mempunyai hasrat untuk berhubungan dengan orang lain.
4. *Subjective Well-being* (Perasaan Subjektif), yaitu individu merasa bahwa dirinya seakan-akan menjadi pribadi yang sempurna.

Hotchkiss (dalam Adi, 2008) menyebutkan faktor-faktor penyebab narsistik adalah:

1. *Differentiation* (Perbedaan), hal ini mengacu pada konsep Freud yang menyatakan bahwa libido langsung diarahkan pada diri ketika energy psikis tanpa objek eksternal.

2. *Internal Objects* (Objek Internal), yaitu objek yang diarahkan dan berpusat pada diri sendiri.
3. *Primitive Defenses* (Keadaan Pembelaan awal) yaitu berkelakuan dan mampu mempengaruhi perasaan orang lain.
4. *Envy* (Cemburu atau iri hati), merupakan perasaan yang tidak menyenangkan atau emosi yang dibangkitkan oleh hasrat untuk memiliki seperti yang dipunyai oleh orang lain.
5. *Superego Development* (Perkembangan superego), Freud menjelaskan bahwa rasa malu (*shaming*) dan kesadaran (*awakening*) dari pendapat kritis tidaklah cukup menahan gambaran infantile dirinya secara sempurna.
6. *Affect Regulation* (Aturan yang emosional), yaitu individu berusaha untuk menutupi rasa malu, bersikap dingin, dan tidak ingin diejek.

Para teoritikus kognitif-perilaku berpendapat bahwa orang dengan gangguan kepribadian narsistik berpegang pada gagasan ketidakmampuan menyesuaikan diri sendiri, termasuk pandangan bahwa mereka adalah orang yang luar biasa yang pantas diperlakukan jauh lebih baik dari pada manusia biasa. Mereka kurang pengertian atau perhatian terhadap perasaan orang lain karena mereka menganggap diri mereka lebih tinggi dari pada orang lain. Kepercayaan tersebut menghambat kemampuan mereka untuk untuk merasakan pengalaman yang realistis, dan mereka mengalami masalah ketika gagasan mereka yang mengesankan tentang diri mereka sendiri bertentangan

dengan pengalaman kegagalan mereka di dunia nyata (Beck, dkk, 2004 dalam Halgin dan Susan 2010:103).

Pendekatan psikodinamika dalam menangani orang dengan gangguan kepribadian narsistik didasari oleh perspektif bahwa mereka kurang mengalami penghargaan pada masa kanak-kanak untuk perilaku positif mereka (Kohut, 1971 dalam Halgin dan Susan 2010:103).

#### **D. Minat Menonton Film dan Kecenderungan Narsistik dalam Perspektif**

##### **Islam**

##### **1. Minat Menonton Film**

Pandji (dalam Putra, 2008) mendefinisikan minat adalah rasa suka atau senang dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi itu. Sedangkan menonton adalah melihat suatu pertunjukan yang bagi sebagian orang merupakan suatu sarana hiburan untuk menghilangkan kejenuhan. Jadi minat menonton merupakan aktivitas melihat pertunjukan yang disenangi sebagai sarana hiburan.

Minat menonton merupakan salah satu sarana hiburan, dan dalam islam hiburan atau menghibur diri tidaklah dilarang. Para sahabat *Rodhiyallahu Anhum* adalah cermin bagi setiap muslim yang ingin menyeimbangkan hidupnya antara kebutuhan-kebutuhan rohani dan tuntutan-tuntutan jasmani. Mereka menjaga keseimbangan tersebut dengan mencontoh kepribadian Rosulullah SAW dan mencari ilham dari sirah beliau tentang akhlak-akhlak

menyenangkan hati dan menghibur diri yang ideal, yakni yang tidak sampai berlebihan dan tidak pula lalai (Rasyid, 2005:103).

Imam Ali *Rodhiyallahu Anhum* mengatakan, “istirahatkanlah hati ini dan carilah kata-kata pilihan yang mengandung hikmah untuknya, karena sesungguhnya hati itu juga bisa lelah seperti halnya tubuh”.

Abdullah bin Mas’ud *Rodhiyallahu Anhum* mengatakan, “sesungguhnya hati itu bisa bergairah dan bisa lesu, bisa hidup dan bisa mati. Gunakanlah hati ketika ia sedang bergairah dan sedang hidup. Dan istirahatlah hati ketika sedang lesu dan sedang mati”.

Diriwayatkan dari Abu Darda’ *Rodhiyallahu Anhum* ia berkata, “Aku biasa menghibur diriku dengan sesuatu yang sia-sia namun tidak diharamkan, supaya hal itu membuatku gigih dan semangat dalam membelakebenarannya”.

Sirah (perjalanan hidup) Rosulullah SAW mengambil peranan yang sangat penting dalam memberikan perjalanan dan semangat kepada manusia agar bisa memberikan manfaat sebanyak mungkin dan berproduksi secermat mungkin, dengan cara beristirahat untuk menyenangkan hati dan menghibur diri yang positif dan efektif. Berdasarkan sanad-sanad yang shahih ditetapkan bahwa Rosulullah SAW biasa melakukan berbagai macam permainan yang diperbolehkan syariat dalam rangka untuk menyenangkan diri dan menghibur diri. Rosulullah SAW juga pernah memberikan izin kepada orang-orang Habasyah untuk memainkan anak panah dan tombak menurut kebiasaan mereka di halaman masjid beliau. Dan beliau memberikan izin kepada Aisyah

untuk menonton permainan mereka. Beliau bersabda “*Teruskanlah permainan kalian, hai Bani Arfidah*” (Rasyid, 2005:100).

Dalam buku Islam terdapat istilah *at-tarfiḥ* dan *at-tarwih* secara bahasa kedua istilah ini diberi makna memasukkan kegembiraan pada batin, mengistirahatkannya, dan memperbarui semangatnya. *Ar-rafahah*, *ar-rafahiyah*, dan *ar-rufahniyah* memiliki arti kesenangan hidup. *Raaha rauhan* diartikan menjadi senang hatinya dan gembira. *Yarahu qalbuḥu* yaitu hatinya merasa gembira, *ar-rahāt* (senang). *Wajada ar-rahāt* yakni ia menemukan kesenangan sama seperti istirahat. *Ar-rahāt*, *al-murayahāt*, dan *ar-ruwaiḥāt* sama seperti *safinat* yaitu anda menemukan kegembiraan yang timbul dari keyakinan.

Dari istilah-istilah diatas dapat disimpulkan bahwa konotasi dari istilah *At-tarfiḥ* dan *At-tarwih* sama dalam beberapa makna berikut :

- Kelapangan dan kegembiraan
- Menghilangkan kesusahan dan kesempitan dari jiwa
- Mencari kenyamanan batin
- Memasukkan kegembiraan dalam batin (Rasyid, 2005:56).

Dari keterangan-keterangan diatas apabila diasumsukan dalam minat menonton dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa menonton film sebagai bahan hiburan masih diperbolehkan selama kegiatan tersebut tidak berlebihan dan melanggar syariat islam, dan tidak meninggalkan kewajiban-kewajibannya karena hal ini bisa menyebabkan kerugian bagi dirinya sendiri. Sehingga setiap orang harus bisa menjaga keseimbangan dalam kebutuhan

hidupnya baik secara rohani maupun jasmani dan jangan terlalu berlebihan dalam segala hal termasuk dalam menuruti minatnya seperti istilah berikut yang mengatakan *at-tasyaghul anma huwa mathlubun wa marghubun* (sibuk dari apa yang dituntut dan disukai) karena bisa menjadi orang yang merugi.

## 2. Kecenderungan Narsistik

Istilah narsistik dalam keilmuan psikologi termasuk dalam gangguan kepribadian dengan ciri-ciri tertentu seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya. Dalam terminology Islam klasik, gangguan kepribadian disebut dengan akhlak tercela (*akhlaq madzmumah*) sebagai kebalikan dari akhlak terpuji (*akhlaq mahmudah*). Maksud dari gangguan kepribadian dalam Islam adalah serangkaian perilaku manusia yang menyimpang (*inkhiraf*) dari fitrah asli yang murni, bersih dan suci, yang telah ditetapkan oleh Allah SWT sejak zaman azali. Penyimpangan perilaku tersebut mengakibatkan penyakit dalam jiwa seseorang, yang apabila mencapai puncaknya mengakibatkan keterkuncian (*khatam*) atau kematian (*mayt*) kalbu. Penderita gangguan ini secara fisik boleh jadi berpenampilan gagah, tegap, dan kuat, akan tetapi batinnya rapuh, menderita, resah, gelisah, gersang dan tidak mampu menikmati kejayaan fisiknya (Mujib, 2006:351).

Berdasarkan ciri-ciri gangguan kecenderungan narsistik dalam ilmu psikologi yang sudah dipaparkan sebelumnya, termasuk juga dalam pembahasan beberapa bentuk gangguan kepribadian dalam Islam, Abdul Mujib (2006) memaparkan beberapa diantaranya adalah sebagai berikut. Ciri *pertama* kepribadian yang suka membanggakan diri (*ujub*) dan sombong

(*takabbur*), yaitu sikap dan perilaku congkak dan menganggap besar diri sendiri tanpa dibarengi kemampuan yang memadai, sehingga merasa dirinya paling besar, padahal keadaan sebenarnya kecil. Sombong dianggap sebagai penyakit, sebab pelakunya tidak menyadari akan kekurangannya dan memaksa diri untuk memasang harga diri (*self-esteem*) yang tinggi. Kehidupan orang yang sombong tidak akan tenang, karena ia tidak rela jika orang lain memiliki prestasi, sedangkan ia sendiri tidak berusaha untuk meningkatkan kualitas dirinya.

Firman Allah SWT:

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ

﴿١٨﴾ وَأَقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَأَغْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ ۚ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ ﴿١٩﴾

Artinya: “Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan dimuka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri. Dan sederhanalah kamu dalam berjalan dan melunakkan suaramu. Sesungguhnya seburuk-buruknya suara ialah suara keledai ” (QS. Luqman [31]: 18-19).

Firman Allah tersebut menunjukkan bahwa hanya Allah yang patut membanggakan diri, karena hanya Dia Yang Maha Segala-galanya. Sedangkan manusia dengan segala relativitasnya tidak memiliki otoritas untuk sombong, karena ia tidak tahu pasti apakah prestasi ketakwaannya patut disombongkan.

*Kedua* ciri kepribadian yang suka pamer (*riya*’) yaitu sikap dan perilaku yang menampakkan apa yang tidak sebenarnya, untuk tujuan pamrih, pamer, atau cari muka pada orang lain. Secara spiritual, *riya*’ dikategorikan sebagai penyakit, sebab pelakunya telah menyalahi perjanjian ketuhanan didalam

arwah, untuk beribadah kepada-Nya. Seseorang yang melakukan *riya'* berarti tidak mampu merealisasikan dirinya dengan baik. Demikian juga secara psikologis, *riya'* termasuk patologis, karena pelakunya berbuat sesuatu hanya untuk mencari muka, tanpa memperhitungkan kualitas amaliyahnya. Pelaku *riya'* akan bekerja dengan baik jika diawasi dan diperhatikan, jika tidak, maka ia mengabaikan segala kewajiban dan tugasnya. *Riya'* sering bersemayam pada jiwa seseorang yang labil, karena belum memiliki keimanan atau keyakinan yang kuat. Orang yang melakukan perbuatan *riya'* tidak memiliki komitmen yang kuat, karena pikirannya berubah-ubah menurut apa yang diinginkannya.

*Ketiga* pribadi yang iri dan dengki (*hasad dan hiqid*), yaitu sikap dan perilaku yang tidak merasa nyaman terhadap nikmat, karunia, prestasi dan kelebihan yang dimiliki oleh orang lain. Ia tidak rela dengan kesenangan dan kesejahteraan orang lain, bahkan ia berobsesi agar karunia tersebut berpindah pada dirinya. Sedang *hiqid* adalah kedengkian pada orang lain dan berusaha agar orang yang dibenci tersebut tidak mendapatkan kesempatan dalam meraih kesejahteraan dan kenikmatan. Iri hati tergolong gangguan mental yang berat, sebab pelakunya senantiasa menanggung beban psikologis yang kompleks, seperti kebencian, amarah, buruk sangka, pelit, dan menghinakan orang lain. Apabila jiwa seseorang diliputi iri hati, maka dalam dadanya terasa resah dan berat, sesak dalam bernafas, dan sempit dalam berpikir atau bertindak. Akibat buruknya adalah ia sulit mengaktualisasikan potensi

positifnya, bahkan ia akan terisolir dari lingkungannya. Seperti Sabda Nabi

SAW berikut:

Artinya: “janganlah kamu sekalian saling membenci, saling iri hati, dan saling membelakangi. Jadilah kamu sekalian hamba-hamba Allah yang penuh persaudaraan. Seorang muslim tidak diperbolehkan berdiam diri pada saudaranya sesama Muslim melebihi tiga hari” (HR. al-Bukhari dari Anas bin Malik).

Allah SWT juga berfirman seperti berikut :

وَالَّذِينَ جَاءُوا مِنْ بَعْدِهِمْ يَقُولُونَ رَبَّنَا اغْفِرْ لَنَا وَلِإِخْوَانِنَا الَّذِينَ سَبَقُونَا بِالْإِيمَانِ وَلَا تَجْعَلْ فِي قُلُوبِنَا غِلًّا لِلَّذِينَ ءَامَنُوا رَبَّنَا إِنَّكَ رَءُوفٌ رَحِيمٌ ﴿١٠﴾

Artinya: dan orang-orang yang datang sesudah mereka (Muhajirin dan Anshor), mereka berdoa: "Ya Rabb Kami, beri ampunlah Kami dan saudara-saudara Kami yang telah beriman lebih dulu dari Kami, dan janganlah Engkau membiarkan kedengkian dalam hati Kami terhadap orang-orang yang beriman; Ya Rabb Kami, Sesungguhnya Engkau Maha Penyantun lagi Maha Penyayang." (Al-Hasyr [59]:10).

Keempat pribadi penghayal (*al-tamanni*), yaitu sikap dan perilaku yang tenggalam dalam dunia khayalan dan tidak realistis. Ia berkeinginan besar untuk memiliki sesuatu, tetapi tidak dibarengi dengan aktivitas nyata, sehingga kehidupannya tidak kreatif dan produktif. Akibat dari gejala *tamanni* ini maka penderitanya tidak akan segan-segan mengambil jalan pintas, seperti memperdalam angan-angannya dengan hal-hal yang negatif seperti mengkonsumsi zat adiktif, mencuri, korupsi dan lain sebagainya. Menurut pandangan islam, penyakit *tamanni* tingkat tertinggi dari penderita ilusi, delusi, dan halusinasi.

Kelima kepribadian yang tertipu atau terpedaya (*ghurur*), yaitu sikap dan perilaku yang percaya atau meyakini sesuatu yang tidak hakiki dan tidak

substansif. Wujud lahiriahnya boleh jadi sangat nyata, bahkan untuk sementara waktu dapat menyenangkan jiwa seseorang, tetapi secara hakiki wujud tersebut hanya fatamorgana belaka yang tidak realistik dan irasional. Penyakit *ghurur* berjangkit pada jiwa manusia disebabkan oleh :

1. Janji-janji syaitan, sehingga dapat membangkitkan angan-angan kosong manusia, padahal setan itu tidak menjanjikan kepada manusia selain tipuan belaka

يَعِدُّهُمْ وَيَمِينِهِمْ وَمَا يَعِدُّهُمْ الشَّيْطَانُ إِلَّا غُرُورًا ﴿١٢٠﴾

Artinya: “Syaitan itu memberikan janji-janji kepada mereka dan membangkitkan angan-angan kosong pada mereka, Padahal syaitan itu tidak menjanjikan kepada mereka selain dari tipuan belaka” (QS An-Nisa’ [4]:120).

وَأَسْتَفْزِرُ مَنْ أَسْتَطَعْتَ مِنْهُمْ بِصَوْتِكَ وَأَجْلِبَ عَلَيْهِمْ بِخَيْلِكَ وَرَجِلِكَ وَشَارِكِهِمْ فِي  
الْأَمْوَالِ وَالْأَوْلَادِ وَعِدَّهُمْ وَمَا يَعِدُّهُمْ الشَّيْطَانُ إِلَّا غُرُورًا ﴿١١٧﴾

Artinya: “Dan hasunglah siapa yang kamu sanggupi di antara mereka dengan ajakanmu, dan kerahkanlah terhadap mereka pasukan berkuda dan pasukanmu yang berjalan kaki dan berserikatlah dengan mereka pada harta dan anak-anak dan beri janjilah mereka. dan tidak ada yang dijanjikan oleh syaitan kepada mereka melainkan tipuan belaka” (Al-Isra’ [17]:64).

2. Keingkaran kepada pertolongan Allah yang Maha Pemurah

أَمَّنْ هَذَا الَّذِي هُوَ جُنْدٌ لَكُمْ يَنْصُرُكُمْ مِنْ دُونِ الرَّحْمَنِ إِنَّ الْكَافِرِينَ إِلَّا فِي غُرُورٍ ﴿٦٧﴾

Artinya: “Atau siapakah Dia yang menjadi tentara bagimu yang akan menolongmu selain daripada Allah yang Maha Pemurah? orang-orang kafir itu tidak lain hanyalah dalam (keadaan) tertipu” (QS Al-Mulk [67]:20).

3. Tipu daya kesenangan dunia yang sementara padahal kesenangan kesenang yang hakiki dan abadi adalah kesenangan dari Allah di akhirat kelak

كُلُّ نَفْسٍ ذَائِقَةُ الْمَوْتِ وَإِنَّمَا تُوَفَّوْنَ أَجُورَكُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ فَمَنْ زُحِرَ عَنِ النَّارِ  
وَأُدْخِلَ الْجَنَّةَ فَقَدْ فَازَ وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا مَتَاعُ الْغُرُورِ ﴿١٨٥﴾

Artinya: “Tiap-tiap yang berjiwa akan merasakan mati. dan Sesungguhnya pada hari kiamat sajalah disempurnakan pahalamu. Barangsiapa dijauhkan dari neraka dan dimasukkan ke dalam syurga, Maka sungguh ia telah beruntung. kehidupan dunia itu tidak lain hanyalah kesenangan yang memperdayakan” (QS Ali Imran [3]:185).

وَلِلْآخِرَةِ خَيْرٌ لَّكَ مِنَ الْأُولَى ﴿٩٣﴾

Artinya: “Dan Sesungguhnya hari kemudian itu lebih baik bagimu daripada yang sekarang (permulaan)” (Ad-Dhuha [93]:4).

#### E. Pengaruh Minat Menonton Film Drama Korea Terhadap Kecenderungan Narsistik

Lasch (dalam Harmawan, 1999) percaya bahwa media massa memiliki kontribusi yang besar dalam pembentukan narsisisme sosial. Media massa memberikan jalan kepada orang biasa (*common man*) untuk menjadi lebih dari biasa dengan mengidentifikasikan dirinya sama seperti yang dilihat atau dibacanya. Media massa menyajikan ilusi-ilusi kemegahan, glamor, dan superioritas. Pada masyarakat yang haus akan “*approval*” karena harga-dirinya masih relatif lemah, ilusi ini menjadikan sebuah citra yang luar biasa dan bisa didapat dengan hanya membeli produk yang diiklankan. Misalnya dalam sebuah film yang menampilkan citra manajer muda yang sukses sedang memakai produk-produk merek terkenal. Dengan iklan produk tersebut

diharapkan orang yang ingin memiliki citra kesuksesan membeli dan memakai produk tersebut. Penonton memang dikondisikan untuk mengidentifikasi dirinya dengan citra tersebut, sehingga akhirnya harga diri yang ada pada penonton bukan lagi harga diri yang sesungguhnya, melainkan harga diri yang dibangun oleh citra berdasarkan ilusi (*illusion-based image*).

Lasch (dalam Harmawan, 1999) juga menerangkan bahwa realita yang kita terima adalah realita yang diwakili oleh kamera. Keberadaan tidak lagi harus dibuktikan dengan karya atau fakta riil, cukup dengan citra yang dapat dihasilkan oleh produk yang dikonsumsi. Dalam kebudayaan modern, masyarakat dan teknologi informasi sudah menggantikan fungsi keluarga. Seorang anak belajar bersosialisasi tidak dengan keluarganya secara utuh tetapi dengan pengaruh media massa dan pariwisata. Proses pencernaan sehat yang semestinya dikaitkan pada realita dan diberikan oleh orang tua melalui cinta tak bersyarat (*unconditional love*) digantikan oleh ilusi yang ditawarkan secara konsisten dan bertubi-tubi oleh media massa dan tuntutan untuk berdasar pada citra diri (*image-based*).

James Potter (2002) juga berpendapat mengenai dampak media, baik dalam jangka pendek, maupun jangka panjang. Potter menyebutkan ada beberapa dampak jangka pendek dari tayangan kekerasan di media, yaitu: adanya perilaku meniru dari apa yang dia lihat di media (*Imitation and Copying Behavior*). Orang-orang dapat mempelajari perilaku baru dengan menonton karakter/tokoh yang ditampilkan media (*learning behaviors*).

Mereka tidak saja belajar tentang perilaku tersebut, tetapi juga belajar bahwa tidak ada konsekuensi ketika mempraktekkan perilaku tersebut.

Media audio visual mampu merebut 94 % saluran masuknya pesan-pesan atau informasi ke dalam jiwa manusia yaitu lewat mata dan telinga. Televisi mampu untuk membuat orang pada umumnya mengingat 50 % dari apa yang mereka lihat dan dengar di layar televisi walaupun hanya sekali ditayangkan. Atau secara umum orang akan ingat 85 % dari apa yang mereka lihat di televisi setelah tiga jam kemudian dan 65 % setelah tiga hari kemudian (Dwyer, dalam Anwar, 2008).

Film dapat juga memberikan pengaruh pada jiwa manusia. Dalam satu proses menonton film, terjadi suatu gejala yang disebut oleh ilmu jiwa sosial sebagai identifikasi psikologis. Ketika proses *decoding* terjadi, para penonton sering menyamakan seluruh pribadinya dengan salah seorang peran film. Penonton bahkan hanya dapat memahami atau merasakan seperti yang dialami oleh salah satu pemeran, lebih dari itu, mereka juga seolah-olah mengalami sendiri adegan-adegan dalam film (Kusnawan, 2004: 93).

Menurut Bandura (Dahar, 2011) menonton merupakan salah satu proses belajar yang menggunakan gambaran kognitif dari tindakan. Dalam teorinya, hal ini disebut belajar melalui pengamatan yang terjadi melalui kondisi yang dialami orang lain. Dalam hal ini, film merupakan gambaran kondisi kehidupan manusia yang dibuat sedemikian rupa, sehingga orang-orang yang menonton film tertentu akan merefleksikannya dalam kehidupan nyata, dan inilah yang disebut belajar melalui peniruan.

Untuk menguatkan keterangan-keterangan diatas mengenai pengaruh minat menonton film drama Korea dengan kecenderungan narsistik, peneliti akan memaparkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang masih berhubungan dengan kedua hal tersebut. Seperti hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Adi (2008) bahwa narsistik seseorang dapat diukur berdasarkan tingkat harga diri seseorang yang dilakukan pada pengguna *Friendster*, dari hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa semakin rendah harga diri seseorang maka semakin tinggi kecenderungan narsistik orang tersebut, sebaliknya semakin tinggi harga diri seseorang maka semakin rendah kecenderungan narsistik pada orang tersebut. Berhubungan dengan ini, Barselia (2010) juga melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui korelasi antara persepsi tentang foto profil pada *facebook* dengan normal narsisme remaja. Dan hasilnya mengatakan bahwa normal narsisme seseorang mempunyai hubungan yang signifikan dengan persepsi tentang foto profil.

Sama halnya dengan media jejaring sosial yang dapat mempengaruhi seseorang untuk cenderung berperilaku narsistik, apakah terdapat kemungkinan bahwa media film drama juga dapat mempengaruhi seseorang untuk cenderung berperilaku narsistik. Hal ini dikarenakan kekuatan media film atau drama yang mudah untuk diresapi jalan ceritanya oleh penonton dan pengemasan film yang menarik untuk ditonton serta tokoh-tokoh filmnya yang terkadang dapat mempengaruhi seseorang untuk berperilaku seperti tokoh yang ada dalam film atau drama.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Susilowati (2010) pada anak-anak membuktikan bahwa semakin tinggi minat menonton tayangan kartun laga maka semakin tinggi pula perilaku agresifitas pada anak, begitu juga sebaliknya, semakin rendah tingkatminat menonton tayangan kartun laga maka semakin rendah pula perilaku agresifitas pada anak. Selain itu penelitian juga dilakukan oleh Zuchrufia (2012) yang menyimpulkan bahwa dengan menonton film drama komedi Korea berpengaruh terhadap peningkatan emosi positif pada mahasiswa yang sedang menempuh skripsi.

#### **F. Hipotesis**

Hipotesis dalam penelitian ini adalah “Terdapat pengaruh antara minat menonton film drama Korea terhadap kecenderungan narsistik pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang”.