

SIKAP MASYARAKAT SURABAYA DALAM MENONTON VIDEO KLIP PSY-GANGNAM STYLE DI YOUTUBE

Christopher, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

Christopher.tuper@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana sikap masyarakat Surabaya dalam menonton video klip PSY – Gangnam Style di Youtube. Responden yang diteliti adalah masyarakat Surabaya yang berusia antara 18 sampai 24 tahun yang sudah pernah menonton video klip dari PSY – Gangnam Style di Youtube. Komponen yang diteliti adalah kognitif (kepercayaan, pengetahuan dan persepsi masyarakat tentang video klip Gangnam Style), afektif (tentang apa yang dirasakan masyarakat terhadap video klip Gangnam Style), dan konatif (kecenderungan berperilaku masyarakat terhadap video klip Gangnam Style). Hasil penelitian adalah, masyarakat Surabaya yang berusia antara 18 – 24 tahun menyukai video klip Gangnam Style hanya dari segi pencampuran musik antara pop dan R&B serta menyukai tarian dari Gangnam Style itu sendiri.

Kata Kunci: *Sikap Masyarakat, Komponen Sikap, video klip PSY – Gangnam Style*

Pendahuluan

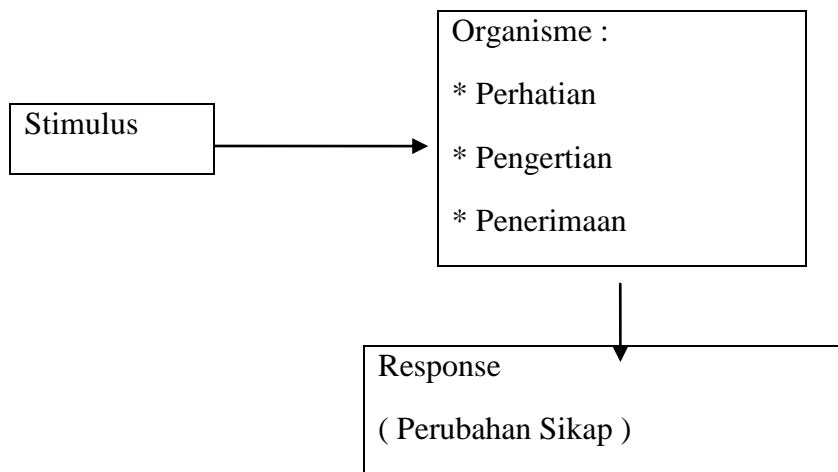
Televisi dan media *online* (internet) merupakan media yang paling luas dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia (Hadi, A., 2005, p.75). Jenis media ini sebagai media *audiovisual* tidak membebani banyak syarat bagi masyarakat untuk menikmatinya. Berdasarkan fungsinya sendiri, televisi dan media *online* (internet) memiliki 3 fungsi, yaitu: Fungsi Informasi (*The Informational Function*), Fungsi Pendidikan (*Educational Functional*), dan Fungsi Hiburan (*Entertainment Function*).

Proses komunikasi pada penelitian ini berdasarkan teori S-O-R, dimana S-O-R adalah Stimulus – Organism – Response. Hal ini dikarenakan “ Objek dari penelitian ini adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen – komponen sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi “ (Effendy, 2003, p.254).

Menurut teori stimulus respon ini, dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “ *How* “ bukan “ *What* “ dan “ *Why* “. Perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu.

Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian, pengertian dan

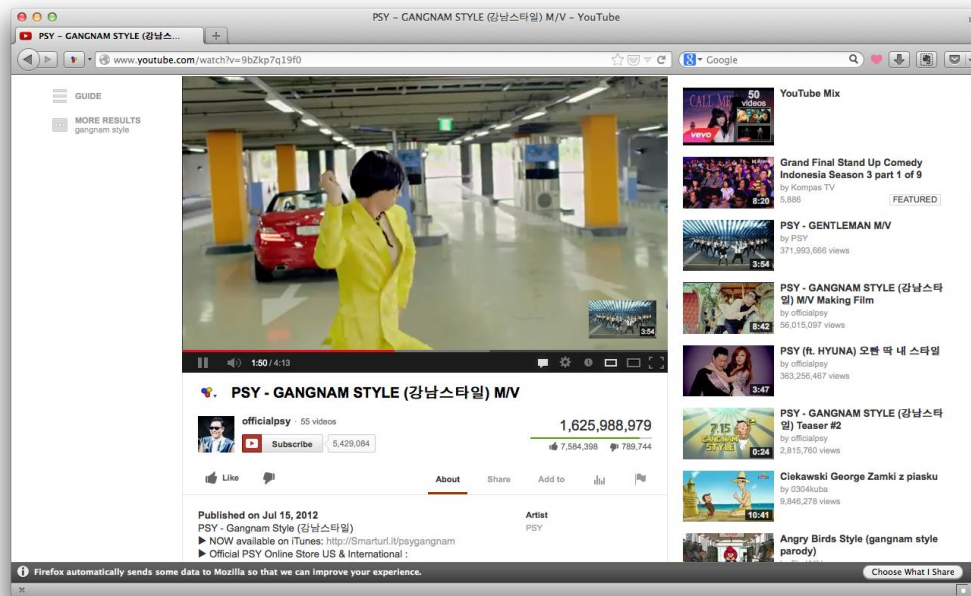
penerimaan komunikasi. Lebih jelasnya, dapat dilihat di bagan di bawah ini (Effendy, 2003, p.255) :



Pada tanggal 15 Juli 2012, dunia hiburan dikejutkan oleh aksi PSY dengan tarian yang dinamakan Gangnam Style. Beberapa waktu lalu sempat jadi trend *Shuffle Dance* yang dipopulerkan LMFAO dalam video klipnya yang berjudul *Party Rock Anthem*. Setelah kesuksesan *Shuffle Dance* sekarang berganti menjadi eranya *Gangnam Style*.

Seperti dilansir oleh situs berita Kapanlagi.com, penyanyi PSY terus mencetak rekor baru dalam industri musik K-Pop sekaligus musik dunia. Terbaru, video klip untuk lagu *Gangnam Style* bahkan meraih *viewers* yang semakin meningkat tajam di Youtube, hingga hari ini video klip tersebut sudah meraih lebih dari satu miliar *viewers*, yang membuatnya menjadi video klip K-Pop dengan *viewers* tertinggi sepanjang sejarah.

Selain itu, Gangnam Style juga menjadi video klip yang meraih '*liked*' sebanyak lebih dari tujuh juta *like*, terbanyak dalam sejarah Youtube seperti dilansir allkpop.com.



Gambar: Youtube Psy – Gangnam Style

Disini penulis ingin mengetahui bagaimanakah sikap masyarakat Surabaya terhadap video klip ”PSY-Gangnam Style” di Youtube?

Landasan Teori

Teori Sikap

Sikap adalah suatu predisposisi dari perilaku yang terdiri dari komponen kognitif, afektif, dan konatif dari suatu objek sikap. Komponen kognitif terdiri dari seluruh kognasi yang memiliki seseorang mengenai objek sikap tertentu. Komponen afektif terdiri dari seluruh perasaan atau emosi seseorang terhadap objek. Komponen konatif terdiri dari kesiapan seseorang untuk bereaksi atau kecenderungan untuk berperilaku tertentu terhadap objek (Azwar, 1987, p.45).

Hal serupa juga diungkapkan oleh Jalaludin Rakhmat, sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berfikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai. Sikap bukanlah perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu terhadap objek sikap (Rakhmat, 2005).

Komponen Sikap

Travers, Gagne dan Cronbach (1977) sependapat bahwa sikap melibatkan tiga komponen yang saling berhubungan, yaitu:

1. Komponen *Cognitif* (Kognitif)

Berupa pengetahuan, kepercayaan, atau pikiran yang didasarkan pada informasi, yang berhubungan dengan objek. Komponen kognitif berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap. Seringkali apa yang dipercayai seseorang itu merupakan stereotipe atau sesuatu yang telah terpolakan dalam pikirannya. Kepercayaan datang dari apa yang telah dilihat atau apa yang telah diketahui. Berdasarkan apa yang telah dilihat itu kemudian dibentuk suatu ide atau gagasan mengenai sifat atau karakteristik umum suatu objek (Azwar, 2003, p.25).

Hanya terpapar atau pendekatan terhadap informasi baru. Selain itu informasi baru, perasaan, emosi, dan keinginannya dapat mencegah timbulnya perubahan kognitif (Krech, Crutchfield, Ballachey dalam Rochmah, Djamil, Rochayah, 1996, p.66-67).

Mudahnya terjadi perubahan kognitif sebagian mencerminkan tingkat kemampuan intelektual seseorang. Di satu pihak, orang yang lebih cerdas mampu melakukan hal-hal yang "lebih kognitif", yakni ia lebih mampu melakukan mereorganisasikan sistem-sistem kognitifnya, menyatukan informasi baru, dan mencapai restrukturisasi yang berwawasan (Krech, Crutchfield, Ballachey dalam Rochmah, Djamil, Rochayah, 1996, p.83).

2. Komponen *Affective* (Afektif)

Menunjuk pada dimensi emosional dari sikap, yaitu emosi yang berhubungan dengan objek. Objek disini dirasakan sebagai menyenangkan atau tidak menyenangkan.

Komponen afektif menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap.pada umumnya, reaksi emosional yang merupakan komponen afektif ini banyak dipengaruhi oleh kepercayaan atau apa yang dipercayai sebagai benar dan berlaku bagi objek termaksud (Azwar, 2003, p.27).

3. Komponen *Behavior* (Konatif)

Melibatkan salah satu proposisi untuk bertindak terhadap objek (Ahmadi, 2001, p. 164).

Komponen konatif dalam struktur sikap menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya (Azwar, 2003, p. 27).

Konsistensi antara kepercayaan sebagai komponen kognitif, perasaan sebagai komponen afektif, dengan tendensi perilaku sebagai komponen konatif seperti itulah yang menjadi landasan dalam usaha penyimpulan sikap yang dicerminkan oleh jawaban terhadap skala sikap (Azwar, 2003, p.27).

Media Internet

Internet dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan seperti sebagai media informasi, sebagai media komunikasi, media belajar, media hiburan, serta sebagai media bisnis dan perdagangan.

- a. Internet sebagai media informasi
Sebagai media informasi, internet dapat menyajikan informasi lengkap dari berbagai sumber di dunia. Hal ini semakin diperjelas dengan dibuatnya berbagai situs surat kabar dan media massa (koran, tabloid, majalah, televisi) di internet.
- b. Internet sebagai media komunikasi
Internet mampu memberikan akses yang relatif sangat cepat dan murah. Internet mampu mengirim *email* yang hanya memerlukan waktu beberapa detik untuk menjangkau jarak jauh, lebih cepat dan murah daripada surat pos biasa. Melalui *email* tersebut dapat juga dikirimkan berkas-berkas digital lain seperti gambar, lagu, maupun film.
- c. Internet sebagai media belajar
Sebagai media belajar, internet menyediakan berbagai macam pustaka. Internet berperan sebagai perpustakaan global yang mencakup semua bidang keilmuan.
- d. Internet sebagai media hiburan
Internet memang menyediakan berbagai fasilitas hiburan dari yang berupa game, wisata *online*, dan media hiburan lain (berita musik, film, dan selebriti).
- e. Internet sebagai media bisnis dan perdagangan (Rasul, 2008, p.4-6).

Video Klip

”Video klip mempunyai lima bahasa yang sangat universal, yaitu bahasa ritme (irama), bahasa musikalisasi (instrumen musik), bahasa nada, bahasa lirik, dan bahasa *performance* (penampilan). Seluruhnya masuk dalam satu lagu dengan uraian nada dari penyanyi atau instrumen tertentu” (Naratama, 2004, p.194). *Video clipper* harus mempunyai wawasan musik yang baik. Ia pun harus mempunyai imajinasi visual terhadap lirik dan lagu. Tidak hanya dari segi lagu, *video clipper* juga harus mengenal ”siapa” musisi yang menjadi kliennya, sehingga bisa menyatukan semua elemen – elemen video dengan baik.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah survei. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah indikator irama, nada, lirik, instrumen musik, dan *performance* menurut komponen kognitif, yaitu pengetahuan yang dimiliki masyarakat Surabaya tentang pesan yang disampaikan dalam video klip PSY – Gangnam Style di Youtube. Komponen afektif, yaitu perasaan suka atau tertarik yang ditunjukkan oleh masyarakat Surabaya terhadap elemen – elemen

dalam video klip PSY – Gangnam Style di Youtube. Komponen konatif, yaitu kesediaan yang ditunjukkan oleh masyarakat Surabaya untuk menirukan gerakan – gerakan yang ada dalam video klip PSY – Gangnam Style di Youtube.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian sikap masyarakat Surabaya dalam menonton video klip PSY-Gangnam Style. Objek Penelitian video klip PSY-Gangnam Style di Youtube. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011, p.80). Jadi, populasi dalam penelitian ini adalah 100 orang yang terdiri dari laki-laki dan perempuan dengan usia 15-24 tahun. Pemirsa Youtube yang akan dijadikan sebagai sampel adalah mereka yang pernah menonton video klip PSY-Gangnam Style minimal 1 kali. Hal ini didasarkan pendapat James F. Engel, bahwa daya ingat jangka pendek seseorang terhadap suatu obyek dapat dilihat dari ingatan seseorang yang melihat objeknya terakhir tiga bulan terakhir (Engel, 2006, p.568).

Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini adalah teknik analisis data kuantitatif, yang mana data tersebut didapat dari perhitungan hasil kuesioner berupa penyajian data dan penarikan kesimpulan

Temuan Data

Tabel 1: Aspek Kognitif

Item Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
Saya mengetahui pencampuran irama RnB dan Pop di dalam video klip “PSY - Gangnam Style”.	5	12	1	22	60	4.200
Saya mengetahui bahwa di dalam video klip “PSY - Gangnam Style” terdapat <i>backsound</i> dari DJ (<i>disc jockey</i>) yang memainkan lagu tersebut.	6	10	1	29	54	4.150
Saya mengetahui bahwa di dalam video klip “PSY – Gangnam Style” terdapat permainan tinggi rendah nada yang menjadi lagu dari Gangnam Style tersebut.	7	10	2	26	55	4.120
Saya mengetahui lirik dari lagu Gangnam Style berdasarkan video klip “PSY – Gangnam Style” tersebut.	8	11	1	26	54	4.070
Saya mengetahui <i>fashion Korean Style</i> yang terdapat di dalam video klip “PSY – Gangnam Style”.	8	10	2	22	58	4.120
Saya mengetahui tarian yang terdapat di dalam video klip “PSY – Gangnam Style”.	5	9	1	32	53	4.190
Komponen Kognitif						4.142

Tabel 2: Aspek Afektif

Item Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
Saya menyukai pencampuran irama RnB dan Pop di dalam video klip "PSY – Gangnam Style".	9	11	0	25	55	4.060
Saya menyukai <i>backsound</i> dari DJ (<i>disc jockey</i>) yang ada di dalam video klip "PSY – Gangnam Style".	8	10	0	28	54	4.100
Saya menyukai permainan tinggi rendah nada yang ada di dalam video klip "PSY – Gangnam Style".	9	9	1	28	53	4.070
Saya menyukai lirik lagu yang ada di dalam video klip "PSY – Gangnam Style".	9	10	1	30	50	4.020
Saya menyukai <i>fashion Korean Style</i> di dalam video klip "PSY – Gangnam Style".	11	9	1	24	55	4.030
Saya menyukai tarian yang terdapat di dalam video klip "PSY – Gangnam Style".	9	10	0	24	57	4.100
Komponen Afektif						4.063

Tabel 3: Aspek Konatif

Item Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
Saya bersedia untuk memainkan pencampuran irama RnB dan Pop seperti yang ada di dalam video klip "PSY – Gangnam Style".	43	19	1	12	25	2.570
Saya bersedia untuk memainkan <i>backsound</i> DJ (<i>disc jockey</i>) seperti yang ada di dalam video klip "PSY – Gangnam Style".	39	21	1	11	28	2.680
Saya bersedia untuk mengikuti permainan tinggi rendah nada dari lagu Gangnam Style seperti yang ada di dalam video klip "PSY – Gangnam Style".	38	21	3	13	25	2.660
Saya bersedia menyanyikan/menghafalkan lirik lagu dari Gangnam Style seperti yang ada di dalam video klip "PSY – Gangnam Style".	40	18	2	18	22	2.640
Saya bersedia untuk mengenakan / berdandan <i>korean style</i> seperti yang ada di dalam video klip "PSY – Gangnam Style".	40	21	0	15	24	2.620
Saya bersedia untuk melakukan tarian seperti yang ada di dalam video klip "PSY – Gangnam Style".	38	18	1	19	24	2.730
Komponen Konatif						2.650

Analisis dan Interpretasi

Berdasarkan tabel aspek kognitif di atas menunjukkan bahwa pada komponen kognitif (pemikiran) nilai rata-rata secara keseluruhan yang diperoleh sebesar

4.142 yang termasuk dalam kategori tinggi/positif karena berada pada nilai 3.66-5.00. Hal ini menunjukkan sikap positif atau pengetahuan yang tinggi mengenai pesan yang disampaikan dalam video klip PSY – Gangnam Style di Youtube. Sehingga, menurut teori video klip, sang pembuat video klip tersebut sudah mampu menyampaikan isi pesan dari video klip tersebut dengan baik.

Dari jawaban responden di atas juga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan “Saya mengetahui pencampuran irama RnB dan Pop di dalam video klip PSY - Gangnam Style”, mempunyai nilai rata-rata paling tinggi yaitu 4.200 yang termasuk kategori tinggi/positif. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Surabaya yang berusia 18 – 24 tahun sudah mengetahui pencampuran irama RnB dan Pop di dalam video klip “PSY - Gangnam Style”. Hal ini menunjukkan bahwa bahasa ritme yang terdapat di dalam video klip PSY – Gangnam Style ini sudah tersampaikan dengan baik.

Sedangkan item pernyataan “Saya mengetahui lirik dari lagu Gangnam Style berdasarkan video klip “PSY – Gangnam Style” tersebut, mempunyai nilai rata-rata paling rendah yaitu 4.070 yang termasuk kategori tinggi/positif. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Surabaya usia 18 – 24 tahun mengetahui lirik dari lagu Gangnam Style berdasarkan video klip “PSY – Gangnam Style” tersebut. Hasil tersebut menunjukkan bahwa bahasa lirik yang berusaha disampaikan oleh pembuat lagu Gangnam Style tersebut kurang bisa tersampaikan dengan baik.

Berdasarkan tabel aspek afektif di atas menunjukkan bahwa pada komponen afektif (perasaan) nilai rata-rata secara keseluruhan yang diperoleh sebesar 4.063 yang termasuk dalam kategori tinggi/positif karena berada pada nilai 3.66-5.00. Hal ini menunjukkan perasaan suka atau tertarik yang ditunjukkan oleh masyarakat Surabaya terhadap elemen – elemen dalam video klip PSY – Gangnam Style di Youtube. Hal tersebut menunjukkan bahwa elemen – elemen video klip yang berusaha disampaikan oleh sang pembuat video klip sudah bisa diterima dengan baik oleh masyarakat Surabaya.

Dari jawaban responden di atas juga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan “Saya menyukai backsound dari DJ (*disc jockey*) yang ada di dalam video klip PSY – Gangnam Style” dan “Saya menyukai tarian yang terdapat di dalam video klip PSY – Gangnam Style”, masing-masing mempunyai nilai rata-rata paling tinggi yaitu 4.100 yang termasuk kategori tinggi/positif. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Surabaya menyukai atau tertarik dengan backsound dari DJ (*disc jockey*) dan tarian yang terdapat di dalam video klip “PSY - Gangnam Style”. Hal tersebut menyimpulkan bahwa bahasa *performance* dan bahasa musikalisasi yang terdapat pada video klip tersebut sudah disukai oleh masyarakat Surabaya.

Sedangkan item pernyataan “Saya menyukai lirik lagu yang ada di dalam video klip PSY – Gangnam Style”, mempunyai nilai rata-rata paling rendah yaitu 4.020 yang termasuk kategori tinggi/positif. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Surabaya menyukai lirik lagu yang ada di dalam video klip “PSY – Gangnam

Style”. Itu menunjukkan bahwa bahasa lirik yang digunakan dalam video klip tersebut tidak tersampaikan dengan baik.

Berdasarkan tabel aspek konatif di atas menunjukkan bahwa pada komponen konatif (tindakan) nilai rata-rata secara keseluruhan yang diperoleh sebesar 2.650 yang termasuk dalam kategori sedang/netral karena berada pada nilai 2.33-3.66. Hal ini menunjukkan sikap kesediaan biasa saja yang ditunjukkan oleh masyarakat Surabaya untuk menirukan gerakan – gerakan yang ada dalam video klip PSY – Gangnam Style di Youtube. Hasil di atas menunjukkan bahwa pembuat video klip Gangnam Style itu belum bisa membuat penontonnya untuk menirukan gerakan – gerakan yang ada di dalam video klip Gangnam Style.

Dari jawaban responden di atas juga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan “Saya bersedia untuk melakukan tarian seperti yang ada di dalam video klip PSY – Gangnam Style”, mempunyai nilai rata-rata paling tinggi yaitu 2.730 yang termasuk kategori sedang/netral. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Surabaya bersikap biasa saja untuk melakukan tarian seperti yang ada di dalam video klip “PSY – Gangnam Style”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa bahasa *performance* yang ada dalam video klip tersebut kurang menarik untuk diikuti. Sedangkan item pernyataan “Saya bersedia untuk memainkan pencampuran irama RnB dan Pop seperti yang ada di dalam video klip PSY - Gangnam Style”, mempunyai nilai rata-rata paling rendah yaitu 2.570 yang termasuk kategori sedang/netral. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Surabaya bersikap biasa saja untuk memainkan pencampuran irama RnB dan Pop seperti yang ada di dalam video klip “PSY - Gangnam Style”. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Surabaya tidak tertarik dengan bahasa musikalisisasi dari video klip Gangnam Style tersebut.

Simpulan

Dari penelitian yang berjudul “Sikap Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Video Klip “PSY – Gangnam Style” di Youtube”, yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan segi kognitif dan afektifnya, masyarakat Surabaya sudah mengetahui dan menyukai segala aspek yang ada di dalam video klip Gangnam Style tersebut. Mulai bahasa ritme, bahasa lirik, bahasa *performance*, bahasa musikalisisasi, dan bahasa nada yang ada di dalam video klip tersebut. Tetapi, jika dilihat dari segi konatifnya, masyarakat Surabaya kurang tertarik untuk melakukan apa yang tersaji di dalam video klip tersebut. Hal itu dikarenakan video klip tersebut kurang mempunyai kekuatan untuk bisa mengajak penontonnya menirukan elemen – elemen video klip yang ada.

Daftar Referensi

- Ardianto & Erdinaya. (2005). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Azwar, Saifuddin M.A. (2005). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bungin, Burhan. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Engel, James F., Miniard, Paul W. & Blackwell, Roger D. (2006). *Customer Behaviour (10th ed)*. USA Mason: Thomson Higher Education.
- Hadi, S. (1990). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset
- McQuail, Denis. (1987). *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar (Edisi Kedua)*. Penerbit Erlangga.
- Naratama. (2004). *Menjadi Sutradara Televisi*. Jakarta: Grasindo
- Nurudin. (2009). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Shim, Doobo. (2006). *Hibridity and The Rise of Korean Popular Culture In Asia Asia. Media Culture and Society*. Vol 28 (1) 25-4 London. SAGE Publication
- Singarimbus, Effendi. (1989). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.