

**PENGARUH MEDIA MASSA PADA PERUBAHAN
INDIVIDU SEBAGAI TEMA SENI LUKIS**



KARYA SENI

Oleh :

Herman Lekstiawan

NIM : 971 1074 021

**PROGRAM STUDI S-1 SENI RUPA MURNI
JURUSAN SENI MURNI
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA
2006**

**PENGARUH MEDIA MASSA PADA PERUBAHAN
INDIVIDU SEBAGAI TEMA SENI LUKIS**



KARYA SENI

Oleh :

Herman Lekstiawan

NIM : 971 1074 021



KT001124

**PROGRAM STUDI S-1 SENI RUPA MURNI
JURUSAN SENI MURNI
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA
2006**

TUGAS AKHIR KARYA SENI
PENGARUH MEDIA MASSA PADA PERUBAHAN
INDIVIDU SEBAGAI TEMA SENI LUKIS



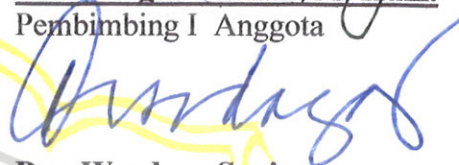
**Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam bidang
Seni Rupa Murni
2006**

Tugas Akhir Karya Seni berjudul :

PENGARUH MEDIA MASSA PADA PERUBAHAN INDIVIDU SEBAGAI TEMA SENI LUKIS diajukan oleh Herman Lekstiwawan, NIM 971 1074 021, Program Studi Seni Rupa Murni, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggung jawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 28 Januari 2006 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.



Dr. M. Agus Burhan, M. Hum.
Pembimbing I Anggota



Drs. Wardoyo Sugianto.
Pembimbing II / Anggota



Dra. Nunung Nurdjanti M. Hum.
Cognate / Anggota



Drs. Dendi Suwandi, M. Sn.
Ketua Program Studi Seni Rupa Murni / Anggota




Drs. AG. Hartono, M.S.
Ketua Jurusan Seni Murni,
Ketua / Anggota

Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta,



Drs. Sukarman
NIP 130521245



*Karya Tugas Akhir ini kupersembahkan untuk:
Istriku tercinta Priyanti Nur Hastuti
Ayahku Bambang Leksono dan Bapakku Prijo Tri Hardjono
terkasih
Ibuku Sulami dan Ibuku Budi Astuti tersayang
Mbak Heni, Mas Heru, adikku Didit serta
keponakanku Lambang dan Arya.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur pada Kristus, yang sudah beri nafas, tubuh, ruang dan waktu serta senantiasa menyertai setiap langkah kaki, sehingga Ujian Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan lancar. Dengan ini pula saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Agus Burhan, M. Hum, selaku dosen pembimbing I, yang memberi kritik dan masukan-masukannya yang sangat berarti.
2. Bapak Drs. Wardoyo Sugianto, selaku dosen pembimbing II serta sebagai dosen wali, yang memberi wejangan, perhatian dan menyertai tugas ini.
3. Ibu Dra. Nunung Nurdjanti, sebagai Cognate
4. Bapak Drs. A.G Hartono, M.Sn, selaku Ketua Jurusan Seni Murni.
5. Bapak Drs. Dendi Suwandi, M. Sn, sebagai Ketua Program Studi.
6. Drs. Sukarman, selaku Dekan Fakultas Seni Rupa
7. Segenap Dosen, Jurusan Seni Murni.
8. Seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Seni Rupa.
9. Istri, Orang Tua, Mertua serta adik dan kakak-kakakku atas doa, kesabaran dan dorongan mendukung selesainya tugas ini.

10. Sutrisno, Alfred, Indra, Rudi, Lentho, Hono, Plintut, Kiki Art Sick, Mjx, Seno, Horo, Acong, Mardi, Hazmar, Andi, Putut, Joni, Aripnyong, Codit, Warsono, Codet, Dian Art, Janu, Taphe, Bolenk, Dody, Hayattudin, Joko Gundul, Timbul, Ridwan, Basori, Edo Pop, Anziep, Devi, Mahani, Lashita dan semua anggota komunitas Duri Latu dan Lepas 97 yang kesemuanya memberikan banyak gesekan semangat dalam kreatifitas kesenian penulis.

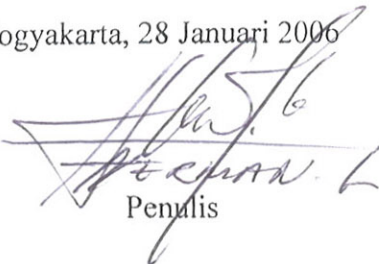
11. Semua Keluarga Besar GKDI Yogyakarta, Hendra-mike, Edo-Rita, Rudi-Melly, Rio-Tia, Deo, Ivan, Anthok, Jhonson, Han2, Rudi Laia, Yohanes, Lius, Rohani, Ria, Tina.

12. Perpustakaan ISI Yogyakarta.

13. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Tugas Akhir Karya Seni ini dibuat untuk memenuhi kewajiban akademis penulis, yakni menyelesaikan jenjang studi sarjana bidang seni lukis. Terlepas dari tugas tersebut penulis berharap, semoga dengan terselesainya tugas akhir ini. Sebagai perupa, penulis akan dapat lebih semangat dan lebih serius menekuni apa yang telah penulis jalani selama ini dengan terus belajar mengembangkan diri dalam kreativitas dan seni.

Yogyakarta, 28 Januari 2006



Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul ke-1.....	i
Halaman Judul ke-2.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Persembahan, Motto.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Gagasan.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Makna Judul.....	8
BAB II. KONSEP	
A. Konsep Penciptaan.....	11
B. Konsep Bentuk/ Wujud.....	16
BAB III. PROSES PEMBENTUKAN	22
A. Alat	22
B. Bahan.....	24
C. Teknik.....	26
D. Tahapan Pembentukan.....	27
E. Tahapan Penciptaan.....	30
BAB IV. TINJAUAN KARYA.....	34
BAB V. PENUTUP.....	55

DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	57
A. Biodata.....	58
B. Foto Acuan	61
C. Foto Poster Pameran.....	63
D. Foto Pamflet Pameran	64
E. Foto Situasi Pameran.....	65
F. Katalogus.....	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Mata, (Sumber: Dok. Penulis).....	17.
Gambar 2. Toy “S” Us # 11, (Sumber: Karya Agus Suwage).....	18.
Gambar 3. Membangun Rumah, (Sumber: Dok. Penulis).....	19.
Gambar 4. Let’s Change the Subject, (Sumber: Karya Muhamad Iqbal).....	20.
Gambar 5. Dimensi mata, (Sumber: Tahapan proses I).....	30.
Gambar 6. Dimensi mata, (Sumber: Tahapan proses II).....	31.
Gambar 7. Dimensi mata, (Sumber: Tahapan proses III).....	32.
Gambar 8. Patroli, (Sumber: Karya Penulis).....	34.
Gambar 9. Dalam Ayunan, (Sumber: Karya Penulis).....	35.
Gambar 10. Seri Kontruksi, (Sumber: Karya Penulis).....	36.
Gambar 11. Rangkaian dalam Ruang, (Sumber: Karya Penulis).....	37.
Gambar 12. Pesawat, (Sumber: Karya Penulis).....	38.
Gambar 13. Spirit Identitas, (Sumber: Karya Penulis).....	39.
Gambar 14. Dimensi Mata, (Sumber: Karya Penulis).....	40.
Gambar 15. Dialog dalam Lintasan, (Sumber: Karya Penulis).....	41.
Gambar 16. Sarapan Pagi, (Sumber: Karya Penulis).....	42.
Gambar 17. Tropis, (Sumber: Karya Penulis).....	43.
Gambar 18. Karpets Merah, (Sumber: Karya Penulis).....	44.
Gambar 19. Sentuhan Kenikmatan, (Sumber: Karya Penulis).....	45.
Gambar 20. Kehadiran, (Sumber: Karya Penulis).....	46.
Gambar 21. Bulu Domba, (Sumber: Karya Penulis).....	47.

Gambar 22. <i>Azas Perputaran, (Sumber: Karya Penulis)</i>	48.
Gambar 23. <i>Hubungan dan Kecepatan, (Sumber: Karya Penulis)</i>	49.
Gambar 24. <i>Tentang Mimpi, (Sumber: Karya Penulis)</i>	50.
Gambar 25. <i>Omnivora, (Sumber: Karya Penulis)</i>	51.
Gambar 26. <i>Dialog dalam Ruang, (Sumber: Karya Penulis)</i>	52.
Gambar 27. <i>Transit, (Sumber: Karya Penulis)</i>	53.
Gambar 28. <i>Wajah, (Sumber: Karya Penulis)</i>	54.
Gambar 29. <i>Memory 1, (Sumber: Karya Yue Min Jun)</i>	61.
Gambar 30. <i>Absolut Vodka, (Sumber : Richard W. Lewis, Absolut Book)</i>	62.
Gambar 31. <i>Poster pameran, (Sumber: Dok. Penulis, Galeri Katamsi)</i>	63.
Gambar 32. <i>Pampflet pameran, (Sumber: Dok. Penulis, Kampus Seni Rupa)</i>	64.
Gambar 33. <i>Situasit pameran, (Sumber: Dok. Penulis, Galeri Katamsi)</i>	65.
Gambar 34. <i>Situasit pameran, (Sumber: Dok. Penulis, Galeri Katamsi)</i>	66.
Gambar 34. <i>Katalogus, (Sumber: Dok. Penulis)</i>	67.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Gagasan.

Peranan komunikasi dalam proses sosial banyak dikaitkan dengan asumsi-asumsi bahwa ada perubahan sosial dengannya. Kehadiran media massa bermaksud menciptakan kebersamaan kelompok-kelompok dalam masyarakat, menjadi dialog timbal balik, dan mendorong massa (pembacanya) sebagai anggota masyarakat membentuk opini dan pandangan yang benar tentang informasi sesuatu.¹ Realitas bisa disebut benar, atau dibenarkan dengan media massa. Menariknya, apa yang disampaikan media massa seringkali lebih menarik ketimbang realitas aktual di sekitarnya. Pada saat, media massa berkembang kian pesat, media massa tidak lagi bersifat massal, melainkan menjadi media personal.² Media bisa diakses di dalam mobil, kamar dan seterusnya. Kontak sosial antar individu secara fisik tengah tergantikan dengan media massa. Seputar itulah kehebatan pengaruh media massa dalam membentuk pemikiran, sikap, maupun perilaku manusia. Pada puncaknya, bermunculanlah asumsi adanya hubungan sosial yang semu disebabkan media massa.

Komunikasi dalam media massa di Indonesia, seringkali memunculkan fenomena keterlibatan kelompok sosial di masyarakat secara timpang. Misalnya, bahwa baik pejabat maupun rakyat merupakan kelompok sosial yang sama

¹ Redi Panuju, *Sistem Komunikasi Indonesia* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), 95.

² *Ibid.*, 127.

konsepsinya di hadapan media massa. Ternyata tidaklah demikian adanya, tetap ada perbedaan yang membedakan pejabat dengan rakyat, yaitu persoalan pendapatnya bisa menempati *headline* media massa, sementara pendapat rakyat masuk dalam surat pembaca.³ Tentu masih banyak fenomena lain yang berkenaan perihal media massa.

Semenjak kehadirannya, media massa yang diperankan untuk memenuhi kebutuhan informasi, kerap dicurigai memiliki daya pengaruh dalam masyarakat. Akan tetapi sejauh manakah kebenaran pengaruh-pengaruh bahwa setiap perubahan individu disebabkan oleh media massa. Tentu ini membutuhkan penelitian yang bisa membenarkan dengan benar-benar obyektif perihal hubungan perilaku dalam ruang sosial yang demikian kompleks dan perubahan pada diri individu hanya semata-mata dipengaruhi oleh media massa, sebab salah satu persoalan utama dalam argumen-argumen tentang pengaruh kekerasan dari media itu adalah secara tipikal didasarkan pada bukti-bukti yang tidak memadai, tak hanya pada skala fenomenanya melainkan juga efek yang diasumsikannya. Kaitan yang bersifat langsung dari tayangan media dengan perilaku rusuh, dalam kenyataannya memang tidak mudah dibuktikan. Argumen ini juga gagal memahami proses yang kompleks dalam menyerap media, khalayak lazimnya dianggap bersikap pasif dan cenderung irasional dalam berinteraksi dengan media.⁴ Persoalannya apakah media sungguh-sungguh tidak

³ Veven Sp Wardhana, *Kapitalisme Televisi dan Strategi budaya Massa* (Yogyakarta: Pustakan Pelajar, 1997), 113.

⁴ Budi Irawanto, *Budaya Media* dalam *Jurnal Retorika* (Yogyakarta: Program Magister Religi dan Budaya Universitas Sanata Dharma, 2001), 52.

bermasalah, penting kiranya melakukan pembacaan dan betul-betul memahami penggambaran dan representasi dalam media massa.

Meski demikian, realitas yang tidak bisa ditolak dari kehadiran media massa ialah bahwa sebagian banyak dari kita tengah mengkonsumsinya, seperti membaca majalah, surat kabar, buku, menonton televisi, menonton film, surfing internet, di rumah dan di jalan, baik ruang *private* maupun di ruang publik, dan lain-lain. Oleh karenanya persoalan yang lebih mungkin diketahui ialah asumsi konsumen yang mendapatkan berbagai jenis pengalaman individual ketika mengkonsumsi media massa. Jenis pengalaman mengkonsumsi ini tidak selalu sama pada setiap individu, bisa jadi penerimaan individu sangat berbeda. Seorang individu bisa menolak sebuah pesan, mempertimbangkannya, mengacuhkannya atau juga melakukan sesuai pesan.

Indikasi yang harus dipertimbangkan ialah bahwa perlakuan individu dalam ruang sosial bukan selalu merupakan reaksi pelaksanaan pesan dari media massa, sehingga asumsi bahwa semua perlakuan individu dipengaruhi oleh media tidak selalu bisa dibenarkan. Sebab pertama adalah individu bisa kita nilai sebagai pribadi cerdas yang bisa memilih sekaligus memilah pesan, dan bukan robot. Kedua, individu bisa saja mengolah pesan secara kreatif untuk kepentingannya atau tujuannya sendiri, dan bukan semacam doktrin dari media. Seperti diingatkan oleh Celia Lury bahwa salah satu faktor penting berkenaan dengan budaya konsumen, juga mengkonsumsi media massa ialah menggejalanya pembentukan gaya budaya konsumen

kontemporer.⁵ Tetapi semuanya bisa berawal dari kondisi mengkonsumsi, di mana konsep partisipasi konsumen (pembaca) yang paling dimungkinkan dalam konsumsi media massa adalah sebagian besar orang hanya mampu menganggakan untuk berpartisipasi di dalamnya: dominasi media massa di rasakan sampai pada batas aspirasi, harapan dan kecemasan tertentu pada masyarakat; perbendaharaan motif-motif dan rasa diri diperjelas dalam hubungan-hubungannya.⁶

Kecemasan atau hal-hal yang bersifat psikologis merupakan hal-hal yang kerap berubah yang bisa dialami oleh semua konsumen. Apalagi dengan resepsi yang kian populer, bahwa orang mengkonsumsi atau memiliki 'sesuatu' citra dari dan dengan media maka seseorang itu bisa menjadi 'sesuatu' yang dinilai lebih. Sesuatu yang dikonsumsi merupakan perbendaharaan individu dalam konsepsi bersama dan menjadi cara untuk menghubungkan diri bersama orang lain secara sosial. Meski demikian media massa bukanlah merupakan sarana yang paling murni atau satu-satunya dalam pembentukan jati diri manusia, sehingga sekali lagi media massa dalam hal ini tidak bisa digugat secara mutlak. Namun, cara yang dilakukannya patut dikritisi, dan lebih penting lagi bagaimana individu menerimanya.

Banyak hal yang terjadi di sekitar kita inilah yang menjadi alasan dan stimulan penting mengapa penulis mengangkat tema "Pengaruh Media Massa Pada Perubahan Individu Sebagai Tema Seni Lukis". Semua bermula dari pengamatan-pengamatan kecil yang tidak penulis sadari pada masyarakat dan lingkungan di

⁵ Celia Lury, *Budaya Konsumen* (Yogyakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1996), 6.

⁶ *Ibid.*, 9.

sekitar, ketika terjadi benturan langsung dan keterlibatan secara intensif baik melalui komunikasi verbal maupun simbolik. Dalam keterkaitan dengan proses inilah saya coba mengamati dan meneliti, serta mencoba membuat penilaian atas perubahan yang mendadak ataupun yang menelusup tanpa disadari oleh orang-orang di sekeliling saya ataupun saya sendiri.

Dengan bergeraknya waktu saya mulai mendapatkan gambaran bahwa ada hal-hal tertentu yang terjadi dan terbentuk di lingkungan saya, yang hadir pada momen-momen dialog dalam keluarga dengan tetangga, pertemuan antar warga kampung, jaga ronda, obrolan anak-anak kecil ataupun di persimpangan jalan yang sarat dengan manusia maupun aroma kendaraan dan segala kebisingannya. Dari titik awal pengamatan saya yang mungkin sudah bertahun-tahun lalu, saya bisa memastikan bahwa ada banyak hal yang berubah, bergeser ataupun bahkan hilang sama sekali dari lingkungan saya. Telah muncul obrolan-obrolan kriminal, kekerasan, penyimpangan sex, tentang mimpi-mimpi, tentang keindahan di luar batas-batas geografis kita yang sebelumnya tidak ada karena tidak berkaitan dengan kebutuhan-kebutuhan masyarakat maupun individu sebagai manusia.

Selain itu ada kecenderungan pergeseran pola dan gaya hidup masyarakat dari kecenderungan masyarakat agraria-*centris* menjadi masyarakat tekno-*centris*. Dari masyarakat yang lekat dengan kebun, sawah, gunung, hasil hutan ataupun tangkapan ikan di sungai, bergeser menjadi masyarakat yang akrab dengan mesin, pabrik, kendaraan bermotor, televisi, ataupun produk industri seperti telepon selular. Dalam hal berbahasa, dan penggunaan simbol komunikasi, telah muncul simbol-

simbol baru, baik yang bernuansa politis, glamour, ataupun yang berbentuk ucapan langsung ala iklan dan artis sinetron. Dalam pola hidup terbentuk karakter dan sikap dalam berkomunikasi antar sesama warga baik dalam ucapan, tindakan maupun dalam merespon segala sesuatu, kekakuan sikap bahkan bahkan kekerasan. Saat ini bisa dilihat, dalam masyarakat rentan terhadap konflik dan bersifat emosional yang dengan mudah mengadopsi konflik di luar daerah menjadi konflik pribadi atas bersama.

Kenapa semua ini bisa terjadi? ternyata ada sebuah gerakan besar yang bersifat acak sedang membanjiri masyarakat kita. Gerakan ini masuk melalui berbagai saluran memenuhi benak setiap individu dalam masyarakat tanpa bisa ditangkis atau dihambat. Aliran tersebut adalah informasi yang termediasi melalui berbagai media koran, majalah, TV, radio, internet, dan iklan-iklan di jalan-jalan yang kita konsumsi setiap hari.

Pada dasarnya seluruh kebutuhan dalam media massa diciptakan secara social, sehingga, manusia dipersepsikan sama oleh media dengan perhatian terhadap segmen-segmen tertentu. Sementara, pada tingkat konsumsi, seorang individu akan meresepsinya dengan cara berbeda-beda, pro dan kontra, atau justru membuat logikanya sendiri-sendiri, sehingga, media massa pun sebenarnya tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan bagian dari masyarakat. Dalam bahasa teori sistem sosial yang terus menerus dikembangkan, fungsi media massa adalah memungkinkan pengamatan diri masyarakat. Fungsi media massa sebenarnya bukan 'merekonstruksikan realitas sosial', dengan kata lain media massa merupakan cermin

kebaikan dan keburukan masyarakat, bukan mencerminkan (dalam arti meng-*copy*) keadaan masyarakat (media di Indonesia maupun di negara lain sama parahnya dengan keadaan masyarakat tidaklah selalu demikian). Menurut Niklas Luhmann, sosiolog Jerman, seharusnya kita bertanya, seberapa parah kondisi masyarakat kita sampai kita membutuhkan cermin media seperti itu?⁷ Pertanyaan tentang adanya arus informasi yang bersifat satu arah dan adanya dampak media massa yang cukup berarti terhadap publik, belumlah terbukti kebenarannya.

Penyampaian pesan dalam ilmu komunikasi kini dipandang sebagai proses yang dinamis dan transaksional. Artinya, khalayak juga aktif dalam proses konsumsi media massa tersebut. Publik tidak tinggal diam dan menerima pesan-pesan media massa begitu saja, melainkan paling tidak memilih pesan yang layak diterima. Sebaliknya, media juga sangat tergantung pada nilai-nilai kultural masyarakat pada umumnya. Bila kita mau menyalahkan media massa atas perkembangan masyarakat yang tidak memuaskan, seharusnya kita membuktikan bahwa ada kenyataan murni yang bersifat universal (*the truth out there*), dan kita sebagai individu dapat mengamatinya dengan hasil yang sama. Akan tetapi, apa yang kita alami sebagai realitas itu hanya merupakan hasil konstruksi atau kognisi kita sendiri yang berdasarkan pengamatan atas realitas. Tentunya, 'kenyataan' anda berbeda dengan 'kenyataan' saya walaupun kita mengamati realitas murni. Kesimpulan kita berbeda karena cara pengamatan yang dipakai tidak sama.⁸ Kenyataan-kenyataan yang

⁷ Thomas Hanitzsch, *Realitas dan Kajian Media* (Yogyakarta: Kunci, vol.9, 2000), 21.

⁸ *Ibid.*

bersifat 'saya' atau subyektif yang terjadi pada individu, dan bila pun ada perubahan pada individu maka pertama-tama lebih layak untuk digambarkan pada tataran aspirasi, kecemasan atau hal-hal psikologis lainnya terkait media massa ke dalam karya lukis.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk mengungkapkan masalah-masalah perkembangan media komunikasi terhadap segala hal yang akan muncul di masyarakat. Dalam pengertian sesuatu hal yang baru, baik dalam bahasa, prilaku maupun dampak psikologis dan semuanya itu diwujudkan dalam bentuk karya seni lukis. Karena karya seni merupakan konstruksi dari isi dan bentuk maka problem manusia, komunikasi, dan berbagai bentuk kecemasan dapat digali dan dicari maknanya sedalam dalamnya. Dengan demikian maka segala problem tersebut dapat menjadi ide penciptaan karya seni lukis penulis dengan mengambil tema “ Pengaruh Media Massa pada Perubahan Individu “

C. Makna Judul

Judul yang diangkat dalam tugas akhir karya seni lukis ini yaitu; Pengaruh Media Massa Pada Perubahan Individu Sebagai Tema Seni Lukis. Berikut ini penjabaran kata demi kata dari judul tugas akhir yang di ajukan;

Pengaruh	: Daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. ⁹
Media Massa	: (Mass media), ialah alat penghubung umum. ¹⁰
Perubahan	: (Change), semacam menjadi hal 'baru' dalam hal ini terkait dengan individu.
Individu	: Inggris; individual; dari bahasa Latin individuus (tidak dapat dibagi- dari In (tidak) dan dividuus (dapat dibagi) Terjemahan dari kata Yunani atomon (tak dapat dibagi) dalam pengertiannya; Hal tunggal, Pribadi; diri; ego atau suatu entitas yang ada sebagai suatu kesatuan tersendiri, yang tak dapat di bagi secara aktual dan secara konseptual tanpa kehilangan identitasnya. ¹¹
Tema	: (Theme); pokok, atau motif ¹² yang berkenaan dengan sesuatu (pikiran, karangan, obyek).
Seni lukis	: Pernyataan perasaan atau pandangan tentang kenyataan dengan memakai berbagai macam garis, warna, tekstur, ruang, dan bentuk (<i>shape</i>) pada suatu permukaan yang bertujuan

⁹ Lukman Ali, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Penerbit Balai Pustaka, 1995), 747.

¹⁰ John M. Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia* (Jakarta: PT Gramedia 1992), 374.

¹¹ Lorens Bagus, *Kamus Filsafat* (Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), 336.

¹² John M. Echols dan Hassan Shadily, *op.cit*, 585.

menciptakan *image-image*.¹³ Image-image tersebut merupakan pengekspresian dari ide-ide, emosi-emosi pengalaman yang dibentuk sedemikian rupa, sehingga mencapai harmoni.¹⁴

Namun tentu ada pengertian lain yang sama sekali jauh dari model mengartikan bahasa, justru muncul dari perkembangan konsentrasi teori tentang pengaruh media atau efek media. Salah satu teori yang digemari adalah “uses and gratification” yang berhubungan dengan kompleksitas fungsi media massa, yang bersesuaian pula dengan perbedaan tujuan menggunakan media massa oleh individu. Misalnya, Bradely S. Greenberg merumuskan tujuan penggunaan media massa, (1) sebagai proses pemahaman terhadap pengetahuan, (2) karena kebiasaan, (3) ketertarikan dan kesenangan, (4) melampiaskan ketidaksenangan dalam hati, (5) membunuh kesepian, (6) bersantai, (7) melupakan masalah, (8) dan karena tidak ada aktivitas lain yang lebih baik.¹⁵ Dalam hal pengertian yang lebih spesifik inilah kemudian, diasumsikan ada pengaruhnya terhadap individu. Berdasarkan penjabaran kata demi kata dari judul di atas dan dielaborasi dengan pengertian Bradely S. Greenberg, maka dapat diambil pengertian bahwa pengaruh media massa pada perubahan individu adalah sebuah pengaruh baik sengaja juga tidak, baik disadari maupun tidak yang saya asumsikan mampu membentuk watak atau prilaku individu akibat dari arus informasi media massa yang dikonsumsi setiap hari.

¹³ *Ensiklopedia Indonesia* (Jakarta: Terbitan Kerjasama Van Hoeve dengan Ichtiar Baru, 1983), 308.

¹⁴ Herbert Read, *Pengertian Seni* (Yogyakarta: Terjemahan Soedarso Sp., STSRI “ASRI” 1973), 30.

¹⁵ Redi Panuju, *op.cit.*, 125.