



PROSIDING

Konferensi Nasional Komunikasi

Ketertarikan Remaja Pada sinetron *Aku Anak Indonesia* di Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI)

Suraya, Yulia Yasmasari

Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta
Universitas Paramadina, Jakarta, Indonesia

suraya.suraya@mercubuana.ac.id

Abstract

The Aim of this study is to know how high the correlation between the appeal of drama series, I am Indonesia Children exposure by RCTI, toward youth's interest to watch the series. This study use theory of program appeals, consist of conflict, duration, favorite, consistency, energy, timing, and trend, toward viewers' interest. This research uses explanative quantitative survey method. Data was collected by questionnaire of 100 respondents. Data Analysis uses *Pearson Product Moment* correlation test and *Simple Linear Regression*. **The result of this study** the contribution of appeal points, such as conflict, duration, favorite, consistency, energy, timing, and trend toward youth interest to watch AAI is 61.5%. **Conclusion** there is a significant impact of AAI appeals toward viewers' interest. **Recommendation** for the creator of AAI to keep what the viewers' like and the consistency flow of drama AAI's story.

Keyword : AIDA Model, Attractiveness of *Aku Anak Indonesia* television series

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana pengaruh daya tarik program televisi sinetron *Aku Anak Indonesia* di RCTI terhadap ketertarikan menonton remaja. Penelitian ini menggunakan teori mengenai elemen daya tarik program yang meliputi konflik, durasi, kesukaan, konsistensi, energi, *timing*, dan tren terhadap ketertarikan menonton. Penelitian menggunakan metode survey eksplanatif kuantitatif. Teknik pengumpulan data menyebarkan kuesioner pada 100 orang responden. Analisis data menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment* dan Regresi Linier Sederhana. Hasil Penelitian Kontribusi elemen daya tarik program yang meliputi konflik, durasi, kesukaan, konsistensi, energi, *timing*, dan tren terhadap ketertarikan menonton sinetron AAI sebesar 61,5%. Kesimpulan terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tarik program sinetron AAI dengan ketertarikan menonton. Saran bagi pihak yang memproduksi sinetron AAI dapat mempertahankan hal-hal yang menjadi kesukaan dari pemirsanya dan konsistensi dari sinetron AAI.

Keyword : AIDA Model, Attractiveness of *Aku Anak Indonesia* television series

Copyright © 2017 Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia. All rights reserved

Pendahuluan

Masyarakat modern saat ini tidak dapat terlepas dari pengaruh media massa. Setiap topik yang didiskusikan dan dibahas akan selalu berkaitan dengan berita-berita yang disajikan di

koran, majalah, televisi, dan radio. Saat ini di Indonesia, media massa berkembang sangat pesat dan modern, didukung dengan perkembangan teknologi modern membuat informasi yang di sajikan pun dapat dikemas

dengan jauh lebih menarik. Faktor inilah yang mempengaruhi *audience* untuk menjadikan media massa sebagai sumber informasi utama.

RCTI merupakan salah satu media penyiaran yang menghadirkan informasi mendidik berupa tayangan drama sinetron mengenai Indonesia. Setidaknya ada program yang bertujuan memperlihatkan kepada masyarakat khususnya remaja sekarang tentang bagaimana harusnya kita dapat mencintai negara sendiri serta turut sadar menyikapi setiap permasalahan yang ada di Indonesia melalui sinetron mendidik karya *production house* (PH) SinemArt yang berjudul “AKU ANAK INDONESIA”.

Program Aku Anak Indonesia termasuk program siaran drama. Menurut Fred Wibowo (2007 : 232) Kebanyakan tema sinetron di Indonesia berkisar tentang cinta antara laki-laki dan perempuan atau balas dendam yang melahirkan adegan-adegan kekerasan. Padahal banyak tema yang dapat digarap, kalau di dalam riset mata kita jeli untuk melihat kejadian-kejadian yang menarik. Semua itu tergantung dari kreativitas pengarang. Para pengarang yang setiap kali mengarang, sungguh-sungguh menjalankan riset, karangan sinetron atau skenario yang diciptakan pasti terasa hidup, logis, tidak terpisah dengan realitas yang ada di masyarakat. Meskipun karangan bersifat fiksi, karena didukung oleh riset yang sungguh-sungguh menunjukkan realita, maka naskah dan sajian sinetron akan disenangi dan mendapat pujian dari penonton.

Sinetron “Aku Anak Indonesia” termasuk program hiburan drama sinetron. Terinspirasi dari sinetron lawas tahun 1980-an berjudul ACI atau Aku Cinta Indonesia yang ditayangkan di TVRI pada saat itu. Dengan judul yang juga dapat berarti singkatan dari ketiga tokoh utamanya yaitu Amir (Agyl Syahriar), Cici (Dyah Ekowati Utomo), dan Ito (Ario Sagantara). Mereka adalah para idola di SMP Kota Kita. Film serial ACI dirancang dan diproduksi oleh Pusat Teknologi Komunikasi dan Informasi Pendidikan (PUSTEKKOM) yang bertemakan mengenai pengembangan

nilai-nilai kepribadian anak dan remaja, seperti: tanggung jawab, disiplin, kerja keras, kerjasama, toleransi, saling menghargai/menghormati, sikap bersaing sehat, persahabatan, dan sikap sportif. Ditayangkan Televisi Republik Indonesia (TVRI) pada tahun 1985-an. (Sumber: http://id.m.wikipedia.org/wiki/aku_cinta_indonesia, Diakses pada 1 April 2016).

Aku Anak Indonesia adalah sinetron yang mulai ditayangkan di RCTI pada 27 April 2015 lalu. Sinetron ini menceritakan kehidupan anak remaja yang masih mengutamakan nilai dan moral bangsa. Tak jauh berbeda dengan ACI, sinetron AAI (Aku Anak Indonesia) juga dapat berarti singkatan dari ketiga tokoh utamanya, adalah Ani (Dinda Hauw), Arif (Giorgino Abraham) dan Ito (Dante Valreand). Ketiganya memiliki sifat idealisme yang bisa mengatasi orang-orang di sekitar mereka yang egois dengan tidak memperdulikan nasib bangsa Indonesia.

Berdasarkan data tabloidbintang.com (2015) awal kemunculan sinetron AAI ini langsung memperoleh rating sebesar 3,2 dan share sebesar 13,2. Nilai rating ini berada di posisi keenam dibawah program Bintang Pantura dan D'Terong Show. Nilai rating ini menunjukkan bahwa sinetron AAI memiliki share dan rating yang cukup baik. Tayangan ini lebih dikhususkan untuk remaja, karena sebagian besar cerita pada tayangannya banyak mengajarkan tentang kehidupan dan kegiatan positif yang seharusnya dilakukan remaja.

Setiap format acara televisi memiliki daya tarik tersendiri dalam menarik perhatian audien, agar dapat menarik perhatian penonton menurut Morissan (2011:363-364) *Programmer* harus menentukan hal yang akan digunakan sebagai senjata untuk menarik audien, yaitu jenis daya tarik (*type of appeal*) yang digunakan. Jika hal ini sudah ditentukan, maka tahap selanjutnya menentukan elemen yang harus dimasukkan dalam program sesuai dengan target dan jenis daya tariknya. Program yang sukses memiliki elemen-elemen yang mencakup: konflik, durasi, kesukaan, konsistensi, energi, *timing*, dan tren.

Program drama sinetron *Aku Anak Indonesia*, memiliki segmentasi remaja, dan pada penelitian ini segmentasi remaja yang dipilih sebagai contoh adalah remaja yang ada di kota Palembang, tepatnya di SMA Xaverius 3, di jalan Kolonel Atmo no. 132, Sumatra Selatan. Pertimbangan awal karena salah satu pemain dari drama sinetron *Aku Anak Indonesia* yaitu Dante Valreand yang berperan sebagai Ito adalah alumni dari sekolah tersebut.

Program televisi dapat menimbulkan pengaruh terhadap kehidupan masyarakat. Mar'af (dalam Effendy, 2003:192) memaparkan bahwa: Acara televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi dan perasaan para penonton adalah hal yang wajar. Apabila ada suatu hal yang mengakibatkan seorang penonton menangis, terharu, tertawa, gembira, dan marah bukanlah suatu hal yang istimewa, melainkan suatu sebab dari pengaruh psikologi penonton yang dihanyutkan dalam suasana pertunjukan televisi.

Pertanyaan penelitian yang muncul adalah : “Sejauh mana hubungan dari elemen konflik, durasi, kesukaan, konsistensi, energi, timing dan trend pada program drama sinetron “*Aku Anak Indonesia*” terhadap ketertarikan remaja untuk menonton tayangan drama sinetron Indonesia?

Literature Review

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian informasi, ide dan sikap kepada banyak orang, yang dilakukan melalui media (Suprpto, 2009:18). Pada dasarnya komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang melibatkan khalayak luas sehingga menggunakan perantara atau media dalam menyalurkan informasinya (Pawito, 2007:16).

Televisi merupakan sarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi yang akan mempengaruhi perilaku seseorang, baik ke arah positif maupun negatif. Televisi sebagai media audio visual yang mampu memasukkan informasi ke dalam jiwa seseorang. Informasi yang ditayangkan akan sangat mudah diingat oleh masyarakat yang melihatnya, walaupun

hanya sekali ditayangkan (Hernawati & Palapah, 2011).

Menurut Rahmawati, *et al.* (2010:222), saat ini media televisi dijadikan sebagai media utama dalam kegiatan promosi, baik itu promosi program televisi maupun promosi suatu produk. Televisi menyampaikan pesan secara audio visual yang memungkinkan pesan terkesan nyata sehingga memberikan gambaran *real* kepada khalayak sebagai calon konsumen dari produk yang diiklankan tersebut. Secara kategorial program televisi dapat dikelompokkan menjadi empat jenis, seperti yang diutarakan oleh Sutisno (1993:56-57), yakni: (1) informasi, (2) kebudayaan, (3) pendidikan dan (4) hiburan. Keempat kategori tersebut terkandung dalam sinetron *Aku Anak Indonesia*.

Karakteristik sebuah program dipengaruhi oleh sifat waktu, tempat dan suasana. Setiap program memiliki karakter waktunya sesuai dengan pengalokasian waktu siaran, yang dibagi menjadi tiga, yakni *fringe time* adalah jam 16.00-18.00 dan 22.00-00.00, kemudian *prime time* 18.00-22.00, dan *shoulder time* 00.00-16.00. Pada sisi tempat, sebuah program televisi dapat dilihat dari dua sisi, yakni yang pertama berkaitan dengan alokasi jadwal siaran program dan aspek budaya *audiences* yang memiliki keragaman budaya di seluruh negeri. Sedangkan suasana program dipengaruhi oleh komposisi usia, jenis kelamin, profesi, tingkat pendidikan, dan persepsi dari *audiences* (Sutisno, 1993:10).

Pihak pembuat acara perlu menentukan jenis atau *genre* yang menarik bagi para *audience*. Selain menentukan jenis program pembuat acara juga memperhatikan elemen yang akan disajikan dalam program acara televisi yang akan ditayangkan. Morrisan (2009) menjelaskan bahwa sebuah program memiliki elemen daya tarik yang mencakup konflik, durasi, kesukaan, konsistensi, energi, *timing* dan tren.

Konflik merupakan elemen penting dalam keberhasilan sebuah program. Konflik sendiri merupakan benturan kepentingan atau benturan karakter yang disajikan melalui tokoh-tokoh yang terdapat dalam program televisi (Ardian, 2013). Konflik yang dibuat akan menghasilkan dampak

sesuai dengan jenis program yang telah ditentukan. Pada sinetron *Aku Anak Indonesia* juga terdapat konflik, misalnya ketika terjadi tawuran yang mengakibatkan ketua OSIS sekolah tertusuk.

Pada elemen durasi. Sebuah program dikatakan berhasil apabila program dapat bertahan selama mungkin. Oleh karena itu, program dapat dibedakan menjadi program yang dapat bertahan lama (*durable program*) dan program yang tidak dapat bertahan lama (*nondurable program*) (Ardian, 2013). Sinetron *Aku Anak Indonesia* awal tayang pada tanggal 27 April 2015 dan memiliki durasi tayang selama 2 jam dengan pencapaian hingga 79 episode.

Elemen kesukaan menggambarkan pembawaan dalam membangun karakter mempengaruhi audien untuk bersimpatik. Audien akan memilih program yang menampilkan pemeran utama atau pembawa acara yang disukai, yakni figur yang dapat membuat audien merasa nyaman ketika menonton program tersebut (Ardian, 2013). Dalam sinetron *Aku Anak Indonesia* yang dapat menjadi daya tarik adalah aktor dan aktris muda Indonesia seperti Dinda Hauw, Giorgino Abraham, Dante Valreand, Claudia Andhara, dan lain-lain.

Konsistensi sebuah program terhadap tema dan karakter pemain yang dibawakan sejak awal merupakan nilai lebih dari sebuah program. (Ardian, 2013). Program acara yang konsisten terhadap tema, konsep dan karakter pemain, akan memudahkan *audience* untuk mengingat dan secara tidak sadar akan menyempatkan waktu untuk menonton atau mendengarkan acara tersebut. Konsistensi sinetron *Aku Anak Indonesia* tampak dari isi ceritanya yang tidak hanya menghibur namun juga dapat memberikan informasi serta mendidik para remaja.

Energi merupakan kualitas yang menekankan pada kecepatan cerita dan semangat kedalam cerita dengan menyajikan gambar yang tidak dapat ditinggalkan oleh audien (Vane Gross dalam Ardian, 2013). Energi dalam sebuah program dapat menjadi sebuah ciri khas sehingga menjadikan daya tarik tersendiri untuk menarik audien. Sebuah program yang memiliki energi perlu memiliki tiga hal berikut, yakni kecepatan

cerita, *excitement* (daya tarik), dan gambar yang kuat. Daya tarik program sinetron *Aku Anak Indonesia* dari aspek energi dapat dilihat dari gambar yang disajikan terlihat jelas dan jernih, serta memiliki alur cerita yang menarik karena lebih menonjolkan kegiatan positif yang masih mengutamakan nilai dan moral bangsa.

Elemen timing menggambarkan sebuah program perlu memiliki waktu tayang yang tepat. Media penyiaran memiliki pembagian waktu tayang diantaranya *fringe time* adalah jam 16.00-18.00 dan 22.00-00.00, kemudian *prime time* 18.00-22.00, dan *shoulder time* 00.00-16.00. Ketepatan program juga mencerminkan nilai-nilai sosial yang sedang berlaku di lingkungan masyarakat. Program sinetron *Aku Anak Indonesia* tayang di waktu *prime time* yaitu pukul 18.30. Hal ini menunjukkan tayangan sinetron *Aku Anak Indonesia* merupakan program unggulan karena tayang di waktu *prime time*. Tren merupakan salah satu petunjuk mengenai selera masyarakat. Oleh karena itu pihak pembuat acara perlu memiliki kesadaran adanya hal-hal yang menjadi tren di masyarakat. Program yang sejalan dengan tren yang berkembang cenderung menjamin keberhasilan (Ardian, 2013). Program sinetron *Aku Anak Indonesia* memiliki jalan cerita yang mengutamakan nilai dan moral bangsa Indonesia.

Remaja atau *adolescence* dalam arti sempit berasal dari kata Latin "*adolescere*" yang berarti tumbuh atau diartikan sebagai tumbuh menjadi dewasa. Istilah *adolescence* dalam arti luas, yakni mencakup kematangan fisik, mental, emosional, dan sosial (Hurlock, 2004:206). Dariyo (2004:13), menambahkan remaja merupakan masa transisi atau peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa yang ditandai dengan adanya perubahan aspek fisik, psikis, dan psikososial.

PBB menyebut kaum muda (*youth*) adalah periode usia antara 15 sampai 24 tahun. Masa remaja adalah masa yang penting dalam perjalanan kehidupan manusia. Golongan umur ini sangat penting karena menjadi jembatan antara masa kanak-kanak yang bebas menuju masa dewasa yang menuntut tanggung jawab (Kusmiran, 2012:5). Dariyo (2004:14) menyebutkan usia berkisar antara usia 13 tahun hingga 21 tahun. Masa

remaja merupakan masa transisi atau peralihan antara status orang dewasa dan status anak-anak. Oleh karena itu, jika ditinjau dari segi sosial, remaja dikatakan dalam posisi marginal (Monks, Knoers, & Haditono, 1988: 216-217).

Penelitian ini meneliti efek dengan menggunakan rumus AIDA yaitu *Attention*, *Interest*, *Desire*, dan *Action*. Rawal (2013), yaitu: (1) *Attention*. Pada program sinetron Aku Anak Indonesia untuk mendapatkan perhatian dari audien dari kalangan remaja maka digunakan aktor dan aktris muda Indonesia; (2) *Interest*. Agar Menarik maka Program sinetron Aku Anak Indonesia yang memiliki target kalangan remaja menggunakan nada dan gaya bahasa khas anak remaja seperti “Lo Gue”; (3) *Desire*. Upaya yang dilakukan program sinetron Aku Anak Indonesia untuk menumbuhkan keinginan audien menontonnya adalah dengan menayangkan cuplikan sinetron Aku Anak Indonesia di sela-sela tayangan acara lain di RCTI; (4) *Action*. Tindakan yang diharapkan dari program sinetron Aku Anak Indonesia adalah audien yang berasal dari kalangan remaja dapat bersikap yang mencerminkan kepribadian anak bangsa serta menghilangkan perilaku yang tidak sesuai dengan nilai-nilai bangsa Indonesia.

Metodologi Penelitian

Pendekatan yang digunakan ialah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode survei eksplanatif. Populasi dalam penelitian ini adalah penonton remaja yang pernah menyaksikan sinetron drama “Aku Anak Indonesia” di SMA Xaverius 3 Palembang. Sampel diambil dari siswa yang mengikuti ekstrakurikuler basket, paskibra dan *dancer*. Jumlah keseluruhan populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang terdiri dari siswa kelas 1 dan 2 yang mengikuti ekstrakurikuler basket, paskibra dan *dancer*.

Teknik pengambilan sampelnya menggunakan *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel yang sesuai dengan beberapa kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, yaitu: Penonton yang berusia remaja, yakni yang berusia antara 15 tahun hingga 21

tahun. Remaja yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah remaja yang aktif mengikuti ekstrakurikuler, menonton lebih dari dua episode dan mengetahui alur cerita dari program drama sinetron “Aku Anak Indonesia”.

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah cara penyebaran kuesioner kepada seluruh sampel yang dijadikan responden. Instrumen yang digunakan sudah dilakukan uji validitas dan Reliabilitas kepada 25 orang responden.

Tabel 1.1 Uji Reliabilitas Instrumen

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Hasil
0,919	20	Reliabel

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* yang diperoleh oleh variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel. Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji korelasi Pearson Product Moment dan regresi linier berganda (*multiple regression analysis*). Hipotesis dari penelitian ini adalah:

H₀ : Tidak terdapat pengaruh antara daya tarik program drama sinetron “Aku Anak Indonesia” terhadap ketertarikan remaja untuk menonton tayangan drama sinetron Indonesia.

H_a : Terdapat pengaruh antara daya tarik program drama sinetron “Aku Anak Indonesia” terhadap ketertarikan remaja untuk menonton tayangan drama sinetron Indonesia.

Hasil Penelitian dan Diskusi

Responden penelitian ini adalah para remaja yang pernah menyaksikan program drama sinetron “Aku Anak Indonesia”, lebih dari dua episode. Hasil yang didapat sebagai berikut: setengah dari responden adalah Laki-laki (50%) dan perempuan (50%). Semua

responden dalam penelitian ini memiliki usia sekitar 15 tahun - 21 tahun.

Hasil analisis penelitian ini memperlihatkan nilai *pearson correlation* antara variabel daya tarik program terhadap ketertarikan menonton diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1.2 Hasil Uji *Pearson Correlation*

Elemen	Nilai Pearson Correlation	Signifikansi	Kesimpulan
Konflik	0,580	0,000	Hubungan sedang
Durasi	0,534	0,000	Hubungan Sedang
Kesukaan	0,624	0,000	Hubungan Kuat
Konsistensi	0,630	0,000	Hubungan Kuat
Energi	0,495	0,000	Hubungan Sedang
Timing	0,544	0,000	Hubungan Sedang
Tren	0,557	0,000	Hubungan Sedang

Hasil penelitian nilai dari *pearson correlation* yang diperoleh yang tertinggi dan hubungannya kuat adalah elemen kesukaan. Sementara nilai korelasi yang rendah adalah elemen durasi. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan nilai R Square dari variabel yang diteliti sebesar 0,615 (61,5%). Daya tarik masyarakat untuk menonton sinetron Aku Anak Indonesia dibentuk oleh elemen daya tarik sinetron Aku Anak Indonesia sebesar 61,5%, dan sisanya sebesar 38,5% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diketahui.

Tabel 1.3 Analisis Regresi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,784 ^a	,615	,607	,26634

a. Predictors: (Constant), Elemen Daya Tarik Program

b. Dependent Variable: Ketertarikan Menonton

Selanjutnya untuk menjawab hipotesis penelitian, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.4. Uji Hipotesis

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5,438	1	5,438	76,667	,000 ^b
	Residual	3,405	48	,071		
	Total	8,843	49			

a. Dependent Variable: Ketertarikan Menonton

b. Predictors: (Constant), Elemen Daya Tarik Program

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai F yang diperoleh adalah sebesar 76,667 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 di bawah 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa daya tarik dari sinetron Aku Anak Indonesia mempengaruhi ketertarikan menonton sinetron.

Tabel 1.5. Koefisien Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,538	,407		1,324	,192
	Elemen Daya Tarik Program	,889	,102	,784	8,756	,000

a. Dependent Variable: Ketertarikan Menonton

Berdasarkan persamaan di atas diketahui bahwa nilai koefisien regresi yang diperoleh dari variabel yang ada di dalam penelitian ini adalah sebesar 0,889. Angka tersebut menjelaskan bahwa setiap penambahan pada nilai daya tarik program sinetron Aku Anak Indonesia maka ketertarikan menonton sinetron juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,889. Begitu juga sebaliknya, jika angka tersebut bernilai negatif, maka ketertarikan menonton sinetron Aku Anak Indonesia akan mengalami penurunan angka sebesar 0,889.

Selain itu, sajian data dalam tabel 4.27 di atas juga hasil uji t (parsial). Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung yang diperoleh untuk variabel bebas sebesar 8,756 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000, nilai tersebut diketahui lebih rendah atau di bawah 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Disimpulkan terdapat pengaruh antara daya tarik program terhadap ketertarikan menonton sinetron Aku Anak Indonesia.

Diskusi

Para remaja dalam memutuskan menonton sinetron Aku Anak Indonesia mempertimbangkan elemen-elemen program siaran berupa konflik, kesukaan, konsistensi, timing, durasi dan tren dari cerita sinetron tersebut. Adanya jam tayang dari sinetron AAI menurut para penggemar sinetron masih kurang lama. Pemirsa suka pada para pemerannya, alur ceritanya, tema yang diangkat, dan lainnya. Konsistensi tema sinetron AAI dinilai pemirsa mampu memberikan motivasi dan edukasi. Energi yang dibawa para pemeran di sinetron AAI membuat pemirsa setia sinetron menjadi terbawa dalam alur ceritanya.

Sasaran sinetron AAI adalah para anak muda, maka jam tayangnya sangat tidak sesuai. Waktu yang sesuai tayangan sinetron AAI adalah jam santai para remaja yaitu di luar jam sekolah seperti jam 17.00 ke atas. Sinetron AAI diketahui memiliki alur cerita yang sarat dengan kejadian-kejadian aktual yang terjadi di lingkungan masyarakat. Hal ini dikarenakan cerita-cerita semacam itu akan jauh terlihat lebih nyata, sehingga *moral value* dan *education value* yang dikandung dalam sinetron AAI akan lebih mudah dipahami dan diaplikasikan oleh masyarakat yang menontonnya.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Kesimpulan penelitian ini menyatakan elemen daya tarik program memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ketertarikan para remaja untuk menonton tayangan drama sinetron AAI. Berdasarkan hasil ini, maka pihak yang memproduksi sinetron AAI harus mampu

menerapkan setiap elemen daya tarik sebuah program yang meliputi tujuh elemen tersebut dengan baik dalam sinetron produksinya yaitu AAI. Hal ini penting untuk menjadi perhatian PH Sinemart agar sinetron AAI bisa terus menjadi sinetron yang disukai oleh masyarakat. Temuan dalam penelitian ini juga menjelaskan pemilihan *genre* yang diterapkan dalam sinetron AAI adalah *genre* yang sarat *moral value* dan *education value*. Pesan moral disampaikan sangat baik untuk merangsang nasionalisme remaja dan memberikan cerita yang sarat akan pelajaran hidup serta memperlihatkan keanekaragaman kebudayaan yang ada di Indonesia.

Rekomendasi

Bagi pihak yang memproduksi sinetron AAI dapat mempertahankan hal-hal yang menjadi kesukaan dari pemirsanya dan konsistensi dari sinetron AAI. Hal ini misalnya tidak mengganti tokoh, konsisten dengan alur cerita yang dibangun sejak awal penayangannya, tema-tema yang diangkat dalam setiap episode lebih berbobot.

Bagi pihak Televisi ataupun produsen penyiaran, khususnya RCTI yang menayangkan sinetron Aku Anak Indonesia, diharapkan tidak hanya mempertimbangkan keuntungan bisnis semata, namun juga turut berperan serta dalam mencerdaskan kehidupan bangsa dengan menampilkan tayangan-tayangan yang mendidik dan berkualitas seperti sinetron Aku Anak Indonesia ini, dan mengurangi porsi tayangan-tayangan fiktif yang kurang mendidik.

Daftar Pustaka

- Baksin, Askurifai. (2006). *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Chaplin, J.P. (2008). *Kamus Psikologi Lengkap*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Dariyo, A. (2004). *Psikologi Perkembangan Remaja*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Effendy, Onong Uchyana. (2003). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchyana. (2007). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Hernawati, & Palapah. (2011). *Televisi Dalam Kehidupan Anak. Prossiding SnaPP2011: sosial, ekonomi, dan humaniora*.
- Hurlock, E. B. (2004). *Psikologi Perkemba; Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Kusmiran, E. (2012). *Kesehatan Reproduksi Remaja dan Wanita*. Jakarta: Salemba Medika.
- Mabruri, A. (2013). *Manajemen Produksi Program Acara Televisi: Format Acara Non-Drama, News, & Sport*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Monks, F. J., Knoers, A. M., & Haditono, S. R. (1988). *Psikologi Perkembangan Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Morrisan. 2011. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi (Edisi Revisi)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Naratama. (2006). *Menjadi Sutradara Televisi dengan Singel dan Multi Camera*. Jakarta: PT. Grasindo Anggota Ikapi.
- Nova, F. (2011). *Crisis Public Relations*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada. Singarimbun, Masri.
- Pawito, P. D. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LkiS.
- Romli, A. S. M. (2014). *Komunikasi Dakwah: Pendekatan Praktis*. ASM. Romli.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Sobur, Alex. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Soenarto, R. M. (2007). *Program Televisi Dari Penyusunan Sampai Pengaruh Siaran*. Jakarta: FFTV-IKJ Press.
- Sudibyo, A. (2004). *Ekonomi Politik Media Penyiaran*. PT LKiS Pelangi Aksara.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Susanto, H. S. S. (2015). *Communication Skills” Sukses Komunikasi, Presentasi dan Berkarier!”*. Deepublish.
- Sutisno, P. C. S. (1993). *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video*. Jakarta: Grasindo.
- West, R., & Turner, L. H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi*, Edisi 3. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wibowo, Fred. (2007). *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.
- Wiryanto, D. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*, edisi ke-3. PT Grasindo, Jakarta.
- Zoebazary, Ilham. (2010). *Kamus Istilah Televisi dan Film*. Jakarta: Gramedia.

Jurnal

- Adhrianti, L. (2008). Idealisasi TVRI sebagai TV Publik: Studi “Critical Political Economy. *MediaTor (Jurnal Komunikasi)*, 9(2), 281-292.
- Ardian, M. (2013). Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Program Acara “Pesbukers” Di ANTV. *Jurnal e-Komunikasi*, 1(1).
- Ardiyanti, H. (2012). Penguatan Lembaga Penyiaran Publik. *Info Singkat Pemerintahan Dalam Negeri*. Vol IV, No 16/II/P3DI/Agustus/2012.
- Kuswita, K. (2014). Perencanaan Dan Produksi Program Televisi Pendidikan Di Televisi Edukasi. *Jurnal Komunikologi*. Vol 11 No 2, September 2014.

- Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. (2007).
Diplomasi Indonesia-Malaysia.
Komunika. Vol 10, No. 1 Tahun 2007.
ISSN 0126-2491.
- Rachmiatie, A. (2006). Konsistensi
Penyelenggaraan RRI dan TVRI sebagai
Lembaga Penyiaran Publik. *MediaTor*
(*Jurnal Komunikasi*), 7(2), 281-292.
- Rahmawati, A., Tripambudi, S., & Lestari, P.
(2010). Bias Gender dalam Iklan Attack
Easy di Televisi. *Jurnal Ilmu*
Komunikasi, Vol. 8, No. 3, September-
Desember 2010.
- Rawal, M. P. (2013). AIDA Marketing
Communication Model: Stimulating A
Purchase Decision In The Minds Of The
Consumers Through A Linear
Progression Of Steps. *Irc 'S International*
Journal Of Multidisciplinary Research
In Social & Management Sciences,
Issue:1, Volume:1, ISSN: 2320 – 8236.
- Wibowo, & Karimah, (2012). Pengaruh Iklan
Televisi Dan Harga Terhadap Keputusan
Pembelian Sabun Lux (Survei Pada
Pengunjung Mega Bekasi Hypermall).
Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia
(*JRMSI*) /Vol. 3, No. 1.

Website

- Rayendra, P. (2015). Ini Rating Episode Perdana
Aku Anak Indonesia, Bintang Pantura
dan D'Terong Show.
Tabloidbintang.com melalui
[http://www.tabloidbintang.com/articles/
film-tv-musik/ulasan/21191-ini-rating-
episode-perdana-aku-anak-indonesia-
bintang-pantura-dan-dt3rong-show](http://www.tabloidbintang.com/articles/film-tv-musik/ulasan/21191-ini-rating-episode-perdana-aku-anak-indonesia-bintang-pantura-dan-dt3rong-show)
Diakses pada hari Selasa tanggal 5 April
2016.
- [http://id.m.wikipedia.org/wiki/aku_cinta_indon
esia](http://id.m.wikipedia.org/wiki/aku_cinta_indonesia) Diakses pada hari Jumat tanggal 1
April 2016
- [http://id.m.wikipedia.org/wiki/aku_anak_indon
esia](http://id.m.wikipedia.org/wiki/aku_anak_indonesia) Diakses pada hari Senin tanggal 1
Februari 2016