

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan jaman dan rasa keingintahuan manusia akan informasi, membuat media massa memiliki peran yang sangat penting. Media massa adalah sarana untuk menyebarkan pesan dari komunikator ke komunikan. Media massa yang terdiri dari media massa cetak dan elektronik dapat membantu khalayak untuk mendapatkan informasi dari banyaknya media massa yang ada dan semakin berkembang. Dari banyaknya media massa yang ada, salah satu media yang sangat berpengaruh kepada khalayak atau masyarakat banyak adalah Televisi.

Kemajuan dan perkembangan televisi tidak lepas dari teleskop (*telescope*) oleh Galilei pada tahun 1608. sesudah tahun 1800, akhirnya ditemukan elemen-galvanik yang memungkinkan dibangkitkannya aliran listrik. Sejak satelit komunikasi palapa diluncurkan pada tahun 1976, terjadi revolusi besar dalam kehidupan sehari-hari rakyat Indonesia. Televisi sebagai sarana penerangan, stasiun televisi selain menyiarkan informasi dalam bentuk siaran pandangan mata, atau berita.

Media televisi menyediakan informasi dan kebutuhan manusia dengan sajian program-program yang terdiri dari berita, drama, hiburan, dan lain-lain. Saat ini di Indonesia sendiri dunia pertelevisian berkembang sangat pesat, terbukti dengan munculnya TVRI sebagai stasiun televisi negara pada tahun 1962 lalu diikuti dengan munculnya stasiun-stasiun televisi swasta seperti RCTI, SCTV, MNC, INDOSIAR, ANTV, METROTV, TRANSTV, TRANS 7, GLOBAL TV, TV One, JAK TV, O CHANNEL, CTV BANTEN, SPACETOON, DAAI TV. Televisi pay bayar yaitu MNC Channel berusaha masuk mengikuti industry-industri tv local.

Televisi merupakan salah satu bentuk media massa elektronik yang menayangkan fungsi informasi, hiburan, pendidikan, kontrol sosial sesuai dengan fungsi media massa. Sesuai dengan fungsinya, televisi juga memberikan inspirasi yang kreatif kepada khalayak. Karena itulah media penyiaran televisi harus sangat kreatif dalam membuat sebuah program dan mengolah sebuah informasi agar terlihat lebih menarik namun tetap pada tujuan dari pemberian informasi itu sendiri. Televisi juga dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat umum dari berbagai kalangan, dari dewasa, remaja, hingga anak-anak.

Berbicara mengenai isi acara televisi, beragam acara pun telah dihadirkan oleh televisi kepada khalayaknya. Mulai dari tayangan berita (*news*), *infotainment*, film, sinetron, *reality show*, komedi situasi, *talk show*, iklan maupun beragam tayangan internasional. Dan karena semakin banyaknya isi acara televisi pada saat ini, persaingan antar stasiun televisi menjadi semakin ketat. Saling berupaya keras untuk mencaritahu apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh masyarakat dari program televisi yang diciptakan. Agar mendapat perhatian dari pemirsa, stasiun televisi berusaha untuk memberikan acara hiburan dan informasi seperti acara musik, komedi, laga, berita olah raga dan lain-lain yang menjadi kebutuhan pemirsa itu sendiri.

Bagi sebagian khalayak atau pemirsa, program-program yang ditayangkan di televisi juga memberikan ide-ide untuk menyalurkan hobi yang salah satunya adalah otomotif. Di Indonesia, khususnya di Jakarta yang memiliki tingkat sosial dan gaya hidup yang tinggi membuat hobi di bidang ini banyak digemari oleh berbagai kalangan terutama di kalangan anak muda, dan saat ini banyak sekali perkumpulan dari berbagai jenis club mobil. Hal inilah yang dilirik oleh sebagian stasiun televisi salah satunya Metro TV. Metro TV menghadirkan sebuah program yang mengulas berbagai informasi seputar dunia otomotif yang bernama Autozone dengan format *Magazine Show*. “*Magazine Show* adalah format acara TV yang mempunyai format menyerupai

majalah (media cetak), yang di dalamnya terdiri dari berbagai macam rubrik dan tema yang disajikan dalam reportase aktual atau timeless sesuai dengan minat dan tendensi dari target penontonnya” (Naratama 2004:171)

Autozone Metro TV akan meliput berbagai kegiatan otomotif dari berbagai komunitas yang ada di Indonesia. Liputan produk-produk terbaru dari dunia otomotif juga akan dihadirkan disini untuk melengkapi referensi Otomotif. Program ini tayang hari sabtu mulai pukul 14.30-15.00 WIB, tidak hanya refensi mobil-mobil baru tetapi autozone juga menampilkan tips-tips mengenai mobil.

Berdasarkan pengamatan sementara yang dilakukan oleh peneliti terhadap 5 pemirsa autozone, masing-masing memiliki motif yang berbeda satu sama lain untuk menonton program ini. 2 pemirsa mengatakan menonton program autozone untuk mendapatkan informasi mengenai produk terbaru mobil, ada pula yang menonton untuk mengetahui kegiatan di dunia otomotif, mengisi waktu luang, mencari referensi modifikasi mobil.

Selanjutnya pemirsa autozone mengaku senang dengan program ini karena tidak stasiun televisi menayangkan berita otomotif. Mereka merasa puas karena dapat memenuhi kebutuhan informasi mereka. Namun, karena waktu durasinya hanya sebentar yaitu hanya 30 menit, tidak semua pemirsa merasa puas.

Melihat dari motif pemirsa yang berbeda-beda untuk menonton program autozone peneliti tertarik untuk meneliti motif mana yang paling banyak di gunakan dan kepuasan mana yang di rasakan oleh pemirsa setelah menyaksikan program ini. Dan dalam penelitian ini yang di jadikan objek penelitian yaitu komunitas Toyota Yaris Indonesia di Jakarta karena sesuai dengan segmentasi penonton yang di bidik oleh program Autozone. Toyota Yaris Club Indonesia ini dibentuk pada 19 Agustus 2006. Toyota Yaris Club Indonesia ini di kenal dengan TYCI. TYCI

sudah menyebar keanggotaannya, bukan hanya di Jakarta, melainkan juga di Bandung, Medan, Padang, Makasar, Lampung, Palembang, Pekanbaru, Surabaya, Jogja, Semarang, Malang, serta Bali. Penulis memilih komunitas ini karena mereka yang menyukai tentang mobil-mobil dan masuk dalam segmentasi pemirsanya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Setiap khalayak akan secara sadar memilih media mana yang akan digunakan untuk memuaskan kebutuhan mereka dengan motif yang berbeda satu sama lain, khususnya program acara Autozone di Metro TV dan salah satu segmen penontonnya yaitu Komunitas Toyota Yaris Club Indonesia yang juga memiliki motif dan kepuasan menonton yang berbeda satu sama lain .

Maka berdasarkan penjelasan tersebut, rumusan masalah yang peneliti ajukan untuk penelitian ini adalah:

**“Bagaimana Motif dan Kepuasan Menonton Komunitas Toyota Yaris Club Indonesia Pada Program Autozone di Metro TV”**

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah mengenal apa saja yang hendak dicapai. Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka penelitian bertujuan untuk :

- 1) Mengetahui motif menonton komunitas Toyota Yaris Club Indonesia
- 2) Mengetahui kepuasan menonton komunitas Toyota Yaris Club Indonesia

## **1.4 Manfaat penelitian**

Terdapat dua manfaat dalam penelitian ini, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis :

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi dalam rangka penelitian tentang motif dan kepuasan menonton terutama bagi mahasiswa fakultas Ilmu Komunikasi.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

- 1) Bagi stasiun televisi Metro TV khususnya tim produksi program Autozone, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan tentang motif pemirsa yang menonton program Autozone.
- 2) Dan penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi stasiun televisi Metro TV, terutama digunakan sebagai bahan riset untuk melihat kepuasan menonton dari pemirsa yang menjadi segmen program tersebut.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dan memberikan arahan bagi penulisan laporan agar menjadi satu kesatuan, maka penulisan terbagi dalam 5 BAB yaitu :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian (manfaat teoritis dan manfaat praktis) dan sistematika penulisan.

#### **BAB II KERANGKA TEORI**

Bab ini berisikan tinjauan pustaka, operasional variabel, kerangka pemikiran.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi tentang desain penelitian yang digunakan, sumber data, populasi dan sampel, bahan penelitian dan unit analisis, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

#### **BAB IV ANALISA PENELITIAN**

Bab ini akan menjelaskan tentang subjek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi uraian tentang kesimpulan yang didapat peneliti dan saran agar menjadi lebih baik.