

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yaitu begitu cepat dalam era globalisasi saat ini, keberadaan media massa ini sebagai media yang di gunakan dalam komunikasi massa untuk penyebaran pesan bisa dikatakan sudah merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam hidup kita. Seperti melalui media massa cetak dan elektronik yaitu surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film yang telah memberikan banyak informasi dan hiburan bagi masyarakat. Sehingga komunikasi tersebut telah mencapai suatu tingkat sehingga orang mampu berbicara dengan jutaan manusia secara serentak.

Media massa adalah sebuah media yang memberikan informasi kepada khalayak. Menurut Effendy (2000 : 54) media massa terdiri dari dua macam yaitu : media massa cetak (printed mass media) dan media massa elektronik (electronic mass media). Kehadiran media massa adalah salah satu gejala yang menandai kehidupan masyarakat modern sekarang ini. Ketergantungan masyarakat terhadap media massa dapat dilihat dan semakin meningkatnya tingkat konsumsi masyarakat terhadap berbagai bentuk media massa dan bermunculnya media baru yang menawarkan banyak pilihan pada khalayak. Perkembangan teknologi telah membuat umat manusia bisa menikmati berbagai media massa yang ada mulai dari

media cetak seperti surat kabar, majalah, buku sampai media elektronik seperti televisi, radio, film bahkan internet.

Pengertian Televisi Fungsi Sebagai Media Komunikasi Massa - Menurut Effendy (2002 : 21) yang dimaksud dengan televisi adalah televisi siaran yang merupakan media dari jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yaitu berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserampakan, dan komunikasinya bersifat heterogen. Perkembangan gambar. Televisi berasal dari kata Tele ; tampak dan vision ; jauh atau jika digabungkan menjadi suatu makna yang berarti “jauh dan tampak” atau dengan kata lain TV merupakan suatu alat untuk “melihat dari teknologi melahirkan suatu media baru yang dapat menyajikan informasi secara cepat kepada masyarakat yaitu Televisi. TV sebagai alat penangkap siaran dan jarak jauh”. Segi jauhnya diwakili oleh prinsip radio yaitu dapat mendengarkan suara sedangkan segi ”penglihatan” diwakili dengan adanya gambar. Tanpa gambar tidak ada apa- apa yang dapat dilihat. Para penonton dapat menikmati gambar karena adanya pemancar, dan gambar yang dipancarkan itu dapat adalah gambar yang bergerak (Dalam hal tertentu juga gambar diam, still picture). Televisi merupakan jaringan komunikasi dengan peran seperti komunikasi massa yaitu satu arah, menimbulkan keserampakan dan komunikasi bersifat heterogen

Televisi merupakan media massa yang berfungsi sebagai alat pendidikan, penerangan, dan hiburan. Selain itu sifat negatif TV adalah sepintas lalu, tidak terlalu dapat diterima dengan sempurna, dan menghadapi publik yang heterogen (Dominick, 2000 : 192). Tayangan televisi dapat diartikan sebagai adanya suatu pertunjukan acara yang ditampilkan atau disiarkan melalui media massa televisi. Tayangan tersebut bisa bersifat hiburan, informasi, ataupun edukasi seperti tayangan mengenai pendidikan. <http://www.landasanteori.com/2015/10/pengertian-televisi-fungsi-sebagai.html>

Pengaruh Televisi sampai saat ini masih terbilang kuat, dibandingkan media massa lainnya hal ini terjadi Karena kekuatan bentuk audio visual televisi yang menyentuh segi – segi kejiwaan manusia. Terlepas dari dampak negatif dan positif, televisi telah menjadi cerminan budaya tontonan bagi pemirsa dalam era informasi dan komunikasi yang berkembang pesat. (Kuswandi, 1996 : 98-101).

Stasiun televisi setiap hari menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya sangat beragam. Jenis program itu dapat dikelompokkan dalam berbagai jenisnya yaitu : (1) program informasi (News) (2) program hiburan (non news / entertaitmen). Program informasi kemudian dibagi lagi kedalam jenis berita keras (hardnews) yang merupakan laporan berita terkini dan harus segera di siarkan. Dan berita lunak (softnews) yang merupakan kombinasi dari fakta, gossip dan opini. Sementara program hiburan terbagi atas lima kelompok besar yaitu :

(1) music (2) drama (3) permainan (gameshow, reality show) (4) pertunjukan dan (5) olahraga (sport) (Morrison. M.A 2005 : 100)

Dewasa ini dunia pertelevisian Indonesia merupakan salah satu media yang paling dipercaya oleh kalangan masyarakat dan merupakan sumber informasi yang paling aktual. Tidak dapat dipungkiri bahwa dunia pertelevisian tidak dapat lepas dari kehidupan sehari – hari manusia, oleh karena itu banyak televisi yang memberikan masyarakat program acara beragam.

Sejalan dengan ketatnya persaingan dunia televisi swasta di Indonesia dalam memperebutkan penonton, maka pengelola stasiun televisi berusaha kreatif mungkin untuk menyajikan tontonan yang sekiranya dapat menarik perhatian pemirsa, persaingan dikalangan industry televisi mulai terlihat dengan perang program demi mencapai rating agar program acara yang ditayangkan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan pertelevisian. Dalam hal ini televisi berlomba – lomba untuk memberikan program-program baru dan memikirkan konsep program acara dengan cerita yang kreatif mungkin sesuai dengan trend program yang berlangsung,

Belakangan ini tingkat kejenuhan para pemirsa televisi sudah lebih menonjol terhadap program acara di televisi. Rangkaian acara yang tak masuk akal, dan terkesan di “setting” membuat khalayak mencari alternatif tontonan lain yang lebih informatif dan menghibur.

Sebagai salah satu televisi swasta yang berada dalam naungan group media TRANS MEDIA, Trans7 hadir dengan format dan konten yang berbeda dengan stasiun lain. Trans 7 tidak henti – hentinya mengeluarkan program – program acara yang sangat menarik bagi pemirsa. Salah satunya program acara talent show yang berjudul “ The Cuts Indonesia“.

“The Cuts Indonesia” merupakan acara yang berbeda dengan acara talent show lainya dan satu – satunya di Indonesia program acara talent show yang mengangkat mengenai pekerjaan seseorang sebagai penata rambut. Program acara “The Cuts Indonesia” tayang perdana pada hari minggu tanggal 15 Januari 2017 pukul 19.45 WIB Dengan berdurasi 120 menit Tak tanggung tanggung, sederet nama yang didapuk menjadi juri adalah orang yang professional di bidang penataan rambut aktor ternama Alex Abbad, Hanoch Sitompul (pencukur rambut professional), Claudia Adinda (fashion designer dan blogger), dan Wak Doyok (ikon fashion asal Malaysia) dipercaya sebagai juri dalam ajang “The Cuts Indonesia”. Tak hanya itu, Javier Justin akan memandu ajang ternama ini.

Beberapa stasiun televisi pernah memunculkan program acara talent showi seperti acara “Indonesia Mencari Bakat” (Trans Tv) X - Factor (RCTI) yang berfokus pada bidang music ataupun Tarik suara.

Selain harus berpacu dengan batasan waktu, para kontestan pun dituntut untuk mampu beradaptasi dengan jenis rambut para model. Dan Sukses menjawab tantangan juri.

Dedy Nur Hidayat mengatakan dalam bukunya “ Suatu program acara tayangan televisi tentu terdapat proses transmisi pesan dari komunikator kepada audiens atau pesan yang disampaikan melalui program acara atau tayangan televisi mengandung value / nilai didalamnya, nilai inilah yang stasiun televisi selaku komunikator berusaha untuk dapat menyampaikan kepada audiens atau komunikanya. Pesan ini dapat bertujuan atau berfungsi dalam memberi informasi, pendidikan, mempersuasi serta menyenangkan dan memuaskan kebutuhan khalayaknya (Dedy Nur Hidayat 2007 : 65).

Dalam hal ini Trans7 selaku pembuat program acara talent show “The Cuts Indonesia” Ingin menyampaikan pesan kepada penonton melalui programnya bahwa pekerjaan sebagai penata rambut tidak bisa dianggap remeh, butuh skill dan kemampuan beradaptasi dengan model rambut yang berbeda – beda.

Dalam tayangan tersebut membahas banyak mengenai trend rambut saat ini bahkan di jelaskan juga bagaimana menata rambut dengan menyesuaikan bentuk wajahnya. peserta audisi diberikan model laki – laki secara acak oleh juri, lalu peserta melakukan penataan rambut yang nantinya akan di nilai dan dikomentari oleh juri. Sehingga hal tersebut

sangat besar pengaruhnya bagi barber untuk memberikan referensi dalam melakukan penataan rambut, dalam tayangan tersebut adalah akan ada timbulnya perilaku barber untuk meniru perilaku tersebut.

Oleh Karena itu, peneliti ingin mengupas lebih mendalam mengenai program talent show “The Cuts Indonesia”. Peneliti ini dilakukan untuk mengetahui persepsi penonton mengenai tayangan talent show “The Cuts Indonesia” yang acaranya membahas mengenai pekerjaan seseorang sebagai penata rambut.

Alasan penulis memilih program tayangan talent show “The Cuts Indonesia” sebagai penelitian Karena acara tersebut berbeda dengan acara talent show pada umumnya.

Persepsi adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang di peroleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi atau sensory stimuli. Hubungan sensasi dengan Persepsi sudah jelas, sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi indrawi tak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi,ekspektasi,motivasi, dan memory (Rahmad, 2009 : 51).

Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah teori S-O-R

Stimulus

Diartikan menjadi sebagai rangsangan atau sumber informasi.

Stimulus yang dimaksudkan disini adalah program tayangan “The Cuts

Indonesia” di Trans7 yang berfungsi sebagai media yang memberikan informasi kepada khalayak (Berber Surabaya). Media televisi ini menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak diharapkan membantu proses penyebaran informasi, dimana berita atau tayangan tersebut dapat menstimulus atau merangsang khalayak agar bersedia menonton tayangan “The Cuts Indonesia” yang ditayangkan oleh stasiun televisi Trans7

Organisme

Diartikan sebagai komunikan yang menerima informasi pesan. Tayangan “The Cuts Indonesia” yang menarik di televisi merupakan stimulus atau rangsangan yang akan diterima serta dianggap oleh khalayak dan informasi melalui tiga tahapan, yaitu :

- a. Perhatian
- b. Pengertian
- c. Penerimaan

Jika dilihat dari tiga tahapan diatas, maka proses penyampaian pesan lewat tayangan “The Cuts Indonesia” akan berlangsung dengan baik, apabila mendapat perhatian dari pemirsa (Berber Surabaya) yang menyaksikan program acara tersebut, barulah pemirsa mengolah pesan yang ada dari tayangan “The Cuts Indonesia” Sehingga akhirnya menerima acara yang ditayangkan itu.

Response

Response disini yaitu tanggapan individu atau khalayak terhadap sesuatu hal. Dalam menanggapi suatu pesan yang diterima khalayak, reaksi yang mereka tunjukan adalah dengan perubahan sikap atau perilaku. Perubahan ini tentunya berbeda-beda pula. Kepribadian dari masing-masing individu tersebut sangat penting dalam mempengaruhi keputusan mereka saat menentukan acara atau program televisi mana yang akan mereka tonton.

Demikian pula dengan informasi dalam tayangan “The Cuts Indonesia” di Trans7. Setelah menerima stimulus atau pesan yang berupa informasi atau pesan tersebut maka dengan perhatian, pengertian dan response dari berlangsung proses komunikasi, komunikasi memberikan efek yang terakhir dari informasi yang disampaikan. Kemampuan komunikasi dalam memahami informasi dalam tayangan “ The Cuts Indonesia” akan mendapat perubahan kepada diri komunikasi.

bagaimana program acara “The Cuts Indonesia” Trans7 yang berfungsi sebagai media yang memberikan informasi kepada khalayak untuk menstimulus khalayak (Barber Surabaya) untuk bersedia menonton acara tersebut.

Dari pengertian Persepsi tersebut peneliti mengambil judul “Persepsi Barber Surabaya Terhadap tayangan “The Cuts Indonesia”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diambil rumusan masalah, sebagai berikut :

Bagaimana Persepsi Barber Surabaya terhadap tayangan The Cuts Indonesia di Trans7 (Study Deskriptif Kualitatif Presepsi Barber Surabaya Terhadap Tayangan The Cuts Indonesia dengan pekerjaan seseorang sebagai penata rambut

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Persepsi Barber Surabaya Terhadap Tayangan The Cuts Indonesia” di Trans7

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini secara umum diharapkan dapat memberi referensi bagi perkembangan ilmu komunikasi, terutama media massa khususnya kajian di media televisi yang mencoba persepsi Barber Surabaya terhadap tayangan “The Cuts Indonesia” di Trans7

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menambah literature dan referensi yang berguna sebagai dasar pemikiran bagi kemungkinan penelitian

sejenis agar bisa lebih baik di masa mendatang. Serta bermanfaat pula bagi pihak Trans7 untuk mengetahui bagaimana persepsi Barber terhadap tayangan “The Cuts Indonesia” untuk lebih baik lagi dalam mengerjakan program acara tersebut.