

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Televisi merupakan salah satu media elektronik yang dirasa sangat cepat berkembang di era ini. Effendy (1993) dalam bukunya yang berjudul “Televisi Siaran Teori & Praktek” menyebutkan televisi pada pokoknya mempunyai tiga fungsi, yakni fungsi penerangan, pendidikan, dan hiburan serta dikemas melalui sebuah program acara yang diproduksi oleh stasiun televisi. Bertambahnya stasiun televisi dimulai dari stasiun televisi lokal hingga internasional dilihat sebagai salah satu bentuk dari kemajuan media elektronik sebagai media yang berperan penting dalam eksistensi media massa di kehidupan nyata. Program demi program dari berbagai stasiun televisi yang saling bersaing satu sama lain semakin saja menyuguhkan tayangan menarik sejalan dengan inovasi dari program televisi satu demi satu dari stasiun televisi di masa kini. Memperllihatkan ego dari stasiun televisi tersebut agar menjadi stasiun televisi tereksis di mata masyarakat.

Kategori program yang dimiliki dari stasiun-stasiun televisi di masa kini khususnya di Indonesia, tentunya akan sulit memilih mana program terbaik dari keseluruhan stasiun televisi. Dapat pula dilihat, stasiun-stasiun televisi baru mulai muncul guna bersaing dalam mengejar citra dan reputasi sebagai bagian dari

kompetisi antar stasiun televisi di Indonesia. Program-program baru mulai muncul dan saling bersaing dalam memberikan tayangan andalan dari stasiun televisi mereka. Salah satu dari stasiun televisi muda yang sukses menunjukkan eksistensinya yaitu Net (singkatan dari *News and Entertainment Television*).

Net TV telah berhasil masuk nominasi *Best Comedy Programme*, *Best Entertainment*, dan *Best Music Programme* pada *Asian Television Awards* tahun 2014 silam. Proses seleksi diawali sejak bulan September hingga diumumkan pada malam final 11 Desember 2014 di Marina Bay Sands, Singapura. Mempimpin dengan mengoleksi enam nominasi di tiga kategori, disusul Indosiar dan RCTI masing-masing satu nominasi dalam satu kategori. Pencapaian yang telah diraih membuat reputasi meningkat dan citra positif pun akan diperoleh mengingat acara ini merupakan acara *awards* tahunan bagi seluruh stasiun televisi di benua Asia.

Net TV merupakan satu-satunya stasiun televisi yang memiliki program televisi dengan mengambil salah satu kesenian khas di Indonesia, yaitu wayang golek. Bukan Sekedar Wayang atau BSW adalah program televisi yang menampilkan kesenian tradisional khas Sunda (Jawa Barat) yaitu wayang golek. Dalam program yang dibawakan oleh Wayang Sule dan Wayang Cepot ini menggabungkan kesenian tradisional dan modern serta di bumbu dengan banyol-banyol para wayang sehingga menjadi tontonan yang menghibur, mendidik, dan berkualitas. Para wayang tidak hanya berasal dari tokoh wayang tradisional, namun juga ada wayang superhero dari komik Marvell.

Program televisi "Bukan Sekedar Wayang" menjadi salah satu program televisi dari NET. Yang memiliki unsur kebudayaan yang kental bagi masyarakat Jawa Barat pada khususnya. Diketahui wayang golek merupakan salah satu kesenian tradisional khas yang sangat kental dengan masyarakat Sunda. Entah dari mana mengapa Net TV menampilkan kesenian wayang dibandingkan kesenian-kesenian lain tapi program televisi yang memiliki unsur budaya jelas memberikan warna dalam tayangan hiburan yang kini seakan terarah kepada tayang hiburan ala wilayah barat.

Wayang merupakan salah satu kesenian tradisi nusantara yang sampai sekarang masih menghiruphembuskan napas kehidupannya, terutama di wilayah Bali, Sunda, dan Jawa. Di Jawa, seni wayang memiliki berbagai genre, antara lain wayang golek (wayang tengul), wayang beber, wayang wong, wayang klitik, dan wayang kulit. Berdasarkan cerita-ceritanya, wayang kulit masih dibagi menjadi beberapa jenis, antara lain wayang kancil, wayang wahyu dan, wayang purwa. (Achmad, 2014:12)

Pertunjukkan wayang sendiri ditentukan oleh keahlian dalang dalam memainkan karakter wayang. Daya tarik dalang tidak dapat dipungkiri memiliki andil besar dalam dalam pertunjukkan wayang. Sule merupakan seorang komedian dan presenter terkenal di Indonesia yang dapat dilihat dalam karir hebatnya selama ini dan dalam program televisi "Bukan Sekedar Wayang" ini Sule memainkan perannya sebagai Dalang dimana dia memiliki tokoh wayang miliknya sendiri yaitu Wayang Sule. Bersama Dalang Dadan Sunandar Sunarya yang memainkan karakter Wayang

Cepot, Sule memberikan tayangan yang menghibur baik pemirsa yang menonton tayangan di televisi.

Program televisi “Bukan Sekedar Wayang” ini dapat dinikmati oleh semua umur termasuk para remaja SMA di seluruh Indonesia. Tetapi kini, remaja SMA cenderung memiliki ketertarikan lebih terhadap internet. Hal ini dibuktikan oleh survey yang dikutip dari situs <http://id.techinasia.com/laporan-30-juta-pengguna-internet-di-indonesia-adalah-remaja/>

UNICEF, bersama dengan Kementerian Komunikasi dan Informasi, The Berkman Center for Internet and Society, dan Harvard University, melakukan survey nasional mengenai penggunaan dan tingkah laku internet para remaja Indonesia. Studi ini memperlihatkan bahwa ada setidaknya 30 juta orang remaja di Indonesia yang mengakses internet secara reguler. Jika masyarakat Indonesia sampai saat ini memiliki 75 juta pengguna internet, itu berarti hampir setengahnya adalah remaja. (diakses pada tanggal 5 Juli 2015 pukul 03.52 WIB)

Internet yang seakan berhasil membius para remaja untuk lebih aktif dalam penggunaannya secara reguler dan sekaligus dapat membuat program televisi terlupakan khususnya program televisi “Bukan Sekedar Wayang” yang notabene merupakan program televisi dengan konten acara pertunjukan kesenian Sunda wayang golek. Hal ini sangat ironis jika terjadi mengingat budaya merupakan identitas bangsa yang tidak dapat dilupakan begitu saja. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul *Hubungan Antara Program Televisi “Bukan Sekedar Wayang” Dengan Minat Menonton Remaja SMA di Kota Bandung.*

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

“Bagaimana Hubungan Antara Program Televisi “Bukan Sekedar Wayang” Dengan Minat Menonton Remaja SMA di Kota Bandung?”

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana hubungan antara *visibility* (visibilitas) program televisi "Bukan Sekedar Wayang" dengan minat menonton remaja SMAN 5 di kota Bandung angkatan 2016?
2. Bagaimana hubungan antara *audience salience* (tingkat menonjol bagi khalayak) program televisi "Bukan Sekedar Wayang" dengan minat menonton remaja SMAN 5 di kota Bandung angkatan 2016?
3. Bagaimana hubungan antara *valence* (valensi) program televisi "Bukan Sekedar Wayang" dengan minat menonton remaja SMAN 5 di kota Bandung angkatan 2016?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab identifikasi masalah di atas. Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui hubungan antara *visibility* (visibilitas) program televisi "Bukan Sekedar Wayang" dengan minat menonton remaja SMAN 5 di kota Bandung angkatan 2016.
2. Untuk mengetahui hubungan antara *audience salience* (tingkat menonjol bagi khalayak) program televisi "Bukan Sekedar Wayang" dengan minat menonton remaja SMAN 5 di kota Bandung angkatan 2016.
3. Untuk mengetahui hubungan antara *valence* (valensi) program televisi "Bukan Sekedar Wayang" dengan minat menonton remaja SMAN 5 di kota Bandung angkatan 2016.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan motivasi bagi stasiun televisi Net TV untuk tetap melakukan inovasi dalam penayangan program televisi "Bukan Sekedar Wayang" agar tayangan yang diberikan tidak monoton sehingga pemirsa setia tidak merasa bosan dan tentunya citra positif pun akan didapat oleh stasiun televisi jika program televisi yang mereka miliki disukai oleh pemirsa.

1.5.2 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan berupa ilmu pengetahuan mengenai perkembangan ilmu komunikasi khususnya mengenai media massa yang dalam penelitian ini merujuk pada media massa elektronik yaitu program acara televisi agar dapat memberikan tayangan yang tidak hanya menghibur tetapi juga mendidik para penonton.

1.6 Ruang Lingkup dan Pengertian Istilah

1.6.1. Ruang Lingkup

Agar penelitian ini dapat mudah untuk diteliti, penulis melakukan pembatasan masalah yaitu hanya merujuk kepada hubungan antara program televisi “Bukan Sekedar Wayang” dengan minat menonton dan membatasi wilayah dari objek yang diteliti yaitu hanya kepada remaja SMAN 5 di kota Bandung angkatan 2016.

1.6.2. Pengertian Istilah

1. Program Televisi

Program televisi adalah suatu program acara yang disajikan kepada pemirsa dengan diawali ide dan konsep di mana dalam produksinya ditentukan oleh produser, jurnalis, sutradara, editor, *quality control* mengikuti prosedur/persyaratan yang biasa dilakukan agar menghasilkan program yang berkualitas sesuai keinginan pemirsa televisi (target audiensi). (Fachruddin, 2012:2)

2. Bukan Sekedar Wayang

Bukan Sekedar Wayang atau BSW adalah program televisi yang menampilkan kesenian tradisional khas Sunda (Jawa Barat) yaitu wayang golek. (<http://www.netmedia.co.id/program/439/Bukan-Sekedar-Wayang> diakses pada tanggal 3 Juni 2015 pukul 00.34 WIB)

3. Net TV

Net (singkatan dari News and Entertainment Television) adalah sebuah stasiun televisi berjaringan di Indonesia yang resmi diluncurkan pada 26 Mei 2013. (<http://www.netmedia.co.id/about> diakses pada tanggal 3 Juli 2015 pukul 00.06 WIB)

4. Minat

Minat adalah perasaan ingin tahu, mempelajari, mengagumi atau memiliki sesuatu. Di samping itu, minat merupakan bagian dari ranah afeksi, mulai dari kesadaran sampai pada pilihan nilai. Gerungan menyebutkan minat merupakan pengerahan perasaan dan menafsirkan untuk sesuatu hal yang ada unsur seleksi (Djaali, 2013:122).

5. Remaja

Remaja adalah transisi dari masa anak-anak ke usia dewasa. Periode ini dimulai sekitar usia sepuluh atau dua belas tahun sampai ke usia delapan belas atau dua puluh tahun. (Santrock, 2011:42).

1.7 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

1.7.1 Kerangka Pemikiran

Program televisi adalah sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreativitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut (Rukmananda, 2004:63). Melalui program televisi, stasiun televisi berusaha memberikan tayangan berupa acara baik *on air* maupun *off air* dalam rangka menarik perhatian pemirsa untuk menonton acara tersebut.

Nurudin (2014) dalam bukunya yang berjudul “Pengantar Komunikasi Massa” menuliskan mengenai salah satu teori media massa yaitu teori *Agenda Setting* dari Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw yang dimulai dengan suatu asumsi bahwa media memiliki kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu. Media mengatakan pada kita apa yang penting dan apa yang tidak penting. Di dalam teori *Agenda Setting*, terdapat unsur-unsur berupa dimensi yang berkaitan dalam usaha media massa termasuk

program televisi untuk mempengaruhi sekaligus mengukur sejauh mana pemirsa memberikan perhatiannya terhadap program televisi tersebut.

Mannheim (Severin dan Tankard JR, 1992) mengemukakan beberapa dimensi yang berkaitan untuk lebih memperjelas agenda media. Dimensi-dimensi itu antara lain sebagai berikut:

- a. *Visibility* (visibilitas), yakni jumlah dan tingkat menonjolnya berita. Berkaitan dengan jumlah dan tingkat menonton berita/acara.
- b. *Audience Salience* (tingkat menonjol bagi khalayak), yakni relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak.
- c. *Valence* (valensi), yakni menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa. (Nurudin, 2014:198).

Severin dan Tankard (2011) dalam bukunya yang berjudul “Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa” menyebutkan beberapa indikator dan alat ukur dari ketiga dimensi tersebut.

- a. Indikator dari *visibility* (visibilitas) yaitu intensitas (kedalaman informasi, banyaknya kegiatan), frekuensi (pengulangan perilaku, periode pengulangan perilaku), dan durasi (kebutuhan waktu, selang waktu) menonton program acara.

- b. Indikator dari *Audience Salience* (tingkat menonjol bagi khalayak) yaitu misi dan orientasi (langkah, tujuan), karakter tokoh (gaya, karakteristik), dan tema yang aktual serta kontekstual (dasar cerita, gagasan) dari program acara.
- c. Indikator dari *valence* (valensi) yaitu visualisasi tayangan (pembuatan, tayangan), latar musik (pemilihan, penempatan musik), dan penampilan tokoh (kualitas, ucapan) pada program acara.

Ketiga indikator tersebut memberikan gambaran berupa kualitas dari acara yang ditayangkan program televisi. Hal tersebut berpengaruh terhadap penilaian pemirsa seperti yang diungkapkan oleh Rakhmat (2007) dalam bukunya yang berjudul "Psikologi Komunikasi" bahwa variabel media massa diukur dengan menentukan batas waktu tertentu, merancang isi media dan menyusun isi berdasarkan panjang, penonjolan dan konflik. Dari variabel panjang di penelitian ini ada berisi waktu atau durasi media yang digunakan, sedangkan pada variabel penonjolan merupakan penyajiannya yakni bentuk penyajian konflik merupakan isi berita yang mengandung unsur nilai informasi. Variabel media massa tersebut berkaitan dengan konten dari program televisi itu sendiri untuk menarik perhatian menonton acara yang ditayangkan. Dari perhatian tersebut, lalu muncul perasaan suka atau ketertarikan dan dapat menghasilkan minat di benak pemirsa untuk menonton program televisi yang disukai oleh mereka.

Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya. Crow and Crow mengatakan bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. (Djaali, 2013: 121).

Menurut Prof. Dr. Mar'at (1982) dalam bukunya "Sikap Manusia, Perubahan, serta Pengukurannya" mengemukakan bahwa untuk mengenal sikap, dikenal tiga aspek penting. Minat tersebut berkembang disebabkan oleh tiga aspek, yaitu:

1. Aspek Kognisi (pikiran), yakni komponen minat atau sikap yang berhubungan dengan *beliefs*, ide, dan konsep.
2. Aspek Afeksi (perasaan), yakni perasaan suka atau tidak suka, perasaan senang atau tidak senang terhadap suatu objek tertentu.
3. Aspek Konasi (tindakan), yakni kesediaan atau kesiapan untuk bertindak terhadap suatu objek tertentu.

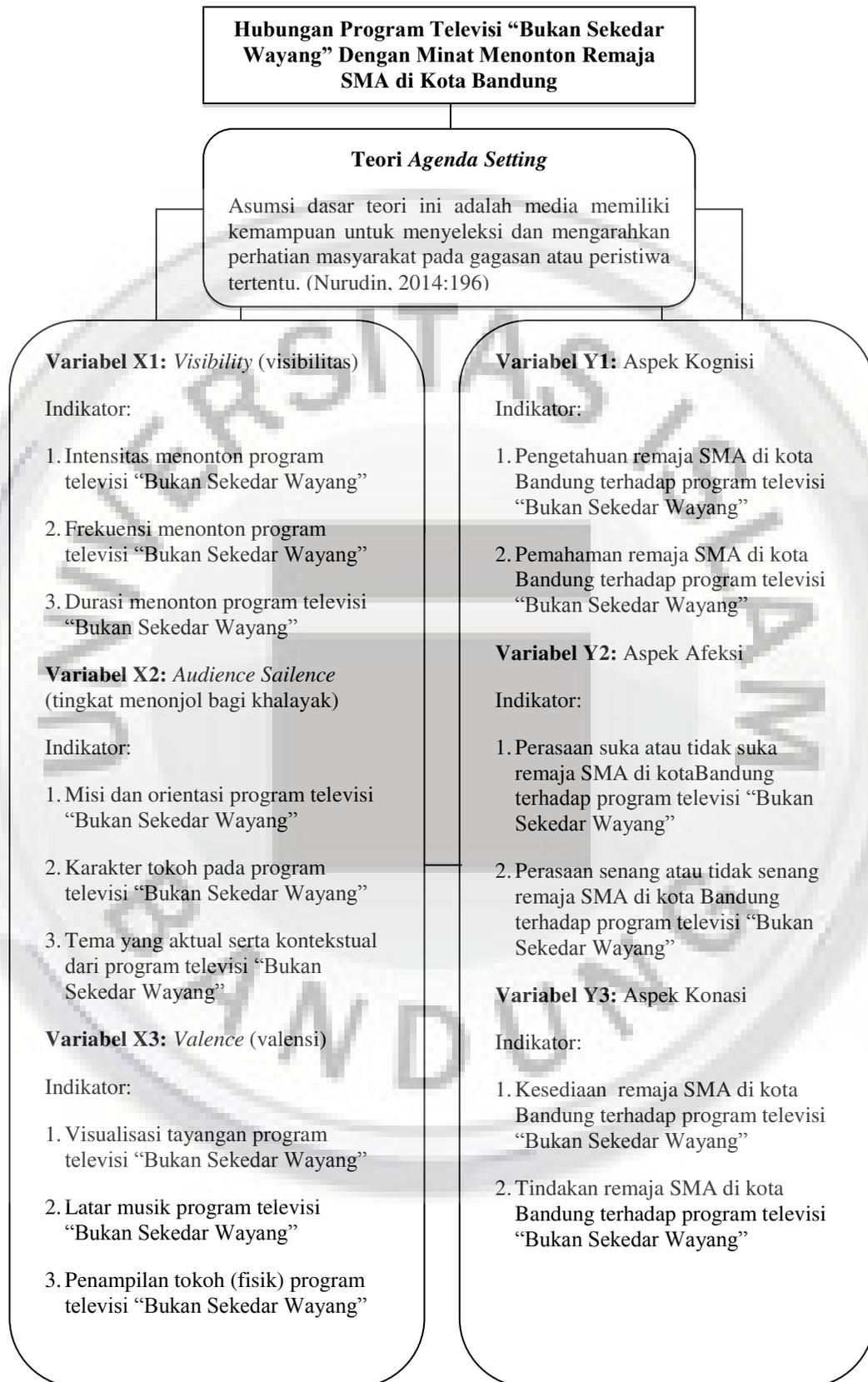
Aspek kognisi berkaitan dengan pemikiran pemirsa mengenai program televisi yang ditonton. Pemikiran tersebut berkaitan dengan penerimaan dari remaja SMAN 5 di kota Bandung dalam menangkap ide dan konsep yang dari program televisi "Bukan Sekedar Wayang". Ide dan konsep tersebut merupakan titik awal dari

penyampaian informasi program televisi kepada pemirsa. Sejauh mana ide dan konsep diterima oleh pemirsa menjadi tolak ukur dari aspek kognisi. Rakhmat (2007) dalam bukunya yang berjudul “Psikologi Pendidikan” menuliskan pendapat Robert (1997) mengenai aspek kognisi komunikasi massa yang dapat diukur melalui pembentukan dan perubahan citra.

Berbeda dengan aspek kognisi, aspek afeksi menekankan kepada perasaan yang dialami oleh pemirsa dalam penelitian ini yaitu remaja SMAN 5 di kota Bandung ketika maupun setelah menonton program televisi. Timbulnya perasaan tersebut, diakibatkan adanya ikatan emosional yang berhasil diberikan. Perasaan yang timbul berpengaruh terhadap keterikatan pemirsa dengan program televisi. Hal itu dapat memberikan efek afeksi seperti yang dikatakan Klapper (1960) dalam Rakhmat (2007) berupa pembentukan dan perubahan sikap.

Selain aspek kognisi dan afeksi, terdapat aspek terakhir yang mempengaruhi minat menonton. Aspek tersebut yaitu aspek konasi di mana pada aspek ini muncul tindakan nyata yang diambil oleh pemirsa setelah menonton program televisi. Minat yang timbul menghasilkan tindakan nyata yg diambil oleh pemirsa. Dalam hal ini, aspek konasi memberikan gambaran mengenai tindakan apa yang diambil oleh remaja SMA di kota Bandung setelah menonton program televisi “Bukan Sekedar Wayang”. Bandura dalam Rakhmat (2007) menjelaskan melalui teori belajar sosial mengenai efek konasi/behavioral dari komunikasi massa yaitu adanya peniruan dan peneladanan (*modelling*).

Gambar 1.1



1.7.2 Hipotesis

Hipotesis Mayor :

$H_0 = 0$, Artinya tidak terdapat Hubungan Antara Program Televisi "Bukan Sekedar Wayang" Dengan Minat Menonton Remaja SMAN 5 di kota Bandung.

$H_1 \neq 0$, Artinya terdapat Hubungan Antara Program Televisi "Bukan Sekedar Wayang" Dengan Minat Menonton Remaja SMAN 5 di kota Bandung.

Hipotesis Minor :

$H_0 = 0$, Artinya tidak terdapat Hubungan Antara *Visibility* (visibilitas) "Bukan Sekedar Wayang" Dengan Minat Menonton Remaja SMAN 5 di kota Bandung.

$H_1 \neq 0$, Artinya tidak terdapat Hubungan Antara *Visibility* (visibilitas) "Bukan Sekedar Wayang" Dengan Minat Menonton Remaja SMAN 5 di kota Bandung.

$H_0 = 0$, Artinya tidak terdapat Hubungan Antara *Audience Salience* (tingkat menonjol bagi khalayak) "Bukan Sekedar Wayang" dengan Minat Menonton Remaja SMAN 5 di kota Bandung.

$H_1 \neq 0$, Artinya tidak terdapat Hubungan Antara *Audience Salience* (tingkat menonjol bagi khalayak) "Bukan Sekedar Wayang" dengan Minat Menonton Remaja SMAN 5 di kota Bandung.

$H_0 = 0$, Artinya tidak terdapat Hubungan Antara *Valence* (valensi) "Bukan Sekedar Wayang" dengan Minat Menonton Remaja SMAN 5 di kota Bandung.

$H_1 \neq 0$, Artinya tidak terdapat Hubungan Antara *Valence* (valensi) "Bukan Sekedar Wayang" dengan Minat Menonton Remaja SMAN 5 di kota Bandung.

