

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah sebuah proses, bagaimanapun cara seseorang untuk menyampaikan pesan atau informasi merupakan sebuah peristiwa komunikasi. Seiring perkembangan zaman, komunikasi kini dapat dilakukan melalui media, mulai dari poster, media cetak, media elektronik, dan bahkan saat ini komunikasi jarak jauh dapat dilakukan lewat internet. Komunikasi melalui media biasanya dipergunakan oleh dan untuk massa. Teknologi telah memperluas komunikasi antarmanusia di planet ini. Teknologi memperlebar jangkauan para pemilik media. Teknologi memperluas kemampuan orang di masyarakat maju untuk berbicara. Dengan cara yang sama, teknologi mengucilkan gagasan yang lebih buruk dari keadaan istimewa ini. Globalisasi terkait dengan sebuah imperium gagasan yang menyebar ke seluruh dunia.

Globalisasi media massa berawal pada kemajuan teknologi komunikasi dan informasi semenjak dasawarsa 1970-an. Dalam pengertian itulah kita bertemu dengan beberapa istilah populer, seperti banjir komunikasi, era komunikasi, masyarakat informasi atau era satelit. Arus informasi meluas ke seluruh dunia, globalisasi informasi dan media massa pun menciptakan keseragaman pemberitaan maupun prefensi acara. Semua bangsa di muka bumi saat ini telah bersiap-siap memasuki abad baru, yaitu abad 21, dengan tren perubahan dan

perkembangan dunia teknologi komunikasi dan informasi yang spektakuler (Kuswandi,1996:1-2).

Media adalah sebuah bentuk prantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan atau pendapat, sehingga ide, gagasan atau pendapat yang dikemukakan itu sampai kepada penerima yang dituju (Arsyad,2002:4). Media berperan penting dalam proses komunikasi pada saat ini, khususnya media massa. Komunikasi melalui media massa merupakan proses komunikasi yang dilakukan media massa untuk menyampaikan informasi kepada khalayak dengan berbagai tujuan. Media massa terbagi menjadi dua, yaitu konvensional (media cetak) dan media elektronik.

Media massa diyakini memiliki kekuatan yang maha dahsyat dalam mempengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku masyarakat. Bahkan media massa dengan mudah dapat mengarahkan masyarakat membentuk opini akan suatu peristiwa yang selanjutnya akan terjadi. Media massa mampu mengarahkan, membimbing dan mempengaruhi kehidupan di masa kini dan di masa mendatang (Nurudin, 2009:225).

Perkembangan media massa, khususnya media televisi di Indonesia akhir-akhir ini kian marak. Kehadiran televisi di mata sebagian besar masyarakat Indonesia memberikan nilai lebih dibanding dengan media massa lain seperti surat kabar, majalah atau tabloid. Bagi masyarakat, televisi tidak hanya mampu memberikan informasi, berita dan literasi yang selama ini diperankan oleh media massa cetak. Namun, televisi juga mampu menawarkan beragam program alternative lainnya, seperti hiburan, musik, edukasi, informasi bahkan

infotainment yang dapat disaksikan atau dinikmati secara lebih cepat dan langsung (live). Kecepatan dalam penyajian inilah yang tidak dijawab oleh media cetak.

Perkembangan teknologi semakin maju dari tahun ke tahun. Hal ini memudahkan kita dalam mengakses segala macam informasi. Dalam kehidupan sehari-hari tentu saja kita membutuhkan berbagai informasi, baik informasi dalam bidang sosial, ekonomi, politik, ilmu pengetahuan, pendidikan, budaya, maupun birokrasi. Bahkan teknologi yang ada telah dirancang dengan sangat sederhana, sehingga penggunaannya dapat mengakses informasi dimanapun dan kapanpun.

Televisi adalah salah satu diantara sekian banyak media massa yang tengah berkembang. Meskipun demikian, perkembangannya terus menerus dan cepat. Hal ini terbukti dari makin banyaknya stasiun televisi swasta bermunculan. Ini dikarenakan media televisi memiliki banyak keunggulan tersendiri dibandingkan media lain yang lahir saat itu (Kuswandi, 1996:8). Televisi merepresentasikan hubungan kekuasaan secara eksplisit, misalnya bagaimana program televisi menunjukkan cara laki-laki memperlakukan perempuan. Secara implisit, bisa dikemukakan bahwa ini merupakan satu cara menjalankan kekuasaan atas unit masyarakat yang luas, yakni dengan merepresentasikan cara berpikir dan berperilaku tertentu seolah-olah alami, sementara cara lain tidak alami. Penyikapan yang berbeda merupakan ekspresi ideologi.

Media audio visual televisi muncul karena perkembangan teknologi. Kehadirannya setelah beberapa penemuan seperti telepon, telegraf, fotografi serta rekaman suara. Media televisi ada setelah radio dan media cetak. Dalam penemuan televisi, terdapat banyak pihak penemu maupun inovator yang terlihat

baik perorangan maupun perusahaan. Televisi adalah karya massal yang dikembangkan dari tahun ke tahun (Badjuri, 2010:6).

Penyebaran suatu informasi kepada setiap khalayak sangat diperlukan didalam kehidupan manusia disetiap waktu. Seiring perkembangan jaman, masyarakat dituntut untuk mengetahui berbagai informasi yang beragam baik melalui media cetak maupun media elektronik. Dengan demikian, sasaran dari televisi adalah untuk menjangkau massa yang cukup besar. Penonton dapat melihat sendiri rangkaian kejadian dari awal sampai akhir. Nilai aktualisasi terhadap suatu liputan atau pemberitaan sangatlah cepat.

Kelebihan dari pesawat televisi ialah dengan adanya satelit komunikasi, cakrawala informasi menjadi semakin luas. Peristiwa di satu tempat, dapat dilihat di tempat lain melalui televise dengan pola teknologi baru yaitu Direct Broadcasting Satelite (Badjuri, 2010:6). Kelebihan lain dari yang melekat pada televisi seperti dari segi kecepatan liputan berita, televisi sudah jauh meninggalkan surat kabar. Kalau surat kabar menyiarkan berita yang telah lewat, maka televisi dapat menayangkan seketika itu juga. Hal ini menyebabkan televisi menjadi media paling populer di kalangan masyarakat (Kuswandi, 1996:10).

Penonton atau pemirsa (television watcher, television viewer) adalah sasaran komunikasi melalui media televisi siaran yang karena heterogen masing-masing mempunyai kerangka acuan (frame of reference) yang berbeda satu sama lain. Mereka berbeda bukan saja dalam usia dan jenis kelamin, tetapi juga dalam latar belakang sosial dan kebudayaan, sehingga pada gilirannya berbeda dalam pekerjaan, pandangan hidup, agama dan kepercayaan, pendidikan, cita-cita,

keinginan, kesenangan, dan lain sebagainya. Kegiatan pemirsa dalam menonton acara televisi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi tujuan mereka, baik kebutuhan berupa informasi, maupun hiburan (Effendy. 1993;8).

Sesuai dengan perkembangan jaman yang selalu maju, banyak stasiun televisi swasta yang memberikan suguhan hiburan yang menarik untuk ditonton. Hiburan-hiburan televisi bisa berupa acara musik, film asing maupun local, acara komedi, reality show, talk show, kuis maupun sinetron. Dunia pertelevisian di Indonesia berkembang pesat dengan hadirnya beberapa stasiun televisi yaitu RCTI, SCTV, MNC TV, INDOSIAR, METRO TV, TRANS TV, TRANS 7, TV ONE, GLOBAL TV, dan ANTV yang mengudara secara nasional. Stasiun yang bermunculan tersebut menghadirkan beragam tayangan. Bukan hanya program acara berita, namun juga program acara yang dapat memberikan hiburan untuk pemirsanya. Lambat laun terjadi persaingan antar televisi, dimana satu sama lain saling berlomba-lomba menyuguhkan tayangan-tayangan yang banyak diminati oleh pemirsa. Pada dasarnya format acara televisi dibagi menjadi tiga bagian yaitu drama (tragedy, aksi, komedi, cinta, legenda, horror), non drama (musik, magazine show, talk show, variety show, repacking, game show, kuis, acara rohani dan berita(features, sport, news)). (Naratama,2004:64).

Beberapa bulan belakangan ini, tayangan televisi yang berbau horror mulai merebak keseluruh kota dan daerah terutama di wilayah Indonesia dan banyak disukai oleh masyarakat pada umumnya. Sedikit banyaknya acara tayangan televisi bermula dari acara berbau mistik yang dimulai dari siaran reality show yang menampilkan kehidupan dunia lain yang memancing perhatian pemirsa

dengan menggunakan kaidah yang mengangkat atau membuka tabir misteri ilahi seperti diluar kehidupan manusia di alam fana yang berkaitan erat dengan dunia akhirat yang banyak menyimpan kejadian-kejadian.

Menonton tayangan televisi seperti berita, infotainment, hiburan, musik, sport, sinetron dan lainnya dengan suatu harapan mendapatkan kepuasan sekaligus hiburan dan ilmu pengetahuan/informasi. Namun suguhan tayangan yang baik tentu harus memberikan muatan positif berupa informasi yang mencerdaskan. Maka kedepan diharapkan tayangan televisi tidak hanya melulu mengejar rating serta dukungan iklan yang memadai (meskipun iklan merupakan sumber pembiayaan) namun setidaknya nilai-nilai positif tetap perlu menjadi prioritas utama.

Pada tayangan televisi yang mengeluarkan acara sinetron horror bertajukkan *Jodoh Wasiat Bapak* terdapat di stasiun ANTV. Sensasi dari adegan-adegan yang menampilkan realita kehidupan sehari-hari tetapi tetap ada unsur rohani dan mistik membuat hati banyak pemirsa merenungkan tentang makna hidup dan azab bagi mereka yang berdosa. Sebagai suatu program acara televisi dapat dikatakan diterima pemirsa televisi dan terjaga eksistensinya apabila respon yang diterima pemirsa televisi terhadap program ini positif. Salah satu cara untuk mengetahui respon yang diberikan oleh pemirsa televisi terhadap sinetron *Jodoh Wasiat Bapak* adalah mengetahui sikapnya. Menurut Azwar (2003:24) sikap terdiri dari 3 komponen yaitu kognitif, afektif dan konatif. Komponen kognitif berkaitan dengan keyakinan, kepercayaan, dan pengetahuan terhadap suatu objek. Dengan meneliti komponen kognitifnya, maka dapat mengetahui pengetahuan responden

terhadap nilai-nilai keagamaan yang ada di sinetron Jodoh Wasiat Bapak. Selain itu dengan meneliti kognitifnya, juga dapat diketahui apakah pemirsa televisi juga memiliki kepercayaan dan keyakinan terhadap kebenaran dari nilai-nilai keagamaan yang ada di sinetron Jodoh Wasiat Bapak. Komponen afektif berkaitan dengan perasaan suka atau tidak suka pemirsa televisi terhadap sinetron Jodoh Wasiat Bapak, seperti misalnya terkait dengan isi cerita pada setiap episodenya. Sedangkan konatif merupakan komponen yang berkaitan dengan perilaku yang ditunjukkan oleh pemirsa televisi terkait dengan sinetron Jodoh Wasiat Bapak, seperti misalnya azab-azab yang didapati pemeran yang jahat saat kematiannya. Intinya adalah mengerjakan perbuatan baik dan meninggalkan perbuatan buruk.. Sikap merupakan perwujudan respon dari komunikasi terhadap stimulus yang diterima. Bila sikap pemirsa televisi terhadap sinetron Jodoh Wasiat Bapak bagus, maka program tersebut akan semakin eksis tayang di televisi. Khalayak dalam penelitian ini adalah pemirsa di Surabaya.

Sinetron Jodoh Wasiat Bapak memberikan hikmah dalam setiap episodenya walaupun banyak disuguhkan adegan mistik dan horror. Namun bermuatan pesan moral dan mencerdaskan dengan pesan agamis, yaitu sebuah konsep sederhana yang terjadi di masyarakat namun dikemas dengan suguhan yang apik, sedikit kocak dan blak-blakan namun berusaha memberikan penelusuran dan kebenaran yang semestinya. Banyak kalimat menyinggung tetapi pada hakikatnya hal itu sedang merefleksikan diri kita. Ibarat kata, penonton tengah melihat keburukan yang ada pada diri kita untuk selanjutnya dapat diubah.

Banyak fenomena masyarakat saat ini masih cenderung lebih menyukai acara-acara komedi yang bisa mengundang ketakutan namun diselipkan dengan komedi.

Sinetron *Jodoh Wasiat Bapak* pernah berganti judul menjadi *Jodoh Pengantar Jenasah* yang ditayangkan di stasiun televisi ANTV. Sinetron yang diproduksi oleh Tobali Putra Productions ini bergenre horror, supernatural, komedi, dan drama. Sinetron ini diperankan oleh Adly Fairuz, Imaz Fitria, Vinessa Inez, Tessa Kaunang, Gunawan Sudrajat, Daus Separo dan Bopak Castello. Hingga saat ini mencapai jumlah episode 370an. Dalam sekali tayang sinetron ini memakan waktu selama 75 menit yang dilakukan dalam tiga kali yakni pukul 18.30 WIB, 19.30 WIB dan 20.45 WIB. Sinetron ini pertama kali ditayangkan pada 17 April 2017 hingga sekarang.

Permasalahan juga ditemukan dalam sinetron ini karena Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (KPI Pusat) menilai Program Siaran “*Jodoh Wasiat Bapak*” yang ditayangkan oleh stasiun ANTV pada tanggal 3 September 2017 mulai pukul 10.27 WIB dan 18 September 2017 mulai pukul 18.52 WIB tidak memperhatikan ketentuan tentang perlindungan anak-anak dan remaja serta pembatasan program siaran mistik, horror dan supernatural sebagaimana telah diatur dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS) KPI Tahun 2012.

Program siaran tersebut menampilkan cukup banyak muatan horror (hantu) yang dapat menimbulkan kengerian khalayak. KPI pusat menilai program siaran yang menampilkan muatan mistik, horror, dan supernatural yang menimbulkan ketakutan dan kengerian khalayak dikategorikan sebagai program siaran klasifikasi D (Dewasa) dan hanya dapat ditayangkan pada pukul 22.00-03.00

waktu setempat. Sebagaimana diatur dalam pasal 32 SPS KPI Tahun 2017. Berdasarkan hal tersebut, KPI pusat memutuskan memberikan peringatan. Peringatan ini merupakan bagian dari pengawasan KPI Pusat terhadap pelaksanaan peraturan serta P3 dan SPS oleh lembaga penyiaran, sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang No.32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (UU Penyiaran). Saudara wajib menjadikan P3 dan SPS KPI Tahun 2002 sebagai pedoman dalam penayangan program siaran.

(Sumber: <http://www.kpi.go.id/index.php/id/edaran-dan-sanksi/34133-peringatan-tertulis-untuk-program-siaran-jodoh-wasiat-bapak-antv>, diakses 13 Oktober 2017).

Judul *Jodoh Wasiat Bapak* menjadi idiom dalam masyarakat merujuk pada seseorang yang mencari jodoh sesuai wasiat dari orang tuanya. Cerita dalam sinetron tersebut dibuat dalam tutur mengalir, ringan dan renyah, sederhana, kocak, menyeramkan namun menena di hati penontonnya. Maka tidak mengeherankan jika rating sinetron *Jodoh Wasiat Bapak* terus bertahan, rating rata-rata 4,8 dan audience share 20,0 % dan menjadi salah satu program andalan di stasiun ANTV. (Sumber: [instagram.com/rating_tv](https://www.instagram.com/rating_tv), diakses 13 Oktober 2017).

Inilah yang menjadikan peneliti tertarik menjadikan sinetron *Jodoh Wasiat Bapak* sebagai objek penelitian. Peneliti ingin mengetahui sikap pemirsa televisi terhadap tayangan sinetron ini. Pemirsa televisi yang dimaksud dalam data penelitian ini adalah kelompok yang berusia 13 tahun keatas sesuai dengan segmentasi umur yang ditentukan dalam sinetron ini.

Surabaya memiliki kepadatan penduduk sehingga bisa diperkirakan banyak masyarakat yang senang menonton televisi. Pada penelitian ini menggunakan teori S-O-R. Jika unsur stimulus berupa pesan, unsur organisme berupa perhatian, pengertian, dan penerimaan komunikasi. Sedangkan unsur respon berupa tiga komponen yang mempengaruhinya yakni : kognitif, afektif, dan konatif. Tentunya yang berkaitan dengan kemampuan media televisi dalam mempengaruhi sikap komunikasi.

Maka peneliti ingin mengambil judul “Sikap Pemirsa Surabaya Terhadap Tayangan Sinetron Jodoh Wasiat Bapak di ANTV” (Studi Deskriptif Kuantitatif Sikap Pemirsa Surabaya Terhadap Tayangan Sinetron Jodoh Wasiat Bapak di ANTV).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalahnya adalah Bagaimana Sikap Pemirsa Surabaya Terhadap Tayangan Sinetron “Jodoh Wasiat Bapak” di ANTV ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Sikap Pemirsa Surabaya Terhadap Tayangan Sinetron Jodoh Wasiat Bapak di ANTV.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan referensi atau masukan bagi perkembangan studi komunikasi yang berkaitan dengan sikap pemirsa terhadap tayangan-tayangan di televisi serta mampu memperkaya referensi dalam penelitian selanjutnya terhadap industry komunikasi dan informasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil ini diharapkan dapat menjadi masukan kepada ANTV agar dapat membuat tayangan-tayangan yang selalu bermuatan positif, mendidik, informative. Selain itu dari penelitian ini dapat juga mengetahui kekurangan dan kelebihan tayangan tersebut.