

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Media komunikasi adalah alat atau saran yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media bisa bermacam-macam bentuknya misalnya dalam komunikasi antar pribadi, panca indera sebagai media komunikasi. Selain panca indera ada juga saluran seperti telephone, surat, yang digolongkan sebagai media komunikasi antar pribadi.

Media massa juga merupakan sebuah alat sebagai media utama dalam proses komunikasi massa. Karena pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa. Media massa telah menjadi fenomena tersendiri dalam proses komunikasi massa dewasa ini.

Ketergantungan yang tinggi pada media massa akan mendudukkan media sebagai alat yang akan ikut membentuk apa dan bagaimana masyarakat. Hal tersebut juga terjadi karena pola perkembangan manusia modern yang cenderung serba instan. Masyarakat pada era globalisasi sekarang ini lebih menggemari kebiasaan menonton daripada kebiasaan membaca. Mereka juga tidak lagi suka membeli surat kabar atau majalah, berganti dengan berminatnya media elektronik yang menampilkan audio dan visual.

Televisi adalah media massa yang paling penting menurut saya. Karena televisi mengandung unsur audio dan visual. Masyarakat dapat dengan mudah mengetahui suatu berita atau mencari hiburan menggunakan televisi. Apalagi sekarang sudah ada aplikasi televisi online yang menggabungkan dengan teknologi internet sehingga cepat untuk diakses dan dapat dilihat dimanapun melalui gadget yang digunakan oleh masyarakat.

Televisi merupakan media massa elektronik yang menampilkan audio visual yang mampu menyebarkan informasi secara tepat dan memiliki kemampuan mencapai khalayak dalam jumlah tak terhingga pada waktu yang bersamaan. Televisi dengan berbagai acara yang ditayangkannya telah mampu menarik minat pemirsanya dan membuat pemirsanya ketagihan untuk selalu menyaksikan acara-acara yang ditayangkan.

Dalam kajiannya, televisi merupakan media komunikasi yang efektif dalam penyampaian pesan. Namun, dibalik keefektifannya, televisi masih saja terdapat dampak negatif dari televisi seperti dalam buku *Awas Tayangan Televisi, Tayangan Misteri dan Kekerasan Mengancam Anak Anda*, penayangan kekerasan di televisi membuat perilaku anak menjadi agresif (Surbakti : 2008 : 25). Televisi merupakan satu di antara berbagai tanda teknologi bahwa pengetahuan manusia telah berkembang luas. Secara teknis, televisi memiliki kemampuan yang lebih menarik dalam penyampaian informasi maupun hiburan.

Kini semakin berkembangnya program acara televisi seperti misalnya, sinetron, FTV, drama, talkshow, dokumenter, film, kuis, musik, intruksional dan jenis program lainnya. Dan stasiun tv pun semakin berlomba- lomba dalam

mempertahankan atau meningkatkan minat para penontonnya dengan meningkatkan mutu talent atau artis. Akan tetapi semakin banyak stasiun televisi yang tidak memperhatikan gaya bahasa yang baik dan benar. Terutama bagi target penontonnya yang masih dibawah umur atau bimbingan orangtua. Begitupula banyak program televisi yang tidak mengandung unsur edukasi bagi penikmatnya. Suatu produksi program televisi yang melibatkan banyak peralatan, orang dan dengan sendirinya lalu dengan biaya besar, selain memerlukan suatu organisasi yang rapi juga perlu suatu tahap pelaksanaan produksi yang jelas dan efisien (Fred Wibowo, 2009:38-44). Para pekerja televisi dituntut kreatif dalam mengemas dan menyajikan program yang sesuai dengan kriteria targetnya, seperti contohnya sinetron, *talkshow*, *variety show*, drama, *infotainment* hingga *reality show*.

Perkembangan dunia pertelevisian kita semakin ramai dan banyaknya pilihan stasiun televisi di Indonesia seperti TVRI, SCTV, Indosiar, TV One, Global TV, MNC TV, Trans TV, Trans 7, RCTI , ANTV, Metro TV, Net TV, Rajawali TV.

Dengan banyaknya bermunculan stasiun televisi di Indonesia, menyebabkan persaingan dalam menayangkan program yang bukan hanya mendidik tapi juga menghibur dan juga bersifat informatif. Setiap stasiun televisi memiliki program yang bervariasi seperti berita, sitkom, sinetron, *talk show* , *reality show*, film, olahraga, musik, dan lain sebagainya.

Menurut Naratama (2004:63) menjelaskan bahwa, “Format acara televisi atau program acara 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”.

Program yang ingin diteliti oleh penulis adalah acara sitkom yang ditayangkan oleh stasiun televisi NET TV yaitu “OK-JEK”. Program OK-JEK adalah program yang hadir setiap hari Senin-Jumat pada pukul 19.00 WIB. Program ini berisikan pemain film dan sinetron ternama seperti Ibnu Jamil, Atiqah Hasiholan, Jajang C. Noer, Dodit Mulyanto, Baby Jovanca, dan lain sebagainya.

Program ini menceritakan tentang pekerjaan sebagai pengemudi ojek online yang saat ini sedang booming di Indonesia. Sehubungan dengan maraknya transportasi online terutama ojek online yang saat ini banyak tersebar di Jakarta dan daerah lainnya, maka program ini dirasa banyak menarik perhatian pemirsa. Dan program ini dirasa cukup berbeda dengan program sejenis yang ada pada stasiun televisi lainnya. Karena itulah penulis ingin mengangkat dan meneliti tentang minat menonton dan daya tarik terhadap program OK-JEK di NET TV. Seberapa besar minat menonton Warga Kelurahan Grogol Jakarta Barat terhadap program OK-JEK di NET TV dan apakah yang menjadi daya tariknya dalam menonton program tersebut.

“Minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator” (Effendy, 2003:305).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia daya tarik adalah kemampuan untuk menarik (memikat) perhatian. Sedangkan dalam Kamus Komunikasi, daya tarik

(*appeals*) adalah memiliki pengertian yaitu kekuatan yang mampu memikat perhatian.

Daya tarik menurut Onong Uchjana Effendy adalah “Kekuatan atau penampilan komunikator yang dapat memiliki perhatian komunikan”. (Effendi, 2005:33)

Dan daya tarik dari pemain OK-JEK ini adalah salah satu kunci suksesnya serial ini. Selain beberapa pemain yang memang sebelumnya sudah terkenal di berbagai film layar lebar maupun televisi, OK-JEK juga menampilkan beberapa wajah baru di televisi.

Dalam penelitian ini, subjek yang diambil sebagai sampel oleh penulis adalah Warga Kelurahan Grogol Jakarta Barat. Alasan penulis memilih sampel ini karena kebanyakan dari mereka suka menonton sitkom OK-JEK apalagi para pemainnya cukup terkenal. Berdasarkan uraian di atas, penulis melakukan penelitian dengan judul “Daya Tarik Pemeran Dodit dalam Program Acara OK-JEK NET TV Terhadap Minat Menonton Warga Kelurahan Grogol, Jakarta Barat” .

## **1.2 Rumusan Masalah**

Sehingga dengan latar belakang pemilihan judul di atas, saya membatasi masalah yaitu :

1. Bagaimana Daya Tarik Pemeran Dodit dalam program Acara “OK-JEK” di NET TV ?
2. Bagaimana Minat Menonton Warga Kelurahan Grogol Jakarta Barat Terhadap Program Acara OK-JEK di NET TV ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan yang ada di atas maka tujuan diadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang “Daya Tarik Pemeran Dodit Program Acara OK-JEK NET TV Terhadap Minat Menonton Warga Kelurahan Grogol, Jakarta Barat”?

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Akademis**

Secara akademis bagi Fakultas Ilmu Komunikasi hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memberikan sumbangan pemikiran di bidang studi broadcasting khususnya mengenai Daya Tarik Pemeran Dodit Program Acara OK-JEK di NET TV Terhadap Minat Menonton Warga Kelurahan Grogol Jakarta Barat.

#### **1.4.2 Praktisi**

Secara praktis mengetahui secara langsung minat sebuah kelompok masyarakat yang dalam hal ini remaja Kelurahan Grogol Jakarta Barat terhadap program acara OK-JEK NET TV

### **1.5 Sistematika Penelitian**

Untuk mengetahui gambaran serta keseluruhan untuk mempermudah penelitian dalam membuat laporan Seminar dan Teknik Penulisan Ilmiah ini, maka penelitian terbagi dalam 3 BAB yaitu:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, (Teoris dan praktis), sistematika penelitian.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini mengurai kan tentang Tinjauan Pustaka, Definisi Komunikasi, Definisi Komunikasi Massa, Definisi Peran, Definisi Program Televisi, Teori SOR, konsep yang berkaitan dengan permasalahan, serta kerangka pemikiran yang menggambarkan hubungan antar konsep.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang desain penelitian sumber data, bahan penelitian, populasi dan sample, unit analisis, teknik pengumpulan data, reliabilitas dan validitas alat ukur serta teknik analisis data.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi subjek penelitian, hasil penelitian, uji hipotesis, dan pembahasan.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.