

# “Cultivation Theory”

H. A. Saefudin dan Antar Venus

---

## ABSTRACT

*The idea of Cultivation Theory was first addressed by George Gerbner with his colleagues of Annenberg School of Communication, Pennsylvania (1969). Based on previous research about cultural indicators conducted by the same researcher, cultivation analysis focused on mass media impact on everyday life. Another important findings from cultivation analysis was the categorization of television audience to two different classes: heavy viewers and light viewers. Among those two, heavy viewer became the main concern of communication scholars. It was believed that heavy viewing of television behavior permanently would lead to deep and exaggerated belief toward symbolic realities as presented on the screen.*

**Kata kunci:** teori kultivasi, realist simbolik, kekerasan, heavy viewer

---

## Pengantar

Gagasan tentang *cultivation theory* (teori kultivasi) untuk pertama kalinya dikemukakan oleh George Gerbner bersama dengan rekan-rekannya di *Annenberg School of Communication* di Pannsylvania, tahun 1969, dalam sebuah artikel berjudul “*the television World of Violence*”. Artikel tersebut merupakan salah satu tulisan dalam buku bertajuk *Mass Media and Violence* yang disunting D. Lange, R. Baker & S. Ball (eds). Menurut Wood (2000) kata ‘*cultivation*’ sendiri merujuk pada proses kumulatif di mana televisi menanamkan suatu keyakinan tentang realitas sosial kepada khalayaknya.

Teori kultivasi muncul dalam situasi ketika terjadi perdebatan antara kelompok ilmuwan komunikasi yang meyakini efek sangat kuat media massa (*powerful effects model*) dengan kelompok yang memercayai keterbatasan efek media (*lim-*

*ited effects model*), dan juga perdebatan antara kelompok yang menganggap efek media massa bersifat langsung dengan kelompok yang menganggap efek media massa bersifat tidak langsung atau kumulatif. Teori Kultivasi muncul untuk meneguhkan keyakinan orang bahwa efek media massa lebih bersifat kumulatif dan lebih berdampak pada tataran sosial-budaya ketimbang individual.

Menurut Signorielli dan Mogan (1990), analisis kultivasi merupakan tahapan lanjutan dari paradigma penelitian tentang efek media yang sebelumnya dilakukan oleh Gerbner, yaitu *cultural indicators*, yang menyelidiki (1) proses institusional dalam produksi isi media, (2) *image* (kesan) isi media, (3) hubungan antara terpaan pesan televisi dengan keyakinan dan perilaku khalayak.

Gerbner bersama beberapa rekannya kemudian melanjutkan penelitian media massa tersebut

---

dengan memfokuskan pada dampak media masa dalam kehidupan sehari-hari melalui *cultivation analysis*. Dari analisis tersebut, diperoleh berbagai temuan yang menarik dan orisinal, yang kemudian banyak mengubah keyakinan orang tentang relasi antara televisi dan khalayaknya berikut berbagai efek yang menyertainya. Karena konteks penelitian ini dilakukan dalam kaitan merebaknya acara kekerasan di televisi dan meningkatnya angka kejahatan di masyarakat, maka temuan penelitian ini lebih terkait dengan efek kekerasan di media televisi terhadap persepsi khalayaknya tentang dunia tempat mereka tinggal. Salah satu temuan terpenting adalah bahwa penonton televisi dalam kategori berat (*heavy viewers*) mengembangkan keyakinan yang berlebihan (*exaggerated belief*) tentang dunia sebagai tempat yang berbahaya dan menakutkan. Sementara, kekerasan yang mereka saksikan di televisi menanamkan ketakutan sosial (*social paranoia*) yang membangkitkan pandangan bahwa lingkungan mereka tidak aman dan tidak ada orang yang dapat dipercaya.

### **Asumsi /Esensi Teori**

Secara keilmuan, untuk menunjukkan bahwa televisi sebagai media yang memengaruhi pandangan kita terhadap realitas sosial, para peneliti *cultivation analysis* bergantung kepada empat tahap proses. Pertama, *message system analysis* yang menganalisis isi program televisi. Kedua, *formulation of question about viewers' social realities*, yaitu pertanyaan yang berkaitan seputar realitas sosial penonton televisi. Ketiga, *survey the audience*, yaitu menanyakan kepada mereka seputar apa yang mereka konsumsi dari media. Keempat, membandingkan realitas sosial antara penonton berat dan orang yang jarang menonton televisi. Empat tahap itu dapat disederhanakan menjadi dua jenis analisis:

- (1) Analisis isi (*content analysis*), yang mengidentifikasi atau menentukan tema-tema utama yang disajikan oleh televisi.
- (2) Analisis khalayak (*audience research*), yang mencoba melihat pengaruh tema-tema tersebut pada penonton ([www.aber.uk/media/documents/short/cultiv.html](http://www.aber.uk/media/documents/short/cultiv.html))

Langkah pertama untuk pengujian teori kultivasi dalam studi awal adalah menentukan kandungan isi televisi melalui analisis isi. Gerbner dan kawan-kawan mulai memetakan kandungan isi pada *prime time* dan program televisi bagi anak-anak di akhir pekan (*weekend*).

Di antara berbagai teori dampak media jangka panjang, *cultivation analysis* merupakan teori yang menonjol. Gerbner menyatakan bahwa televisi, sebagai salah satu media modern, telah memperoleh tempat sedemikian rupa dan sedemikian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, sehingga mendominasi “lingkungan simbolik” kita dengan cara menggantikan pesannya tentang realitas bagi pengalaman pribadi dan sarana mengetahui dunia lainnya.

Teori kultivasi melihat media massa sebagai agen sosialisasi dan menemukan bahwa penonton televisi dapat memercayai apa yang ditampilkan oleh televisi berdasarkan seberapa banyak mereka menontonnya ([www.asu.edu/dayton/edu/com/faculty/kenny/cultivation.html](http://www.asu.edu/dayton/edu/com/faculty/kenny/cultivation.html)). Berdasarkan banyaknya waktu yang dihabiskan untuk menonton, maka penonton televisi dikelompokkan ke dalam dua kategori, yakni *light viewer* (penonton ringan) dalam arti menonton rata-rata dua jam per hari atau kurang dan hanya tayangan tertentu, dan *heavy viewer* (penonton berat), yaitu menonton rata-rata empat jam per hari atau lebih dan tidak hanya tayangan tertentu (Infante, et.al, 1990, 1993).

Asumsi dasar teori ini adalah:

- (1) Televisi merupakan media yang unik.
- (2) Semakin banyak seseorang menghabiskan waktu untuk menonton televisi, semakin kuat kecenderungan orang menyamakan realitas televisi dengan realitas sosial.
- (3) *Light viewers* (penonton ringan) cenderung menggunakan jenis media dan sumber informasi yang lebih bervariasi (baik komunikasi bermedia maupun sumber personal), sementara *heavy viewers* (penonton berat) cenderung mengandalkan televisi sebagai sumber informasi mereka.
- (4) Terpaan pesan televisi yang terus menerus menyebabkan pesan tersebut diterima khalayak sebagai pandangan konsensus

masyarakat.

- (5) Televisi membentuk *mainstreaming* dan *resonance*
- (6) Perkembangan teknologi baru memperkuat pengaruh televisi.  
([www.aber.ac.uk/media/documents/short/cultiv.html](http://www.aber.ac.uk/media/documents/short/cultiv.html))

Asumsi pertama teori ini menyatakan bahwa “televisi merupakan media massa yang bersifat unik”. Keunikan tersebut ditandai oleh karakteristik televisi yang bersifat *pervasive* (menyebar dan dimiliki hampir seluruh keluarga), *assesible* (dapat diakses tanpa memerlukan kemampuan literasi atau keahlian lain) dan *coherent* (mempersentasikan pesan dengan dasar yang sama tentang masyarakat melintasi program dan waktu).

Asumsi kedua menyatakan bahwa “semakin banyak seseorang menghabiskan waktu untuk menonton televisi, semakin kuat kecenderungan orang tersebut menyamakan realitas televisi dengan realitas sosial”. Jadi, dunia nyata (*real world*) di sekitar penonton televisi dipersamakan dengan dunia rekaan yang disajikan media tersebut (*symbolic world*). Dengan bahasa yang lebih sederhana dapat dikatakan bahwa penonton memersepsi apa pun yang disajikan televisi sebagai kenyataan yang sebenarnya, namun teori ini tidak menggeneralisasi pengaruh tersebut berlaku untuk semua penonton, melainkan lebih cenderung pada penonton dalam kategori *heavy viewer* (penonton berat).

Hasil pengamatan dan pengumpulan data yang dilakukan Gerbner dan kawan-kawan bahkan kemudian menyatakan bahwa *heavy viewer* cenderung memersepsi dunia ini sebagai tempat yang lebih kejam dan menakutkan (*the mean and scary world*) ketimbang kenyataan yang sebenarnya. Fenomena inilah yang kemudian dikenal sebagai *the mean world syndrome* (sindrom dunia kejam) yang merupakan sebutuk keyakinan bahwa dunia sebuah tempat yang berbahaya, sebuah tempat di mana sulit ditemukan orang yang dapat dipercaya, sebuah tempat di mana banyak orang di sekeliling kita yang dapat membahayakan diri kita sendiri. Untuk itu, orang harus berhati-hati menjaga diri. Perbedaan dan perbandingan antara *heavy* dan *light Viewer* di

sini dipengaruhi pula oleh latar belakang demografis di antara mereka.

Asumsi ketiga menyatakan bahwa “*light viewers* cenderung menggunakan jenis media dan sumber informasi yang lebih bervariasi (baik komunikasi bermassa maupun sumber personal), sementara *heavy viewers* cenderung mengandalkan televisi sebagai sumber informasi mereka”. Kelompok penonton yang termasuk kategori berat umumnya memiliki akses dan kepemilikan media yang lebih terbatas. Karena itu, mereka mengandalkan televisi sebagai sumber informasi dan hiburan mereka. Karena keterpakuan pada satu media ini, keragaman dan alternatif informasi yang mereka miliki menjadi terbatas. Itulah sebabnya, kemudian, mereka membentuk gambaran tentang dunia dalam pikirannya sebagaimana yang digambarkan televisi. Sebaliknya, kelompok penonton *ligh viewers* memiliki akses media yang lebih luas, sehingga sumber informasi mereka menjadi lebih variatif. Karena kenyataan ini, maka pengaruh televisi tidak cukup kuat pada diri mereka.

Menurut teori ini, media massa, khususnya televisi, diyakini memiliki pengaruh yang besar atas sikap dan perilaku penontonya (*behavioral effect*). Pengaruh tersebut tidak muncul seketika melainkan bersifat kumulatif dan tidak langsung. Inilah yang membedakan teori ini dengan *the hypodermic needle theory* atau sering juga disebut *the magic bullet theory*, *agenda setting theory*, *spiral of silence theory*. Lebih lanjut, dapat dikemukakan bahwa pengaruh yang muncul pada diri penonton merupakan tahap lanjut setelah media ini terlebih dahulu mengubah dan membentuk keyakinan-keyakinan tertentu pada diri mereka melalui berbagai acara yang ditayangkan. Satu hal yang perlu dicermati adalah bahwa teori ini lebih cenderung berbicara pengaruh televisi pada tingkat komunitas atau masyarakat secara keseluruhan dan bukan pada tingkat individual.

Secara implisit teori ini juga berpendapat bahwa pemirsa televisi bersifat heterogen dan terdiri dari individu-individu yang pasif yang tidak berinteraksi satu sama lain. Namun, mereka memiliki pandangan yang sama terhadap realitas yang

---

diciptakan media tersebut.

Asumsi keempat teori ini menyatakan “terpaan pesan televisi yang terus-menerus menyebabkan pesan tersebut diterima khalayak sebagai pandangan konsensus masyarakat”. Terpaan televisi yang intens dengan frekuensi yang kerap dan terus menerus membuat apa yang ada dalam pikiran penonton televisi sebangun dengan apa yang disajikan televisi. Karena alasan ini, kemudian, mereka menganggap bahwa apa pun yang muncul di televisi sebagai gambaran kehidupan yang sebenarnya, gambaran kehidupan yang disepakati secara konsensual oleh masyarakat. Dalam konteks ini, berarti, bila penonton melihat orang melakukan sumpah pocong di televisi atau melihat adegan ciuman di antara dua orang yang masih pacaran dalam sebuah sinetron, maka penonton tersebut menganggap hal itu sesuatu yang lumrah saja, yang menggambarkan kehidupan nyata di lingkungannya.

Asumsi kelima menegaskan bahwa “televisi membentuk *mainstreaming* dan *resonance*”. Gerbner dan kawan-kawan memperkenalkan faktor-faktor *mainstreaming* dan *resonance* (Gerbner, Gross, Morgan dan Signorelly, 1980). *Mainstreaming* diartikan sebagai kemampuan memantapkan dan menyeragamkan berbagai pandangan di masyarakat tentang dunia di sekitar mereka (*TV stabilizes and homogenize views within a society*). Dalam proses ini, televisi pertama kali akan mengaburkan (*blurring*), kemudian membaurkan (*blending*) dan melenturkan (*bending*) perbedaan realitas yang beragam menjadi pandangan mainstream tersebut. Sedangkan *resonance* mengimplikasikan pengaruh pesan media dalam persepsi realita dikuatkan ketika apa yang dilihat orang di televisi adalah apa yang mereka lihat dalam kehidupan nyata.

Asumsi terakhir menyatakan bahwa “perkembangan teknologi baru memperkuat pengaruh televisi”. Asumsi ini diajukan Gerbner pada tahun 1990, setelah menyaksikan perkembangan teknologi komunikasi yang luar biasa. Asumsi ini mengandung keyakinan bahwa teknologi pendukung tidak akan mengurangi dampak televisi sebagai sebuah media, malahan

pada kenyataannya akan meneguhkan dan memperkuat.

Bukti utama asumsi *cultivation analysis* berasal dari analisis isi pesan televisi Amerika secara sistematis. Analisis itu dilakukan selama beberapa tahun dan menunjukkan distorsi realitas yang konsisten dalam hubungannya dengan keluarga, pekerjaan dan peran, usia lanjut, mati dan kematian, pendidikan, kekerasan, dan kejahatan. Isu ini yang memberikan pelajaran tentang hal-hal yang diharapkan dari kehidupan bukanlah pesan yang membesarkan hati, khususnya bagi si miskin, kaum wanita, dan minoritas rasial (Mc Quail, 1987: 254).

Perkembangan dan pembahasan “pandangan televisi” pada dasarnya mengacu pada proses “penanaman”. Bukti kedua yang menopang teori tersebut berasal dari survei opini dan sikap yang tampaknya mendukung pandangan bahwa banyak penonton televisi sejalan dengan jenis pandangan dunia yang ditemukan di televisi.

Nancy Signorelly melaporkan studi tentang sindrom dunia kejam. Pada aksi kekerasan di program televisi bagi anak, lebih dari 2000 program termasuk 6000 karakter utama selama *prime time* dan akhir pekan dari 1967-1985, menganalisis dengan hasil yang menarik, 70% *prime time* dan 94% akhir pekan termasuk aksi kekerasan. Analisis itu membuktikan *heavy viewers* memandang dunia muram dan kejam dari pada orang yang jarang menonton televisi. Tidak salah jika kemudian Gerbner dan kawan-kawan melaporkan bahwa *heavy viewers* melihat dunia lebih kejam dan menakutkan seperti yang ditampilkan televisi dari pada orang-orang yang jarang menonton.

Usia juga mempunyai pengaruh terhadap efek *heavy viewers*. Studi tentang “penanaman” menemukan bahwa responden yang usianya dibawah 30 tahun secara konsisten dilaporkan bahwa mereka lebih dipengaruhi televisi dari pada yang berusia di atas 30 tahun (Gerbner dan Gross, dalam Hanson & Maxcy, 1996).

### **Kritik atas Teori**

Hughes (1980) melaporkan bahwa televisi kemungkinan saja secara aktual menanamkan persepsi realistik dan fungsional tentang dunia.

Menelaah beberapa hasil penelitian menunjukkan fungsi prososial dari media, hal itu dapat menjadi argumentasi bahwa asumsi utama dari teori kultivasi kemungkinan benar. Tetapi, prosedur yang digunakan untuk meneliti kemungkinan tidak kapabel dalam mengungkap efek. Hughes (1980) menyarankan bahwa ukuran-ukuran suatu penontonan yang berat hanya berkaitan dengan keseluruhan penyiaran dari televisi, bukan secara khusus kepada apa yang ditonton.

Hawkin dan Pingrec (McQuail, 1982) meninjau kembali 48 studi penelitian yang menyangkut efek *cultivation*. Mereka menyimpulkan bahwa ada bukti sederhana untuk mendukung pengaruh menonton televisi terhadap persepsi realitas. Mereka mempunyai kesan bahwa pengaruh ini lebih kuat untuk program kekerasan.

Baru-baru ini, Potter (1986) mengelompokkan pokok-pokok masalah atas beberapa persepsi dari di mensi realitas. Realitas persepsi adalah tingkatan realitas di mana orang melihat pesan-pesan media. Faktor ini lebih berciri psikologis daripada variabel-variabel yang digunakan dalam pengujian sebelumnya dari teori. Potter (1986) menyimpulkan lebih kompleks dari pernyataan-pernyataan saat ini. Keseluruhan penyiaran televisi boleh jadi tidak begitu penting dibandingkan sikap-sikap dan persepsi-persepsi dari penampakan individu. Tidak diragukan, kontroversi seputar pengaruh media terhadap persepsi dan perilaku kita selalu menarik perhatian. Kita dapat mengharapkan lebih banyak lagi penelitian para ahli komunikasi massa pada bidang ini. Penemuan-penemuan baru akan mengoreksi dan mengembangkan upaya-upaya kita dalam membangun teori komunikasi massa.

Dari semua yang kita bahas, jika kita perhatikan, maka akan kita temukan bahwa semua analisis itu didasarkan pada survei masyarakat di Amerika. Ada juga alasan untuk meragukan apakah dampak “penanaman” itu terjadi juga di tempat lain selain di Amerika, sebagian karena isi dan dampak penggunaan televisi seringkali berbeda, dan sebagian lagi karena terbatasnya bukti dari negara lain, sehingga hasilnya tidak dapat dinyatakan secara tegas. Hal-hal yang meragukan analisis Gerbner adalah hubungannya dengan citra menjadi

masyarakat yang kejam. Wober (1978) tidak menemukan adanya dukungan data di Inggris; Dobb dan Mc Donald (1979) melaporkan hal yang serupa terjadi di Kanada, sementara studi longitudinal yang dilakukan terhadap anak-anak Swedia (Hedinsson, 1981, hal 188) menyimpulkan bahwa bukti yang dihimpun ternyata tidak langsung mendukung tapi juga tidak langsung menolak analisis tersebut. Betapapun nalarnya asumsi itu, hampir tidak mungkin memperbincangkan kerumitan asumsi hubungan antara struktur simbolik, perilaku, dan pandangan khalayak secara meyakinkan karena banyaknya hambatan dan faktor latar belakang sosial yang berpengaruh.

Satu hal yang juga penting adalah tentang hipotesis “penanaman” berkaitan dengan asal dan arah dampak. Menurut penulisnya, televisi adalah alat budaya dari tatanan industri yang telah ada dan terutama berfungsi mempertahankan, memantapkan, dan memperkuat ketimbang mengubah, mengancam, atau memperlemah keyakinan dan perilaku konvensional (Gross, 1977: 180). Melalui pernyataan itu, dapat kita lihat bahwa sebenarnya perilaku itu sudah ada dalam masyarakat dan televisi lebih bersifat memperkuat apa yang sudah ada dalam masyarakat itu, bukan mengubah sesuatu yang tadinya ada menjadi tidak ada atau sebaliknya. Hal ini senada dengan yang diungkapkan Newcomb, yang menyatakan “*television’s ideas and the symbol that express them on that medium are not created there*. Selain itu, Newcomb juga menyatakan bahwa indikator budaya *ignored the wide variety of organization and expression of these ideas in the world of television*. Dengan kata lain, kekerasan, sebagai contoh tidak ditampilkan secara seragam di televisi sebagai indikator budaya yang harus kita percayai. Kritik terakhir terhadap teori Gerbner mengenai penerapan teori ini tidak memperhatikan kemungkinan bahwa anggota individu dari khalayak televisi dapat berlaku berbeda dalam mengartikan apa yang mereka lihat di televisi.

Debat lain yang berkembang seputar teori ini adalah mengapa yang dihitung dan dibahas hanya kekerasan saja, sedangkan hal-hal lainnya tidak; dan mengapa waktu yang diuji oleh Gerbner dan

---

kawan-kawan hanya pada *prime time* saja, sedangkan pada waktu-waktu lain seperti sehabis sekolah, awal siang, dan akhir pekan, juga merupakan waktu menonton televisi bagi anak-anak.

Sekalipun *cultivation analysis* adalah keluaran yang umum dari penonton televisi, namun dalam penerapannya ternyata itu bukan fenomena yang universal. Faktanya, *group* yang berbeda dipengaruhi secara berbeda pula oleh *cultivation* televisi. Contoh, remaja yang berinteraksi dengan orang tua mengenai televisi akan kurang dipengaruhi dari pada remaja yang tidak berinteraksi dengan orang tuanya. Selain itu, dalam penerapannya, ternyata terdapat perbedaan pendapat mengenai apa yang dapat disebut sebagai kekerasan dalam program televisi. Apakah dua orang remaja yang sedang baku hantam dapat disebut sebagai kekerasan atau tidak.

Secara garis besar, berikut beberapa kritik untuk teori ini:

- (1) Perilaku kita tidak hanya dipengaruhi oleh televisi, tapi media lain, pengalaman langsung, orang lain, dll. (Baran & Davis, 1995).
- (2) Menonton televisi dapat membentuk gambaran mengenai realitas sosial, namun bisa saja orang yang penuh ketakutan digambarkan lebih banyak menonton televisi dari pada orang lain (Hanson dan Maxcy, 1995).
- (3) Penonton bersifat selektif, perbedaan gender dan program yang ditayangkan membedakan pengaruh yang timbul, teori ini terlalu menghomogenkan program televisi.
- (4) Pertanyaan hanya mengenai kondisi sosial bukan personal (Doob & Mc Donald dalam Wood, 2000).
- (5) Bukti yang tidak kuat dari efek kultivasi di luar USA. Contoh, di Inggris tidak ditemukan hubungan antara *heavy viewing* dan rasa ketidakamanan (Woler 1978).
- (6) Motivasi penonton menyebabkan *heavy viewer* tidak secara pasif menerima apa yang digambarkan di televisi (Dominick, 1990). ([www.aber.ac.uk/media/documents/short/cultiv.html](http://www.aber.ac.uk/media/documents/short/cultiv.html)).  
Dari semua yang telah kita bahas mengenai

*cultivation analysis*, memang banyak kritik terhadap teori ini. Namun demikian, dalam kenyataannya, teori ini dapat kita lihat pada masyarakat, terutama pada anak-anak yang masih mudah untuk dipengaruhi oleh pesan-pesan yang disajikan di televisi.

## Daftar Pustaka

- Baran, Stanley J & Dennis K. Davis. 1995. *Mass Communication Theory*. Belmont California: Wadsworth Publishing Company.
- Becker, Samuel L. 1987. *Discovering Mass Communication*. 2<sup>nd</sup> Edition. USA: Scot, Foresman & Company.
- Connecticut: Dushkin Publishing Group. 1996.
- Dominick, W. *The Dynamick of Mass Communication*. New York: McGrawHill. 1990
- Griffin, E.M. *A First Look At Communication*. Amerika: McGrawHill. 2003
- Hanson, Jarice & David J. Maxcy. *Sources: Notable Selections in Mass Media*. Guilford
- Infante Dominic A., Andrew s. Rancer & Deanna F. Womack. *Building Communication* Kendal/Hunt Company. 1990.
- Littlejohn, Stephen W. *Theoris of Human Communication*. Belmont: Wdswrth
- Mc Quail, Dannis, *Teori Komunikasi Massa* edisi kedua, Erlangga: 1987
- Miller, Katherine. *Communication Theories*. Amerika: McGrawHill. 2002. New York: Arnold. 1997. Publishing Company. 1996.
- Severin, Werner J & James W. Tankard. *Communication Theories; Origins, Methods,*
- Stamm, Keith R & John E Bowes. *The Mass Communication Process*. Dubuque, Iowa: Theory. Illinois: Waveland Press Inc. 1993. Uses. New York: Hastings House Publisher. 1979. Wadsworth Publishing Company.

- Watson, James & Anne Hill. *A Dictionary of Communication and Media Studies*. [www.aber.ac.uk/media/documents/short/cultiv.html](http://www.aber.ac.uk/media/documents/short/cultiv.html), *cultivation theory week eleven lecture 24, cultivation theory by George Gerbner*
- Wood, JT. 2000. *Communication Theories in Action*. Belmont California: [www.aber.ac.uk/media/documents/short/cultiv.html](http://www.aber.ac.uk/media/documents/short/cultiv.html), *cultivation Theory, dean Chandler*
- [www.asu.dayton.edu/com/faculty/kenny/cultivation.html](http://www.asu.dayton.edu/com/faculty/kenny/cultivation.html), *George Gerbner Cultivation Theory*.

---