

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Komunikasi merupakan inti dari kehidupan. Dalam hidup, apa saja yang kita lakukan perlu melibatkan aktivitas yang disebut komunikasi. Komunikasi dapat dilakukan secara verbal maupun non-verbal. Komunikasi yang lazim digunakan dalam kehidupan sehari-hari adalah berbicara. Apa yang kita katakan dan bagaimana mengatakannya akan mempengaruhi sukses tidaknya kita dalam kehidupan. Karena itu komunikasi merupakan hal terpenting dalam menunjukkan keberadaan seseorang. Komunikasi tidak saja dilakukan antar persona, tetapi dapat pula melibatkan sekian banyak orang. Komunikasi yang melibatkan sekian banyak orang dikenal dengan Komunikasi Massa.

Komunikasi massa merupakan proses sebuah organisasi dalam menyampaikan pesan kepada khalayak yang tersebar untuk mencapai tujuan tertentu. Komunikasi massa memiliki karakteristik, diantaranya komunikasi ditujukan pada khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim. Pada proses komunikasi massa diperlukan adanya media sebagai alat untuk menyampaikan pesan. Media yang digunakan tentunya memiliki ciri khas masing-masing.

Media Massa adalah alat untuk mengkomunikasikan pesan secara serempak kepada khalayak. Media massa terbagi menjadi media massa cetak dan media massa elektronik. Salah satu media massa elektronik yang sudah

dikenal oleh khalayak adalah televisi. Televisi dengan karakteristik audio visualnya, mampu mempengaruhi orang banyak. Khalayak dapat menyaksikan setiap acara yang disajikan oleh stasiun televisi. Penyaluran informasi dengan menggunakan media massa terbagi atas dua bagian yaitu : media massa periodik yang berarti terbit secara teratur pada waktu-waktu yang sudah ditentukan sebelumnya. Seperti surat kabar, televisi, radio, dll. Dan media massa nonperiodik yang berarti bersifat sementara (eventual) tergantung pada peristiwa yang diselenggarakan. Seperti rapat, seminar, dll. Dalam penelitian ini penulis akan membahas tentang media televisi. Media massa, dapat menimbulkan sikap yang baik maupun tidak baik kepada audiens. Menurut Maxwell McCombs dan Donald Shaw,” Audiens tidak hanya mempelajari berita-berita dan hal-hal lainnya melalui media massa, tetapi juga mempelajari seberapa besar arti penting diberikan pada suatu isu atau topik dari cara media massa memberikan penekanan terhadap topik tersebut.”( S.Djuarsa Sendjaja, Dkk, Teori komunikasi. Jakarta: Pusat penerbitan Universitas Terbuka, 2004, 25)”

Televisi mempunyai karakteristik meluas, heterogen, anonim, tersebar, serta tidak mengenal batas geografis kultural dalam menyampaikan informasi kepada khalayak. Oleh karena itu informasi yang diberikan dapat diterima secara cepat dan serentak. Televisi sebagai bagian dari kebudayaan audio visual merupakan media paling berpengaruh dalam membentuk sikap dan keperibadian masyarakat secara luas.

Menonton program televisi berarti audience memperhatikan. Lalu menyimpulkan informasi-informasi yang diterima oleh panca indra khususnya

mata telinga lalu menafsirkannya dan diolah menjadi sebuah pengalaman tentang objek, peristiwa dan hubungan yang diperoleh. Kemudian hal tersebut akan membentuk sebuah pengetahuan dan akan membuat perilaku audience berubah. Proses-proses ini di sebut dengan sikap.

Sikap adalah evaluasi umum yang dibuat manusia terhadap dirinya sendiri, orang lain, obyek atau isue. (Petty, cocopio, 1986 dalam Azwar S., 2000 : 6). Sikap adalah merupakan reaksi atau respon seseorang yang masih tertutup terhadap suatu stimulus atau objek (Soekidjo Notoatmojo, 1997 : 130).Sikap adalah pandangan-pandangan atau perasaan yang disertai kecenderungan untuk bertindak sesuai sikap objek tadi (Heri Purwanto, 1998 : 62).

Dalam era globalisasi sekarang ini kebutuhan akan informasi sangatlah penting. Hal ini dapat terlihat dari semakin berkembangnya media komunikasi dan Informasi telah memungkinkan orang di seluruh dunia untuk dapat berkomunikasi. Oleh sebab itu sangat dibutuhkan peran media massa untuk memenuhi kebutuhan akan informasi tersebut. Di Indonesia pertumbuhan media massa berkembang sangat signifikan melihat perkembangan pertelevisian, radio maupun cetak sangat pesat. Televisi saat ini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak orang yang menghabiskan waktunya lebih lama di depan pesawat televisi di bandingkan dengan waktu yang di gunakan untuk mengobrol dengan keluarga atau untuk membaca buku. Hal ini memicu para pemilik modal berlomba-lomba melebarkan sayapnya di Industri pertelevisian sehingga stasiun televisi di Indonesia mulai bermunculan.

Dahulu perkembangan televisi di Indonesia berjalan lambat. Hampir selama 27 tahun masyarakat Indonesia hanya menonton satu-satunya siaran televisi yang ada, Bermula dari stasiun televisi milik pemerintah (TVRI) pada tanggal 24 Agustus 1962 dan kini telah berkembang menjadi belasan Televisi Swasta yang berada di Jakarta dan Daerah. Pada tahun 1989, pemerintah memberikan izin operasi kepada kelompok usaha Bimantara untuk membuka stasiun televisi RCTI yang merupakan Televisi swasta pertama di Indonesia, di susul kemudian dengan TRANSTV, Indosiar, ANTV, dan TPI. Pasca era reformasi tahun 1998, kebutuhan masyarakat akan informasi semakin bertambah dan kebebasan pers menjelang tahun 2000 di resmikan serentak lima stasiun televisi swasta baru yaitu Metro TV, Trans TV, Trans 7, TV One, dan Global TV. Sehingga kini penonton televisi Indonesia memiliki banyak pilihan untuk menikmati berbagai program televisi.

Dengan banyaknya jumlah stasiun televisi di Indonesia menyebabkan industri pertelevisian semakin kompetitif dalam menyajikan program-program unggulannya dan membuat peta persaingan di layar kaca semakin ketat. Adu program pun dilakukan untuk memperebutkan pemirsa dan pengiklan. Setiap stasiun televisi dapat menayangkan berbagai program yang jumlahnya sangatlah banyak dan beragam seperti berita, film, sinetron, olah raga, musik, kuis, games show, reality show, variety show dan sebagainya. Program komedi merupakan program yang banyak disukai khalayak terutama remaja.

Trans 7 mempunyai program acara komedi, salah satu program acara komedi yang dimiliki oleh Trans 7 adalah program komedi Opera Van Java.

Opera Van Java (disingkat OVJ) adalah acara komedi di stasiun televisi Indonesia, Trans 7. Ide acaranya adalah pertunjukkan wayang orang versi modern.

Di OVJ, aktor dan aktris yang mengisi acara diberi aba-aba untuk berimprovisasi tanpa menghafal naskah sebelumnya, dengan panduan seorang dalang. Para "wayang" diperankan oleh beberapa pelawak, seperti Nunung, Azis Gagap, Andre Taulany, Sule, Desta dan dalang diperankan Parto Patrio. Adapula para pemain musik tradisional lengkap dengan alat musik khas Sunda dan Jawa yang dimainkan oleh para lulusan STSI Bandung, tempat Sule kuliah dan sinden yang menyanyikan lagu pop. Bintang tamu juga kerap ditampilkan pada tiap episodenya.

Lakon-lakon yang dimainkan biasanya tentang cerita rakyat Indonesia yang dimodifikasi, cerita tentang karir seseorang yang terkenal, cerita rekaan, cerita hantu, cerita dari negara lain, atau cerita dari hal-hal yang sedang populer. Keunikan OVJ adalah lawakan dilakukan dengan improvisasi dan mengandalkan panduan dalang, namun selalu berantakan karena para pelawak pasti melenceng dari garis besar yang dibacakan dalang. Kalau sudah seperti itu, sang dalang sendiri akan turun tangan dengan perasaan kesal karena diabaikan. Ia akhirnya ikut naik ke panggung dan mengawasi cerita, seringkali ikut campur atau bahkan malah dipermainkan.

Salah satu bagian yang berperan penting terhadap keunggulan program Opera Van Java adalah kemampuan para tim Wardrobe. Mereka bertugas untuk menciptakan ide-ide kreatif dalam mendesain kostum untuk para bintang tamu

atau selebirti sehingga menjadi sebuah kostum yang cocok dan berkualitas dan dapat menaikkan rating program acara tersebut.

Wardrobe pada awalnya didefinisikan sebagai lemari besar penyimpanan untuk keperluan penyimpanan busana maupun aksesoris berupa perhiasan dan juga sepatu di era kejayaan kekaisaran Prancis Ratu Marie Antoinette. Namun pada era revolusi industri banyak bermunculan theater-theater yang mengaplikasikan wardrobe ini sebagai istilah baku lain dari busana atau costume dalam kinerja produksi mereka. Haulman, Kate. *The Politics of Fashion in Eighteenth-Century America*. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 2011.

Wardrobe dikenal sebagai divisi yang mengutamakan nilai-nilai estetika dalam hal kelayakan tampil/ siar, yang mengutamakan performance atau tampilan keseluruhan dalam menyajikan tampilan menarik untuk dilihat dan juga menghibur secara visual. Fungsi dan peranan wardrobe sendiri dalam dunia media elektronik tidak bisa dipungkiri menjadi sesuatu yang penting. Terhitung sejak ditemukan seni peran/theater yang dipentaskan dalam skala yang kecil, seni tata busana atau wardrobe sudah menjadi bagian penting dalam membangun sebuah karakter dan juga komunikasi intrapersonal/individual. Dengan mengembangkan strata dalam pementasan yang memisahkan antara pihak-pihak yang berkuasa dengan pihak-pihak rakyat jelata/kaum miskin pada saat itu.

Berkaitan dengan tim Wardrobe ini, penulis mengambil judul berdasarkan latar belakang di atas yaitu Sikap Mahasiswa Esa Unggul Jurusan Broadcasting Angkatan 2010 Terhadap Wardrobe dan Konten Opera Van Java di Trans 7

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang penulis angkat dalam proposal penelitian ini adalah:

“Sikap Mahasiswa Esa Unggul Jurusan Broadcasting Angkatan 2010 Terhadap Wardrobe dan Konten Opera Van Java di Trans 7”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk memperoleh gambaran yang lengkap mengenai wardrobe komedi Opera Van Java dilihat dari sikap mahasiswa Esa Unggul angkatan 2010.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis. Berikut penjabarannya:

### **1.4.1 Teoritis**

Beberapa manfaat penelitian ini secara teoritis adalah dapat menambah pengetahuan lebih luas tentang ilmu komunikasi secara terperinci, Menambah pengetahuan tentang tahapan proses produksi sebuah program acara dibuat baik dari tahap praproduksi hingga pascaproduksi, yaitu peran wardrobe dalam produksi program acara di Trans 7.

### 1.4.2 Praktis

- (1) Penulis berharap dari hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Perkuliahan di SARJANA Fakultas Ilmu Komunikasi jurusan *Broadcasting* Universitas Esa Unggul.
- (2) Bermanfaat bagi mahasiswa *Broadcasting* Universitas Esa Unggul Jakarta dalam mengaplikasikan pengetahuannya tentang bagaimana proses tim wardrobe dalam mengupayakan agar suatu program acara selalu menarik dan diminati, khususnya pada Program Acara Komedi Opera Van Java di Trans 7.
- (3) Bermanfaat untuk menambah wawasan pemahaman penulis tentang proses upaya tim wardrobe dalam menyajikan program acara Opera Van Java di Trans 7 agar selalu menarik dan diminati.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran secara keseluruhan mengenai apa yang dibahas dalam skripsi ini maka penulis membagi skripsi ke dalam bagian-bagian sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini akan menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian yang berguna untuk memberikan gambaran secara garis besar terhadap isi skripsi ini.



## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan tentang teori, konsep atau variabel, dan kerangka pemikiran yang berkaitan dengan permasalahan.

## **BAB III METODOLGI PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang desain penelitian, bahan penelitian, unit analisis, teknik pengumpulan data, validitas dan realibilitas, dan teknik analisis data.

## **BAB IV PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan tentang subjek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

## **BAB V PENUTUPAN**

Bab ini merupakan bab penutup yang menguraikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah selesai dilakukan, serta saran untuk pihak terkait.