Komunikasi Persuasif dan Sikap Pada Perundungan dalam Serial Film *13 Reasons Why*

[1] Roma Kristian Eleazar, [2] Deddy Irwandy

[1 & 2] Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR, Jakarta
Email: [1]romakristian12@gmail.com*; [2] deddy.i@lspr.edu
* Corresponding author

ARTICLE INFO

Keywords:
Bullying
Elaboration Likelihood
Persuasive communication

ABSTRACT

Nowadays, the condition of bullying cases committed by teenagers in Indonesia is still high, and it remains an unresolved issue, as well as the enthusiasm of Netflix viewers in Indonesia steadily increases, where the "13 Reasons Why" series is one of the most-watched series due to it raising the bullying issue. This study aims to determine Persuasive Communication and Attitudes Toward Bullying in the 13 Reasons Why series using the elaboration likelihood model as the main theory. This study uses quantitative methodology and data collection methods through an online questionnaire with a purposive sampling technique distributed to 137 student respondents who attend schools and universities known to have a seniority culture and are located in South Jakarta. After analyzing the data using SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) version 24, the results showed that the persuasive communication of the 13 Reasons Why series had sufficient and positive influence with a correlation coefficient of 0,543 and a contribution value of 29,5% towards bullying attitudes where the dominant path taken by respondents in receiving persuasive messages is the central route.

1. PENDAHULUAN

Masa remaja merupakan suatu periode atau masa peralihan dari kehidupan kanak-kanak menuju ke kehidupan orang dewasa. Periode ini ditandai dengan adanya perubahan pada pertumbuhan dan perkembangan biologis maupun psikologis seseorang (Hidayati & Farid, 2016). Papalia dan Martorell (2014:323) juga menjelaskan bahwa pada usia remaja, mungkin saja muncul pergejolakan emosi, konflik dalam keluarga, dan pertentangan keyakinan akan nilai-nilai yang berada di dunia sekitarnya. Selain itu, pada periode yang sama, seorang remaja umumnya memiliki keinginan yang kuat untuk menjadi pusat perhatian dimana salah satu bentuk sifat tersebut yang sering ditemukan adalah perilaku perundungan (David, dalam Desmita, 2009).

Membahas tentang remaja, Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) (2016) menjelaskan bahwa terdapat berbagai tindak kejahatan seperti kekerasan yang dilakukan oleh remaja dan mayoritas terjadi di DKI Jakarta dan sekitarnya (Jabodetabek). Tercatat bahwa di DKI Jakarta, kasus kekerasan terjadi paling tinggi dengan total 556 kasus dan dalam penyebarannya tingkat kasus terbanyak terjadi di Jakarta Selatan yaitu 124 kasus. Angka ini melampaui rata-rata jumlah kasus yang terjadi di kota lainnya di Indonesia, yang umumnya memiliki kurang dari 40 kasus. Selanjutnya, hasil temuan oleh KPAI ini didukung oleh data dari International Center for Research on Women (ICRW) yang menyatakan bahwa 84% anak di Indonesia mengalami kekerasan dalam lingkungan sekolah dan angka kasus kekerasan di Indonesia ini dapat dikatakan cukup tinggi.

Terkait tingginya keberadaan akan kasus kekerasan pada pelajar tersebut, KPAI berpendapat bahwa sistem pendidikan di Indonesia belum sepenuhnya berhasil dikarenakan masih banyaknya aksi kekerasan yang terjadi di beberapa sekolah. Data tersebut kembali didukung beberapa tahun setelahnya dengan pernyataan terbaru oleh KPAI (dalam "Catatan KPAI, Kekerasan Anak") yang menyebutkan bahwa tingkat kekerasan anak di dunia pendidikan wilayah DKI Jakarta merupakan yang tertinggi dibandingkan wilayah lainnya. Komisioner KPAI Retno Listyarti juga mengatakan bahwa tingkat kekerasan di Jakarta dapat melebihi jumlah yang telah ditangani oleh KPAI. Komisioner KPAI Retno Listyarti mengatakan dalam pemaparan hasil pengawasan kasus pelanggaran anak di bidang pendidikan

selama Januari hingga April 2019 bahwa pelanggaran hak anak paling banyak ditemukan pada kasus perundungan (*bullying*), berupa kekerasan fisik, psikis, dan seksual.

Kasus-kasus mengenai fenomena perilaku *bullying* tidak hanya terjadi di Indonesia melainkan memang sudah merupakan salah satu masalah mendunia yang hingga kini masih menjadi ancaman yang serius. Mengangkat isu perilaku perundungan (*bullying*) di sekolah, pada 31 Maret 2017 yang lalu, Netflix sebagai layanan *streaming* film berbayar Amerika Serikat merilis sebuah film dalam kategori serial film drama orisinal yang berjudul *13 Reasons Why*.

Serial Film Netlix *13 Reasons Why* menceritakan kisah seorang remaja SMA berumur 17 tahun bernama Hannah Baker yang mengakhiri nyawanya sendiri dengan dilatarbelakangi keadaan dunia sekolah SMA. Film ini menjelaskan bagaimana sudut pandang karakter utama sebagai korban *bullying*. Satu demi satu episode menceritakan mengenai orang-orang yang menurut Hannah turut mengambil peran dalam membangun niatnya untuk bunuh diri dan setiap episode yang tayang dalam *13 Reasons Why* saling berkaitan dengan episode lainnya. Sebelum bunuh diri, Hannah merekam dirinya berdialog tentang 13 alasan kenapa dirinya memutuskan untuk mengakhiri hidupnya, dan masing-masing alasan direkam disatu *side* kaset (IMDb, n.d.).

Tindakan keputusan Hannah untuk mengakhiri hidupnya dikarenakan berbagai bentuk perundungan (*bullying*) yang dialaminya, dimana hal-hal tersebut dilakukan oleh sesama pelajar teman-temannya di sekolah. Dalam penyampaian pesannya, TV Serial Netflix *13 Reasons Why* menyampaikan makna bagaimana fenomena perundungan (*bullying*) didalam kalangan remaja dengan meliputi bentuk, faktor, peran, dan juga dampak dari *bullying* tersebut. Selama tiga belas episode serial film ini, banyak perilaku *bullying* yang diperlihatkan dalam berbagai jenis, baik oleh individu maupun kelompok. Bahkan, di film ini juga ditunjukkan perilaku perundungan yang dilakukan bukan terhadap Hannah Baker, yang artinya *bullying* juga dilakukan terhadap orang lain (Prawiyadi, Aritonang, Wijayanti, 2018). Film ini mengajarkan bahwa suatu hal kecil yang dikatakan, dan dilakukan dapat memberi dampak yang begitu besar dalam kehidupan seseorang. Maka dari itu, secara tidak langsung salah satu tujuan diproduksinya serial TV ini ialah untuk mempersuasi para remaja untuk tidak melakukan tindak perundungan (*bullying*) satu dengan yang lainnya.

Pada tahun 2017, total pelanggan streaming Netflix Indonesia mencapai 95 ribu pelanggan. Sedangkan pada tahun 2018, pelanggan Netflix Indonesia meningkat sebesar 2,5 kali lipat menjadi 237.3 ribu pelanggan. Pada tahun 2019, jumlah pelanggan Netflix di Indonesia meningkat dua kali lipat daripada tahun 2018, di mana diperkirakan dapat mencapai 482 ribu. Tahun 2020, jumlah pelanggan Netflix diperkirakan sebesar 88,35% dibandingkan dengan 2019 atau mencapai 907 ribu pelanggan (Jayani, 2019: 3). Serial film *13 Reasons Why* menjadi "The Most Watched Netflix Shows Of All Time" berdasarkan *Buzznet* dalam peringkat keberadaan film saat dirilis dalam setiap musim serinya ("The Most Watched Netflix", 2019).

Seiring berjalannya serial TV Netflix orisinal *13 Reasons Why* sejak tahun 2017 hingga tahun 2019, terdapat kontroversi fenomena pro dan kontra akan penyampaian pesan atau makna yang ditujukan oleh film ini. Menurut Reilley (2018), persepsi pendukung atau pihak yang pro akan serial film ini menilai *13 Reasons Why* bertujuan untuk menciptakan kesadaran akan sikap terhadap perundungan (*bullying*), dampaknya, dan sebagaimana harusnya untuk menghadapinya. Sedangkan persepsi kontra mengatakan bahwa interpretasi film melenceng dimana seseorang yang merasakan hal yang sama seperti karakter utama dalam film seolah mendapatkan solusi bagaimana mengakhiri perasaan tersebut, yaitu dengan mengakhiri hidupnya. Selain itu, oleh karena serial televisi ini menampilkan cuplikan kekerasan yang dapat dikatakan cukup *vulgar*, dan mudah diakses oleh kalangan remaja, memunculkan dampak positif dan negatif. Positif karena tayangan ini mampu menjelaskan dampak yang dapat timbul dari perilaku *bullying* secara nyata, negatif karena para remaja dapat menirukan perilaku kekerasan atau bunuh diri yang ditunjukkan oleh tayangan tersebut (Novalita & Susanti, 2018).

Kondisi kasus perundungan (*bullying*) yang dilakukan oleh remaja di Indonesia masih tinggi hingga saat ini, dan menjadi fenomena permasalahan yang tidak berujung. Meningkatnya *antusiasme* penonton Netflix di Indonesia, dan serial film *13 Reasons Why* menjadi salah satu film yang banyak ditonton, menjadikan isu *bullying* didalam serial film *13 Reasons Why* menjadi sesuatu yang menarik untuk diteliti. Selain itu, fenomena keberadaan fenomena pro dan kontra akan interpretasi makna serial film *13 Reasons Why*, menjadi alasan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai komunikasi persuasif dan sikap pada perundungan dalam film serial *13 Reasons Why*. Kedua hal ini, yaitu komunikasi persuasif dan sikap perundungan akan dianalisa dengan Teori Kemungkinan Elaborasi

(*Ellaboration Likelihood Model*) dimana model ini berfokus menganalisa komunikasi persuasi dalam mempengaruhi proses pemikiran kritis seseorang terhadap suatu pesan. Penelitian ini menganalisa pesan serial TV *13 Reasons Why* terkait dengan fenomena *bullying* melalui pendekatan teori *Ellaboration Likelihood Model*. Adapun yang menjadi tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh komunikasi persuasif serial film *13 Reasons Why* terhadap sikap pada *bullying* di Jakarta Selatan, dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi persuasif serial film 13 *Reasons Why* terhadap sikap pada *bullying* tersebut.

2. KERANGKA TEORITIS

2.1. Kemungkinan Elaborasi (*Ellaboration Likelihood Model*)

Elaboration Likelihood Model (ELM) merupakan model yang dikembangkan oleh John Cacioppo dan Richard E. Petty pada tahun 1980, dimana fokus komunikasi yang disampaikan berupa persuasi. ELM merupakan model persuasi yang memprediksi kapan dan bagaimana seseorang dapat dipersuasi atau tidak melalui suatu pesan (Littlejohn & Foss, 2010:88). ELM berusaha memperjelas bahwa terdapat perbedaan jalur ketika seseorang menerima suatu pesan. Terkadang seseorang menilai suatu pesan dengan cara yang rumit yaitu dengan menggunakan pemikiran yang kritis, dan terkadang seseorang menilai suatu pesan dengan cara yang tidak kritis atau sederhana. Model ini bergantung pada bagaimana seseorang memproses suatu pesan, dimana terdapat dua jalur bagaimana seseorang memproses suatu informasi, yaitu jalur sentral atau jalur pusat (*central route*) dan jalur periferal atau jalur pinggiran (*peripheral route*).

a. Jalur Sentral (*Central Route*)

Menurut Perloff (2017:232), jalur sentral dikarakteristikan dengan penggunaan elaborasi kognitif yang besar. Ketika seseorang memproses suatu informasi menggunakan jalur sentral, pesan argumen yang diterima dievaluasi dengan hati-hati, direnungkan, dan menghubungkan informasi tersebut ke pengetahuan, prasangka, dan nilai yang dimiliki dalam diri.

Seseorang yang menggunakan jalur sentral dalam memproses informasi, secara aktif akan memikirkan dan mempertimbangkan suatu informasi dengan memperhatikan informasi lain yang sudah dimiliki sebelumnya. Jika seseorang mengalami perubahan perilaku, hal tersebut relatif akan berlangsung lebih lama atau permanen dan berpengaruh dengan bagaimana orang tersebut akan bertindak (Littlejohn & Foss, 2010:88). Seseorang yang menggunakan jalur periferal dalam memproses suatu informasi cenderung tidak begitu mengkritisi. Perubahan yang dialami kemungkinan bersifat sementara dan memiliki efek yang kecil dalam melakukan tindakan. Proses jalur sentral hanya dapat digunakan jika seseorang memiliki pengetahuan mengenai permasalahan atau isu yang menyangkut. Ketika seseorang memproses jalur sentral, orang tersebut akan berhati-hati dalam mempertimbangkan suatu kekuatan dalam argumen, sejauh mana pengaruh pesan yang disampaikan cocok dengan sikap seseorang, dan lebih menguntungkan dalam pandangan seseorang maka akan dievaluasi lebih positif (Morissan, 2013:85).

b. Jalur Periferal (*Pheriperal Route*)

Jalur periferal merupakan jalur dimana seseorang memproses pesan secara cepat atau fokus terhadap tanda atau isyarat yang sederhana untuk membantu dirinya dalam menerima suatu pesan. Saat memproses melalui jalur periferal, seseorang selalu mengandalkan pengambilan keputusan yang sederhana atau heuristik (Perloff, 2017:232).

Elaborasi yang terjadi melalui rute periferal, suatu persuasi bergantung pada aturan-aturan keputusan sederhana oleh penerima atau heuristik. Tiga heuristik utama berupa kredibilitas, kesukaan, dan konsensus. Kredibilitas merujuk kepada sumber yang dipercayai, sedangkan kesukaan merujuk kepada kesetujuan terhadap orang yang disukai, dan konsensus merujuk kepada kesetujuan pada hal yang disetujui oleh banyak orang (Suciati, 2017:132).

2.2. Komunikasi Persuasif

Istilah persuasi berasal dari Bahasa Latin, *persuasio*, yang memiliki arti untuk membujuk, mengajak, atau merayu. Menurut Suryanto (2015:354) komunikasi persuasif adalah komunikasi yang

memiliki tujuan untuk mengubah atau memengaruhi individu dalam kepercayaan, sikap, dan perilaku agar dapat bertindak sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator.

Beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dalam komunikasi persuasi berupa kejelasan tujuan dari penyampaian pesan, siapa *target* yang dituju, dan memilih penggunaan strategi yang tepat. Ruang lingkup kajian ilmu komunikasi persuasif meliputi sumber, pesan, saluran atau media, penerima, efek, umpan balik, dan konteks situasional. Tiga fungsi utama dalam komunikasi persuasif adalah *control function, protection function*, dan *knowledge function* (Suryanto, 2015:354).

2.3. Serial Film

Istilah serial film merupakan film yang memiliki cerita berseri, rangkaian film yang dikemas berkelanjutan untuk menceritakan cerita secara lengkap dari awal hingga akhir. Film serial dibentuk berdasarkan beberapa episode yang saling terkait antara satu episode dengan episode lainnya, harus ditonton sesuai dengan urutan, dan suatu cerita baru didasarkan atau diinformasikan melalui cerita sebelumnya, sering akhir dari setiap season umumnya dikatakan sebagai "cliffhanger" atau menggantung untuk mengundang spekulasi atau dugaan penonton mengenai apa yang akan terjadi setelah cerita tersebut (Dunleavy, 2016). Tidak terlepas dari perannya sebagai media hiburan, film memiliki fungsi salah satu diantaranya adalah sebagai Fungsi persuasif, dilihat dari kandungan pesan yang disampaikan dalam film yaitu untuk mengendalikan sikap dan perilaku penontonnya.

2.4. Sikap

Sikap merupakan sekumpulan perilaku seseorang untuk menjawab atau meresponi suatu objek sosial baik hal tersebut memengaruhi dari sisi positif hingga negatif. Suatu respon atau reaksi yang diberikan atas apa yang telah terjadi atau terhadap sesuatu, dan dipengaruhi oleh keadaan emosional seseorang terhadap suatu objek sosial. Objek sosial dapat berupa apapun mulai dari manusia, atau fenomena permasalahan tertentu. Menurut Azwar (2011:23) sikap manusia dapat diukur dalam tiga komponen di antaranya: Komponen Kognitif, Komponen Afektif, dan Komponen Konatif.

2.5. Perundungan (*Bullying)*

Istilah perundungan (*bullying*) berasal dari Bahasa Inggris dari kata *bull* yang berarti "banteng" yang suka menanduk sedangkan dalam Bahasa Indonesia, kata *bully* berarti sebagai penggertak. Perundungan (*bullying*) merupakan suatu tindakan perbuatan negatif yang dilakukan seseorang secara berulang-ulang dengan menyalahgunakan kekuasaan yang dimiliki, dan bertujuan untuk menyakiti orang lain.

Perilaku perundungan (*bullying*) mengacu terhadap bentuk agresi baik secara langsung maupun tidak langsung termasuk dalam fisik, verbal, psikologis, dan tindakan relasional yang disengaja, dan terjadi dalam suatu hubungan yang ditandai dengan keberadaan ketidakseimbangan kekuatan dan terjadi berulang dari waktu ke waktu. Tindakan *bullying* yang dimotivasi oleh tidak adanya toleransi terhadap orang lain berdasarkan keanggotaan atau persepsi dalam kelompok tertentu seperti jenis kelamin, ras, agama, orientasi seksual, kemampuan, dan status sosial ekonomi, di mana hal ini dikenal sebagai "*bias-based bulllying*" (Mishna, 2012:5).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan data diperoleh secara kuantitatif, bersifat eksplanatif asosiatif, dengan meneliti hubungan kausalitas atau sebab akibat guna menjelaskan serta meneliti hubungan atau pengaruh antara satu variabel dengan variabel lain (Kriyantono, 2010:6). Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma positivisme dimana paradigma ini menggambarkan fenomena atau gejala sosial yang sedang terjadi lalu digeneralisasikan secara statistik. Paradigma ini menyatakan bahwa kriteria kebenaran dalam suatu penelitian ditinjau berdasarkan aspek validitas, reliabilitas, dan objektivitas (Irwan, 2018:26). Pandangan paradigma positivisme didasarkan pada ilmu yang dianggap secara deduktif, dianggap nomotetik, dan melibatkan beberapa variabel (Muslim, 2018).

Instrumen pengumpulan data yang dipilih adalah kuesioner (Darwis & Rizal, 2015:151), dimana sampel didapatkan melalui teknik *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Besaran sampel dalam penelitian ini ialah minimal 84 pelajar yang tersebar di seluruh sekolah, dan universitas di Jakarta Selatan yang memiliki nilai budaya senioritas cukup tinggi. Variabel didalam penelitian ini ialah komunikasi persuasif (X) dan sikap (Y).

Teknik pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik penelitian kuantitatif, yaitu dengan uji korelasi, uji regresi linier sederhana antara variabel independen (X) "Komunikasi Persuasif" terhadap variabel depeden (Y) "Sikap", dan dikuatkan dengan uji determinasi. Peneliti juga melakukan uji anova untuk hipotesa, dan pengukuran dilakukan menggunakan skala likert.

Pada penelitian ini, diambil 137 responden yang telah sesuai dengan hasil minimal sampel begitu juga dengan karakteristik responden. Kuesioner penelitian ini telah diisi oleh total 137 responden yang diantaranya adalah mayoritas berjenis kelamin perempuan dengan persentase 72,3%. Berusia 15-18 tahun dengan persentase 73,7%. Lalu berdasarkan asal sekolah, ditunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari SMAN 70 dengan persentase 39,4%.

4. HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

4.1. Hasil Penelitian

a. Uji Korelasi

Hasil uji korelasi Komunikasi Persuasif (X) dengan Sikap (Y) menunjukkan nilai korelasi (r) sebesar 0,543, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Arah korelasi positif karena angka signifikansi lebih kecil dari 0,05 (<0,05), dapat dikatakan bahwa hubungan antara Komunikasi Persuasif (X) dengan Sikap (Y) berada pada tingkat hubungan cukup yaitu 0,543 (terletak pada wilayah 0,40 – 0,599), dan arah hubungan positif. Artinya, komunikasi persuasif yang diberikan melalui serial film *13 Reasons Why* cukup mempengaruhi sikap pada perundungan.

b. Uji Koefisien Determinasi

Hasil uji regresi variabel X (Komunikasi Persuasif) dengan variabel Y (Sikap) yaitu sebesar 0,543. Nilai tersebut dapat diinterpretasikan bahwa hubungan antara variabel X (Komunikasi Persuasif) dengan variabel Y (Sikap) ada pada kategori cukup. Pengaruh komunikasi persuasif film *13 Reasons Why* (variabel X) terhadap sikap pada perundungan (variabel Y), terlihat pada rumus analisis koefisien determinasi (KD), yaitu sebagai berikut:

$$KD = (r^2) \times 100\%$$

Dari perhitungan diperoleh nilai R *Square* sebesar 0,295, sehingga dapat diinterpretasikan bahwa besaran kontribusi variabel X (Komunikasi Persuasif) terhadap variabel Y (Sikap) adalah sebesar 29,5%. Sisanya yaitu sebesar 70,5% (diperoleh dari 100%-29,5%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

c. Uji Regresi Linear Sederhana

Untuk menguji regresi linear sederhana digunakan rumus (Siregar, 2017:284) persamaan berikut:

$$Y = a + bX$$

Hasil uji koefisien variabel X (Komunikasi Persuasif) dengan variabel Y (Sikap) terlihat dalam persamaan regresi yaitu Y = 43,703 + 0,480X. Artinya, setiap perubahan skor variabel X (Komunikasi Persuasif) sebesar satu unit dapat diestimasikan variabel Y (Sikap) akan berubah sebesar 0,480 unit pada arah yang sama. Jika taraf signifikansi 0,05 dimana 0,000 < 0,05, maka dengan nilai Sig. sebesar 0,000 menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan dari variabel X (Komunikasi Persuasif) dengan variabel Y (Sikap).

d. Hipotesa Penelitian

Dasar pengambilan keputusan dalam uji anova (Sujarweni, 2015:155) adalah:

Jika nilai Sig. (signifikan) >0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak.
Jika nilai Sig. (signifikan) <0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Berdasarkan hasil perhitungan variabel X (Komunikasi Persuasif) dengan variabel Y (Sikap), didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi 0,000 lebih kecil (<) daripada nilai taraf signifikan yang telah ditentukan yaitu 0,05. Hal ini menyatakan bahwa hipotesa Ho ditolak dan hipotesa Ha diterima, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara komunikasi persuasif serial film *13 Reasons Why* dan sikap pada perundungan.

4.2. Diskusi

Pembahasan dalam penelitian ini menggunakan *Ellaboration Likelihood Model* sebagai model komunikasi persuasif yang digunakan. *Ellaboration likelihood model* itu sendiri terbagi menjadi rute sentral dan periferal. Penelitian ini juga turut meninjau lebih dalam rute yang lebih dominan dari model komunikasi Kemungkinan Elaborasi melalui uji regresi linear sederhana terhadap kedua variabel. Berdasarkan pengujian ini, diperoleh hasil bahwa rute yang lebih dominan yang digunakan oleh responden untuk menerima pesan persuasif dari serial film *13 Reasons Why* yaitu jalur sentral karena kontribusinya sebesar 30,8%, sedangkan jalur periferal hanya sebesar 14,8%.

Secara sederhana, dapat dikatakan bahwa komunikasi persuasif dalam serial film *13 Reasons Why* cukup berpengaruh terhadap sikap pada perundungan, di mana rute sentral lebih mendominasi proses penerimaan pesan oleh responden, dibandingkan dengan rute periferal. Artinya, responden yang menggunakan jalur sentral, menggunakan elaborasi kognitifnya dalam proses penerimaan pesan persuasif, di mana pesan tersebut diterima melalui serangkaian tahapan seperti evaluasi yang dilakukan secara hati-hati, direnungkan, lalu informasi tersebut juga dihubungkan dengan pengetahuan, prasangka, dan nilai yang dimiliki oleh responden (Perloff, 2017). Mendukung penjelasan ini, seseorang yang menggunakan jalur sentral dalam memproses informasi, secara aktif akan memikirkan dan mempertimbangkan suatu informasi dengan memerhatikan informasi lain yang sudah dimiliki sebelumnya (Littlejohn & Foss, 2010). Selain itu, proses penerimaan pesan juga dapat memengaruhi perubahan sikap seseorang, tergantung pada penilaian sosial seseorang terhadap suatu pesan, seberapa penting makna yang terkandung dalam film berdasarkan proses kognitif individu tersebut setelah proses persepsi (Ani, 2018:25).

Hal ini dapat dilihat dari target responden yang dituju oleh peneliti yaitu seseorang pelajar atau mahasiswa yang sudah pernah menonton serial film *13 Reasons Why* dan masih bersekolah di beberapa sekolah dan univeristas yang memiliki tingkat senioritas tinggi. Kriteria ini dipilih karena cenderung memiliki pengalaman tentang perundungan (*bullying*) baik sebagai pelaku, korban, atau saksi dalam perilaku perundungan. Sehubungan dengan proses jalur sentral, jalur ini hanya dapat digunakan jika seseorang memiliki pengetahuan mengenai permasalahan atau isu yang menyangkut dalam arti lain pengalaman dirinya akan isu tersebut.

Berkaitan dengan rute sentral, Neo-Piagetian (Papalia & Martorell, 2014:329) menyatakan bahwa proses kognitif seorang remaja erat kaitannya dengan pengetahuan atau pemikiran yang dimilikinya terhadap suatu isu, serta konteks masalah yang dianggap penting oleh informasi dan lingkungan budaya. Hal ini memengaruhi bagaimana seorang remaja ingin dipersepsikan, di mana remaja tersebut akan cenderung tampil atau berpikir di level tertinggi (*perform at higher levels*) menurutnya, serta menunjukkan bahwa pengetahuan yang dimilikinya mampu memengaruhi kemampuannya untuk berpikir secara formal.

Dari hasil data yang ditemukan terhadap responden, mayoritas adalah berjenis kelamin perempuan. Data ini dianggap relevan karena mampu memperkuat salah satu alasan mengapa jalur sentral lebih dominan ditempuh dibandingkan jalur periferal. Perihal temuan ini, Zlomke dan Hahn (2010:411) menyatakan bahwa perempuan cenderung memiliki kebiasaan untuk merenungkan dan menempatkan situasi perspektif dalam menghadapi isu tertentu ketimbang laki-laki yang umumnya lebih menyalahkan orang lain. Selain itu, Nolen-Hoeksema (dalam Zlomke & Hahn, 2010:411) juga mengatakan bahwa perempuan pada umumnya secara tidak sadar lebih berfokus pada aspek emosional saat ditempatkan ke dalam pengalaman yang menegangkan, lalu mendiskusikan pengalaman tersebut dengan orang lain, sehingga akhirnya terlibat juga dalam proses perenungan. Penjelasan ini akhirnya mendukung hasil temuan di mana jalur sentral merupakan jalur yang lebih dominan ditempuh oleh responden dalam menerima pesan persuasif dari serial film *13 Reasons Why*.

Dari penelitian ini juga dapat diketahui bahwa media film cukup mampu menyampaikan pesan persuasi, di mana hal ini sesuai dengan salah satu fungsi dari film yaitu fungsi persuasif untuk

mengendalikan sikap dan perilaku dari penontonnya (Sumarno dalam Mudjiono, 2011). Perihal pro dan kontra dari serial film *13 Reasons Why* dalam penelitian ini juga membuktikan bahwa pembelajaran sosial merupakan proses individu belajar melalui observasi, imitasi, dan identifikasi (Sanusi & Sugandi, 2020:276), dimana tindak kekerasan maupun pesan persuasif dalam film ini dapat mempengaruhi bagaimana penontonnya berpikir maupun bertindak di kehidupan sosial. Misalnya dengan tidak melakukan perundungan (*bullying*) satu dengan yang lainnya.

Berdasarkan penjelasan dari pembahasan dalam penelitian ini, dapat dipertegas bahwa terdapat pengaruh antara komunikasi persuasif melalui media serial film *13 Reasons Why* terhadap sikap pada perundungan (*bullying*). Hal ini dikarenakan serial film *13 Reasons Why* sebagai media massa berperan dalam mengonstruksi suatu realita dari peristiwa-peristiwa sosial atau yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu tindak kekerasan seperti perundungan yang terjadi pada kalangan remaja, hingga layak maupun relevan terhadap suatu konteks sosial di mana sasaran khalayak pesan media tersebut berada (Eriyanto, 2012, dalam Dewanggi & Rachmaria, 2019:88). Serial film *13 Reasons Why* sebagai media berupaya untuk menjaga nilai-nilai dalam suatu kelompok individu, serta mengontrol agar nilai-nilai tersebut diterapkan, sehingga terbentuk suatu kenyataan seperti apa yang baik atau sesuai dan menyimpang didalam kelompok tersebut (Dewanggi & Rachmaria, 2019:88).

5. SIMPULAN

Terdapat pengaruh antara komunikasi persuasif serial film *13 Reasons Why* dan sikap pada perundungan, dengan nilai Sig. adalah 0,000 dan lebih kecil (<) daripada nilai taraf signifikan yaitu 0,05. Dengan demikian, dapat dinyatakan hipotesa Ho ditolak dan hipotesa Ha diterima. Nilai kontribusi komunikasi persuasif dan sikap pada perundungan dalam serial film 13 Reasons Why adalah sebesar 29,5%. Sisanya sebesar 70,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Film *13 Reasons Why* telah mempengaruhi sikap remaja terhadap perundungan, terbukti atas pesan komunikasi persuasif melalui media film yang berpengaruh positif dengan kategori cukup dan signifikan, serta jalur sentral merupakan jalur yang ditempuh dengan menggunakan kemampuan kognitif seseorang terkait fenomena perundungan dengan mengevaluasi pesan dan pengalaman seseorang akan isu terkait.

Rekomendasi

Beberapa saran akademis yang dapat diberikan peneliti, yaitu apabila melakukan penelitian dengan tema yang sama, peneliti menyarankan untuk penelitian mendatang dapat meneliti lebih dalam lagi mengenai faktor-faktor lain misalnya kepercayaan, perilaku, untuk membentuk, memperkuat, atau mengubah yang dapat memberikan pengaruh dari komunikasi persuasif dan diharapkan dapat meneliti film yang berbeda dan melihat topik dengan sudut pandang yang berbeda. Lalu apabila peneliti selanjutnya mengangkat topik yang sama dengan menggunakan *Elaboration Likelihood Model* sebagai teori utama, diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperkirakan kiranya jalur mana yang akan ditempuh oleh *target* responden yang akan diteliti (menggunakan salah satu jalur, jalur sentral atau jalur periferal), dan diadakannya penelitian yang lebih mandalam, seperti meneliti bagaimana pengaruh komunikasi persuasif media film dengan menambahkan metode penelitian kualitatif di mana peneliti dapat melakukan wawancara yang mendalam kepada responden.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Ani, S. M. R. (2018). Pengaruh Cause Related Marketing dan Brand Image Terhadap Brand Trust Pada Biro Travel Online. Jurnal Scriptura, 8(*1*), 22-29. doi: 10.9744. Diperoleh pada 25 Juni 2021, dari https://scriptura.petra.ac.id/index.php/iko/article/view/21402

[2] Azwar, S. (2011). Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya. Jakarta, Indonesia: Pustaka Pelajar.

[3] Darwis, Y., & Rizal, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Informasi Facebook Terhadap Pembentukan Citra Positif Pemerintah Kota Padang (Studi Pada Media Sosial Facebook Humas dan Protokol Kota Padang, September 2014-Maret 2015). Jurnal Komunikasi, 6(*2*), 146-163. Diperoleh pada 25 Juni 2021, dari https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/comm/article/view/41/33

[4] Desmita. (2009). Psikologi Perkembangan Peserta Didik. Bandung, Indonesia: PT Remaja Rosdakarya.

[5] Dewanggi, A. P., & Rachmaria, L. (2019). Konstruksi Pemberitaan Kasus Body Shaming Artis Dian Nitami di Nakita.grid.ID dan Tempo.co. Jurnal Komunikasi, 10(*1*), 83-98. doi: 2442-7535. Diperoleh pada 25 Juni 2021, dari https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/comm/article/view/813/pdf_11a

[6] Dunleavy, T. (2017). Complex Serial Drama and Multiplatform Television. New York City, NY: Routledge.

[7] Hidayati, K. B., & Farid, M. (2016). Konsep Diri, Adversity Quotient, dan Penyesuaian Diri pada Remaja. Jurnal Psikologi Indonesia, 5(2), 137-144. doi: 10.30996. Diperoleh pada 25 Juni 2021, dari: https://core.ac.uk/display/229330108?utm_source=pdf&utm_medium=banner&utm_campaign=pdf-decoration-v1

[8] Irwan. (2018). Relevansi Paradigma Positivistik dalam Penelitian Sosiologi Pedesaaan. Jurnal Ilmu Sosial, 17(*1*), 21-38. Diperoleh pada 25 Juni 2021, dari https://ejournal.undip.ac.id/index.php/ilmusos/article/download/18510/13630

[9] Komisi Perlindungan Anak Indonesia. (KPAI) (2016). Data Kasus Perlindungan Anak Berdasarkan Lokasi Pengaduan dan Pemantauan Media Se-Indonesia Tahun 2011-2016. Diperoleh pada 6 Oktober 2019, dari http://bankdata.kpai.go.id/tabulasi-data/data-kasus-se-indonesia/data-kasusperlindungan-anak-berdasarkan-lokasi-pengaduan-dan-pemantauan-media-seindonesia-tahun-2011-2016

[10] Kriyantono, R. (2010). Teknis Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media. Jakarta, Indonesia: Kencana.

[11] Littlejohn, S. W. & Foss, K. A. (2010) Theories of Human Communication (10th Ed.). Long Grove, IL: Waveland Press.

[12] Mishna, F. (2012). Bullying: A Guide to Research, Intervention, and Prevention. New York City, NY: Oxford University Press.

[13] Morissan. (2013). Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa. Jakarta, Indonesia: Kencana Prenada Media.

[14] Mudjiono, Y. (2011). Kajian Semiotika Dalam Film. Jurnal Ilmu Komunikasi, 1(1), 125-138. doi: 2088-981X. Diperoleh pada 5 November 2019, dari http://jurnalilkom.uinsby.ac.id/index.php/jurnalilkom/article/view/10

[15] Muslim. (2018). Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian dalam Ilmu Komunikasi. Jurnal Wahana, 1(*10*), 77-85. doi: 0853-5876. Diperoleh pada 25 Juni 2021, dari: https://journal.unpak.ac.id/index.php/wahana/article/download/654/557

[16] Novalita, R., & Susanti, V. (2018). Representasi Korban Bullying dalam Tayangan Serial 13 Reason Why. Jurnal Kriminologi Indonesia, 14(2), 1-10. Diperoleh pada 25 Juni 2021, dari http://www.ijil.ui.ac.id/index.php/jki/article/view/10231/67546872

[17] Papalia, D. E. & Martorell, G. (2014). Experience Human Development (13th Ed.). New York City, NY: McGraw-Hill International Edition.

[18] Perloff, R. M. (2017). The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the Twenty-First Century. New York City, NY: Routledge.

[19] Prawiyadi, L., Aritonang, A. I., & Wijayanti, C. A. (2018). Analisis Isi Pesan Bullying dalam Serial Netflix "13 Reason Why". Jurnal E-Komunikasi, 6(*2*), 1-12. Diperoleh pada 25 Juni 2021, dari http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/8303

[20] Sanusi, H.Z., & Sugandi, M. S. (2020). Peran Komunikasi Keluarga dalam Perilaku Cyberbullying Pada Remaja. Jurnal Komunikasi Ettisal, 5(*2*), 273-288. doi: 2599-3240. Diperoleh pada 25 Juni 2021, dari https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/ettisal/article/view/4440/pdf_60

[21] Suciati. (2017). Teori Komunikasi dalam Multi Perspektif. Yogyakarta, Indonesia: Buku Litera.

[22] Suryanto. (2015). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta, Indonesia: Pustaka Setia.

[23] Zlomke, K. R. & Hahn, K. S. (2010). Cognitive Emotion Regulation Strategies: Gender Differences and Associations to Worry. Personality and Individual Differences Journal, 48, 408-413. doi: 10.1016. Diperoleh pada 5 Juni 2020, dari https://scihub.wikicn.top/10.1016/j.paid.2009.11.007