

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kebutuhan masyarakat akan pemahaman dan pengertian terhadap keyakinan yang dianut menjadi keniscayaan yang tidak bisa disangkal, hal ini penting ditengah kompleknya kehidupan sehari-hari masyarakat yang menuntut mereka untuk beraktivitas sehingga menyita waktu mereka untuk membaca atau mempelajari berbagai wacana informasi. Media massa elektronik yang merupakan perangkat yang sangat mudah dan fleksibel menjadi tujuan tepat untuk mendapatkan pemahaman alternatif.

Berbagai macam cara para pakar komunikasi dalam menyampaikan pesannya, juga teknik serta bentuk yang berbeda-beda, seperti halnya komunikasi sensasi yang dibuat dalam penyampaian pesan harus memberikan daya tarik agar dapat di lanjutkan pada proses. Bentuk teknik dan komunikasi pun harus mudah di pahami sesuai dengan latar belakang pendidikan atau segmentasinya meski secara keseluruhan pemirsa memiliki kemampuan pemahaman yang berbeda-beda.

Di era globalisasi saat ini, masyarakat haus akan informasi dan hiburan yang dapat menginspirasi masyarakat. Kebutuhan masyarakat ini terjawab dengan adanya media massa elektronik maupun cetak, televisi merupakan salah satu media informasi yang menyuguhkan program-program baru guna menarik minat pemirsa.

Televisi merupakan salah satu media informasi yang menyuguhkan program-program baru guna menarik minat pemirsa, perkembangan televisi masa kini dapat dikatakan sudah berkembang pesat dengan banyaknya program-program yang bermacam-macam, program yang disuguhkan bervariasi mulai dari acara berita terkini yang aktual dan faktual, *talk show*, musik, sinetron, dan lain-lain. Dari sekian program tayang yang disuguhkan oleh stasiun televisi, penulis akan membatasi kepada salah satu acara yaitu program *talk show*. Dikarenakan program *talk show* ini sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang menginginkan suguhan program televisi yang mampu menyuguhkan informasi sekaligus memberikan hiburan dan mampu menginspirasi masyarakat.

Setiap stasiun televisi mempunyai suatu hal yang sangat penting untuk membuat sebuah peta tentang siapa dan bagaimana khalayak pemirsa yang hendak dirangkulnya. Sebab, dengan mengetahui siapa yang akan dijadikan sasaran, pihak stasiun televisi bisa merancang suatu program yang relevan dengan khalayak yang menjadi target operasi. Dikarenakan semua stasiun televisi berlomba menyuguhkan acara yang dapat menarik minat pemirsa dan tentu saja iklan yang sebanyak mungkin. Sehingga semakin tinggi rating program tersebut semakin besar pula keuntungan yang diperoleh.

Rating pada dasarnya memang menjadi faktor penentu hidup dan matinya suatu program acara televisi, namun data menunjukkan validitas rating dewasa ini dimonopoli, sehingga validitas data tidak ditemukan. Seperti yang dibahas di (<http://forum.detik.com/rating-palsu-ac-nielsen-t37176.html>) bahwa rating di

Indonesia belum terbukti kebenarannya. Hal serupa juga dilontarkan oleh Dedi Corbuzier – *Host talk show* Hitam Putih “Jika Program TV hanya berpatokan pada rating dan share, menurut saya itu salah” #MataNajwa. Hal lain dilontarkan oleh Pak Wisnu Utama Selaku Pemilik Net TV “Kami tidak akan memanfaatkan kesulitan orang demi rating dan *revenue*”.



Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel program *talk show* “Hitam Putih” Trans7 yang sudah berdiri selama 4 tahun dan “Sarah Sechan Show” Net TV yang sudah berdiri selama 1 tahun. Dengan selisi waktu yang berbeda 3 tahun, peneliti anggap dua stasiun televisi tersebut mempunyai konsep program *talk show* yang menarik. Menarik disini karena dua stasiun televisi ini, hampir mempunyai persamaan dalam penyuguhannya, yaitu:

Tabel 1.1
Matriks Persamaan

No.	Persamaan	Trans7	Net TV
1	Durasi selama 60 menit	Mulai pukul 18.30 – 19.30	Mulai pukul 19.00 – 20.00
2	Jeda yang sama	Sebanyak 4 kali	Sebanyak 4 kali
3	Sasaran <i>audience</i>	Remaja dan keluarga	Remaja dan keluarga
4	Tayangan Acara	Senin – Jum'at	Senin – Jum'at

Sumber: Wawancara

Tabel 1.2
Matriks Perbandingan

No.	Perbandingan	Trans7	Net TV
1	Iklan yang ditampilkan	Diperkirakan sebanyak 20-23 iklan.	Iklan yang ditampilkan sebanyak 5 iklan (dimana 4 iklan termasuk program dari acara Net TV dan 1 iklan yang bekerjasama dengan Net Tv), dikarenakan Net TV menggunakan konsep televisi digital.
2	Segmentasi terdapat 3 kali	3 kali segmen, setiap segmen menghadirkan bintang tamu dengan profesi yang hampir mirip satu sama lain dan bahasan tema yang sama.	3 kali segmen, setiap segmen hadir bintang tamu dengan bahasan tema yang berbeda. Dan profesi bintang tamu yang hadir pun berbeda.

Sumber: Wawancara

Program *talk show* “Hitam Putih” Trans7 dan “Sarah Sechan Show” Net TV memiliki kesamaan konsep, jadwal tayang, sasaran *audience*, dan pembawa acara atau *host* yang sudah dikenal masyarakat yang memiliki daya jual tinggi, wawasan luas yang sangat menunjang kepada program yang dibawakan dan penyampainya yang ringan dan interaktif sehingga *audience* dapat memahami dari materi yang disampaikan.

Dari kedua acara *talk show* Trans7 dan Net TV sudah mencakup fungsi dari televisi, kedua stasiun televisi ini berlomba-lomba untuk menghadirkan bintang tamu yang luar biasa dan menampilkan suguhan-suguhan yang menarik. Oleh karena itu dengan kesamaan konsep program disini penulis ingin melakukan komparasi antara program *talk show* Hitam Putih dan Sarah Sechan Show, penulis ingin mengkomparasikan pendapat dari mahasiswa Universitas Islam Bandung terhadap kreativitas program *talk show* Hitam Putih dan Sarah Sechan Show guna mengkaji reputasi stasiun televisi.

Populasi yang dipilih pada penelitian ini adalah mahasiswa/i Universitas Islam Bandung, yang pernah menonton acara Program *Talk Show* Trans7 “Hitam Putih” dan Program *Talk Show* Net TV “Sarah Sechan Show”. Peneliti memilih mahasiswa/i Universitas Islam Bandung, karena mahasiswa adalah kelompok masyarakat yang membutuhkan informasi melalui acara yang bermanfaat yaitu acara *talk show* yang menyuguhkan informasi, *education* dan hiburan. Selain itu karena usia mahasiswa yang produktif dan mahasiswa cenderung mempunyai waktu luang untuk menonton acara *talk show*.

Maka dari itu, stasiun televisi saling berlomba dalam kreativitas program yang dirancang untuk menarik perhatian pemirsa yang menonton acara tersebut terlihat menarik. Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul:

Perbandingan Kreativitas Program *Talk Show* Trans7 Dengan Net TV

Dalam Membangun Reputasi Berdasarkan Opini Pemirsa

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah seperti yang telah diuraikan, maka penulis merumuskan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

“Bagaimana Perbandingan Kreativitas Program Talk Show Trans7 Dengan Net TV Dalam Membangun Reputasi Berdasarkan Opini Pemirsa?”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka rumusan masalah yang akan di bahas sebagai berikut:

1. Bagaimanakah opini pemirsa terhadap program *talk show* Hitam Putih & Sarah Sechan Show ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui opini pemirsa terhadap program *talk show* Hitam Putih dan Sarah Sechan Show.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan gambaran mengenai opini mahasiswa Universitas Islam Bandung terhadap program acara *talk show* Hitam Putih dan Sarah Sechan Show. Serta memberikan manfaat sebagai bahan masukan maupun kajian, guna untuk membangun reputasi yang positif bagi program acara televisi tersebut.

2. Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap ilmu komunikasi di Universitas Islam Bandung, serta berbagai macam ilmu teori yang bersangkutan dengan penelitian.

1.5 Ruang Lingkup dan Pengertian Istilah

1.5.1 Ruang Lingkup

Untuk memperjelas sasaran penelitian dan untuk mencapai pembahasan yang lebih terarah, peneliti membatasi masalah pada hal-hal berikut :

1. Opini mahasiswa Universitas Islam Bandung terhadap kreativitas program *talk show* Hitam Putih dengan Sarah Sechan Show guna mengkaji reputasi stasiun televisi
2. Objek penelitian dalam menentukan responden adalah mahasiswa Universitas Islam Bandung angkatan 2011, yang pernah menonton acara *talk show* Trans7 “Hitam Putih” dan Net TV “Sarah Sechan Show”.
3. Tempat penelitian akan dilakukan oleh Peneliti di:
 - a. Universitas Islam Bandung (UNISBA), Jln. Taman Sari No.1 Bandung.
 - b. Trans7, Gedung Trans Crop, Jl. Kapt. Tendean Kav. 12-14A, Jakarta Selatan. Gedung Menara Bank Mega Lt.10.

- c. PT. Net Mediatama Indonesia, Jl. Dr. Ide Anak Agung Gede Agung KV.E.3.2 No.1. Gedung The East Lt. 28 Mega Kuningan, Jakarta Selatan.
- d. Penelitian ini dilakukan oleh penulis selama periode Maret 2014 s/d Juni 2014 .

1.5.2 Pengertian Istilah

1. Definisi komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang dikontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (Rakhmat, 2003: 188).
2. Televisi adalah alat penangkap siaran bergambar, yang berupa audio visual dan penyiaran videonya secara broadcasting. Istilah ini berasal dari bahasa Yunani yaitu *tele* (jauh) dan *vision* (melihat), jadi secara harfiah berarti “melihat jauh”, karena pemirsa berada jauh dari studio tv. (Ilham Z, 2010:255).
3. WorldQ Dictionary & Encyclopedia mendefinisikan *talk show* sebagai program televisi atau radio tempat *audience* berkumpul bersama untuk mendiskusikan bermacam-macam topik yang dibawakan oleh seorang pembawa acara. Pengertian lain tentang *talk show* adalah program yang mengombinasikan talk dan show, dan materi acara berupa struktur percakapan atau *structured conversation* (Rose, 1985:330).

4. Menurut Dan Nimmo, dalam bukunya *Political Communication and Public Opinion and America*, yaitu:
“Opini adalah tanggapan aktif terhadap rangsangan, tanggapan yang disusun melalui interpretasi personal yang diturunkan dan turut membentuk citra. Setiap opini merefleksikan organisasi yang kompleks terdiri atas tiga komponen – kepercayaan, nilai, dan pengharapan.” (dalam Rakhmat, 2006:10).
5. Percakapan dapat didefinisikan sebagai suatu urutan interaksi dengan awal dan akhir yang jelas, saling bergantian dan memiliki semacam arah atau seperangkat tujuan. Menurut Littlejohn dan Foss, percakapan dikontrol oleh sejumlah aturan, memiliki struktur dan menunjukkan adanya kesatuan serta memiliki makna.
6. Salk Mardianto, pertunjukan adalah semua tingkah laku yang dilakukan seseorang didepan orang lain dan mempunyai pengaruh terhadap orang tersebut. Richard Schenel, pertunjukan adalah sebuah proses yang memerlukan waktu dan ruang, dimana pertunjukan mempunyai bagian awal, tengah, dan akhir.
7. Penelitian komparatif adalah sejenis penelitian deskriptif yang ingin mencari jawaban secara mendasar tentang sebab-akibat, dengan menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya ataupun munculnya suatu fenomena tertentu. Jadi penelitian

komparatif adalah jenis penelitian yang digunakan untuk membandingkan antara dua kelompok atau lebih dari suatu variabel tertentu (Nazir, 2005: 58).

1.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

1.6.1 Kerangka Pemikiran

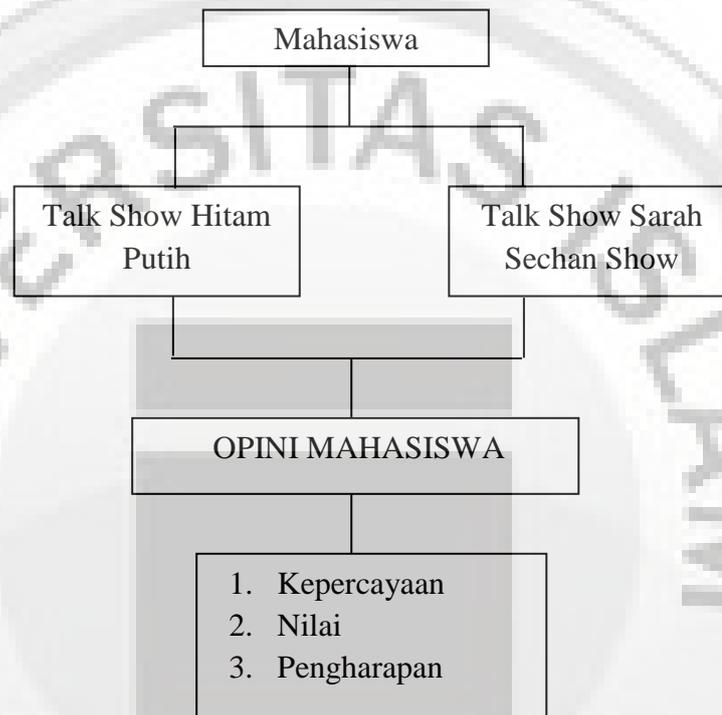
Televisi yang berhasil, yaitu televisi yang mengemas program acara semenarik mungkin sehingga dapat mempengaruhi pemirsa yang menonton. Hal ini diartikan, pesan yang dikirimkan akan mengenai tepat sarannya yaitu penerima pesan atau pemirsa. Dari sekian program tayang yang disuguhkan oleh stasiun televisi, program *talk show* ini sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang menginginkan suguhan program televisi yang mampu menyuguhkan informasi sekaligus memberikan hiburan dan mampu menginspirasi masyarakat.

Mahasiswa sebagai sekelompok masyarakat yang membutuhkan informasi melalui acara yang bermanfaat, yaitu program *talk show* Hitam Putih dan Sarah Sechan Show ditinjau dari kepercayaan, nilai dan pengharapan dari program tersebut.

Maka disini dapat dilihat dari kerangka pemikirian teori agenda seting, dimana dengan opini mahasiswa terhadap kreativitas program *talk show* Trans7 “Hitam Putih” dan Net TV “Sarah

Sechan Show” dari opini menimbulkan pandangan pemirsa mengenai reputasi stasiun televisi.

Bagan Kerangka Pemikiran



1.6.2 Hipotesis

Pengertian hipotesis, berasal dari dua kata; *hypo* dan *thesis*. Yaitu istilah *hypo* (hipo) berarti ‘kurang dari,’ dan *thesis* (tesa) yang berarti ‘pendapat’. Jadi hipotesis (*hypothesis*) adalah suatu pendapat atau kesimpulan yang sifatnya masih sementara (Soeratno, 2000:2.2), dan arti sesungguhnya belum bernilai (mencapai) sebagai suatu tesis yang belum diuji kebenarannya. Tujuan pengujian hipotesis untuk menentukan apakah jawaban

teoritis tersebut telah tertuang dalam pernyataan hipotesis yang didukung dengan fakta-fakta dikumpulkan dan dianalisis yang kemudian diproses melalui pengujian ilmiah.

Hipotesis kuantitatif komparatif

H0: Tidak ada perbedaan kreativitas program *talk show* Trans7 (Hitam Putih) dengan Net TV (Sarah Sechan Show) dalam membangun reputasi berdasarkan opini pemirsa.

H1: Terdapat perbedaan kreativitas program *talk show* Trans7 (Hitam Putih) dengan Net TV (Sarah Sechan Show) dalam membangun reputasi berdasarkan opini pemirsa.