

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi massa adalah studi ilmiah tentang media massa beserta pesan yang dihasilkan, pembaca/pendengar/penonton yang akan coba diraihinya, dan efeknya terhadap mereka. Komunikasi massa merupakan disiplin kajian ilmu sosial yang relatif muda jika dibandingkan dengan ilmu psikologi, sosiologi, ilmu politik, dan ekonomi. (Nurudin, 2011:02).

Media komunikasi merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan pesan, salah satu media komunikasi itu adalah media massa. Media masa di bagi menjadi 3 yaitu, media elektronik, meliputi radio siaran dan televisi, media cetak meliputi surat kabar dan majalah, serta film sebagai media komunikasi.

Dari pernyataan di atas salah satu contohnya perkembangan media massa adalah film, film saat ini bukanlah menjadi hal yang baru bagi masyarakat, dan film tidak hanya digunakan untuk hiburan saja, namun juga sebagai media komunikasi antar pembuat film ke penontonnya.

Film adalah salah satu media komunikasi massa yang merupakan suatu kekuatan yang dapat mempengaruhi pengetahuan dan sikap serta tingkah laku. (Onong Uchjana Effendi. 2011:21)

Film dibagi menjadi 3 jenis yaitu film dokumenter, film cerita pendek dan film panjang. (Heru Effendy. 2002:11)

Berbicara mengenai perkembangan perfilman Indonesia, beberapa tahun belakangan ini film komedi lebih di minati oleh masyarakat Indonesia.

Film komedi banyak di nanti masyarakat Indonesia, seperti film “WARKOP DKI PART 1 (2016)”, “SINGLE (2015)” dan “BAJAJ BAJURI THE MOVIE (2014)” yang mampu menarik minat penonton masyarakat Indonesia.

Bajaj Bajuri The Movie diangkat dari sebuah sitkom terkenal dengan judul sama yaitu Bajaj Bajuri. bercerita tentang hidup dari supir bajaj sederhana yang bernama Bajuri, hidup bajuri mendadak berubah ketika ia mendapatkan uang warisan penjualan tanah dari ayahnya. Uang warisan tersebut langsung membuat Bajuri menjadi orang kaya, namun uang warisan tersebut mengubah persepsi Bajuri akan tujuan hidupnya.

Namun karena Bajuri menjadi orang kaya baru, emak beranggapan Bajuri akan mencari istri baru dan meninggalkan anak emak yaitu oneng istri Bajuri.

Dari jalan ceritanya film ini, penulis tertarik untuk meneliti tentang Daya Tarik Dan Minat Menonton Film Bajaj Bajuri The Movie dan peneliti memilih Mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta, Jurusan *Marketing Communication & Advertising* Angkatan 2014 sebagai responden, karena peneliti beranggapan bahwa salah satu segmentasi penonton dari Bajaj Bajuri The Movie merupakan mahasiswa, terlebih mahasiswa *Marketing Communication & Advertising* sering berhubungan dengan dunia perfilman.

Berdasarkan uraian diatas maka dalam penyusunan skripsi ini, penulis akan membahas tentang bagaimana daya tarik dan minat mahasiswa universitas

mercu buana Jakarta, jurusan *Marketing Communication & Advertising* angkatan 2014 menonton film BAJAJ BAJURI THE MOVIE.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis menegaskan bahwa rumusan masalah penelitian ini adalah Bagaimana Daya Tarik Film BAJAJ BAJURI THE MOVIE?

Bagaimana Minat Menonton Mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta, Jurusan *Marketing Communication & Advertising* Angkatan 2014 terhadap Film BAJAJ BAJURI THE MOVIE?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam Penulisan skripsi ini, penulis memiliki tujuan umum dan tujuan khusus sebagai berikut.

1.3.1 Tujuan Umum

Dalam studi Ilmu Komunikasi khususnya bidang Broadcasting, perlu mengetahui bagaimana daya tarik suatu film terhadap minat menonton mahasiswa *Marketing Communication & Advertising*.

1.3.2 Tujuan Khusus

Untuk mengetahui seberapa kuat daya tarik film BAJAJ BAJURI THE MOVIE dan minat menonton terutama pada mahasiswa *Marketing Communication & Advertising* Angkatan 2014 Universitas Mercu Buana Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dalam hal ini dibagi menjadi dua, yaitu:

1.4.1 Secara Teoritis

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan informasi yang berguna bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya di bidang kepenyiaran dan dunia perfilman, yang berhubungan dengan daya Tarik, minat, dan film.

1.4.2 Secara Praktis

Secara praktis penelitian ini dilakukan sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana ilmu komunikasi, selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah referensi bagi mahasiswa khususnya dan industri perfilman pada umumnya untuk dapat selalu membuat film yang lebih menarik dan lebih baik lagi, sehingga perfilman Indonesia bisa semakin berkualitas dan berkembang.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan memberikan arahan dalam menyusun skripsi, maka peneliti mengajukan 5 BAB yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KERANGKA TEORI

Bab ini menjelaskan tentang teori komunikasi, komunikasi massa, media massa, film, daya tarik, minat, mahasiswa, broadcasting, operasional variable, kerangka pemikiran yang berkaitan dengan permasalahan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang jenis penelitian, unit analisis, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, Analisis data, dan teknik analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil penelitian yang peneliti lakukan, berisikan penjelasan hasil dari pengumpulan data yang peneliti dapatkan selama melakukan penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ke V ini adalah bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran, bab ini juga berisi hasil penelitian peneliti, dan rekomendasi atas hasil penelitian ini.