

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Pada era globalisasi saat ini komunikasi tidak dapat dilepaskan dalam aktivasi kehidupan manusia. Komunikasi merupakan bagian internal dari sistem tatanan kehidupan sosial manusia dan masyarakat. Aktifitas komunikasi dapat terlihat pada setiap aspek kehidupan sehari-hari manusia, yaitu sejak dari bangun tidur di pagi hari sampai dengan manusia beranjak tidur pada malam hari. Semakin majunya perkembangan teknologi komunikasi, informasi menjadi hal yang sangat penting dan sangat dibutuhkan semua orang di alam semesta ini. Dalam perkembangannya, media komunikasi berperan penting dalam penyebaran informasi kepada masyarakat. Komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam kaitannya dengan pembentukan masyarakat. Manusia terlibat dalam kegiatan komunikasi dalam kehidupan sosial, sehingga manusia dapat saling berdekatan dalam komunitas.

Komunikasi Massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang berkelanjutan serta paling dimiliki orang dalam masyarakat industri. Tergambar bahwa komunikasi massa menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebar, didistribusikan kepada masyarakat luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap.

Televisi merupakan media massa elektronik yang menampilkan audio visual yang mampu menyebarkan informasi secara luas dan cepat juga memiliki kemampuan mencapai khalayak dalam jumlah tak terhingga pada waktu yang bersamaan. Selain itu televisi juga merupakan mediadari jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yang maksudnya berlangsung satu arah, komunikatornya berlembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan, dan komunikasinya bersifat heterogen. (Effendy, 2002:21). 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 massa yang efektif dalam penyampaian pesan. Namun, di balik keefektifan TV tentunya masih terdapat dampak negatif dari televisi dalam buku *Awas Tayangan Televisi, Tayangan Misteri dan Kekerasan Mengancam Anak Anda*, penayangan kekerasan di televisi membuat perilaku anak menjadi agresif (Surbakti, 2008:25).

Di Indonesia sendiri terdapat 15 stasiun TV Nasional dan 9 stasiun TV satelit. iNews TV merupakan salah satu stasiun TV Nasional yang didirikan oleh Media Nusantara Citra. iNews TV pertama kali melakukan siaran pada 1 Januari 2007 dengan nama SUN TV. Pada saat itu, siarannya belum bisa ditangkap secara global dan hanya disaksikan melalui Indovision, OkeVision, dan TOP TV. Dalam perkembangannya SUN TV kemudian mengudara secara global sebagai televisi lokal

setelah membangun beberapa stasiun relai di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi. Salurannya di kota-kota tersebut bernama TV3 yang awalnya hanya menayangkan informecial di sela-sela waktu kosong. Sementara induknya SUN TV tetap menayangkan acara-acara yang berkualitas untuk pemirsa di Indovision, OkeVision, dan Top TV. Sun TV juga merupakan televisi lokal di Indonesia pertama kali yang mengudara selama 24 Jam non-stop. Sejak 26 September SUN TV berubah nama menjadi SINDOtv yang merupakan bagian dari sinergi Sindo Media bersama Sindo Trijaya FM dan SINDOnews.com. 3 tahun kemudian, tepatnya pada tanggal 15 Desember 2014, SINDOtv resmi diluncurkan sebagai televisi Nasional dalam acara *Soft Launching Luar Biasa!*. Sejak 6 April 2015, SINDOtv berubah nama lagi menjadi iNews TV setelah mengadakan penghargaan *iNewsmaker Awards*. Selain itu juga televisi lokal berganti nama menjadi iNews TV.

Stasiun televisi Nasional iNews TV memiliki visi yaitu menjadi sebuah televisi nasional dengan konsep lokal berjaringan yang menayangkan program-program referensi, memberikan informasi dan inspirasi yang kaya akan ragam konten lokal, nasional maupun internasional. Dan juga memiliki misi yaitu menyajikan informasi yang cepat, terpercaya dan berimbang; Meningkatkan potensi daerah dengan menyajikan informasi dan hiburan lokal yang lengkap dan beragam; Memberikan pembelajaran dan inspirasi kehidupan; Turut serta dalam menjaga dan melestarikan kebudayaan nasional; Menggerakkan ekonomi masyarakat melalui berbagai informasi yang memberikan stimulasi dan peluang berusaha.

Suatu produksi program televisi, melibatkan banyak peralatan, SDM/orang dan biaya yang 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.

Salah satu program Talk Show yang menarik adalah Hotman Paris Show yang di tayangkan oleh iNews TV. Dilihat dari kemasan acaranya, Hotman Paris Show memiliki konsep dari sekedar Talk Show karna didalam program Talk Show tersebut Hotman Paris sosok yang dikenal tangguh di ruang sidang dan gigih memperjuangkan kliennya kini hadir mengupas berbagai isu panas dan dianggap tabu. Bersama Lolita Agustine, Hotman menghadirkan para bintang tamu sensasional dari berbagai kalangan untuk berbincang-bincang seputar gaya hidup para jet setter serta menggali masalah dan konflik yang dihadapi. Tidak hanya isu kontroversial, acara ini juga memberikan sudut pandang seorang pengacara sebagai referensi khalayak yang menonton.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti “Pengaruh Program Acara *Hotman Paris Show* Terhadap Minat Menonton Mahasiswa Fakultas Hukum Angkatan 2019 Universitas Al-Azhar.”

## **1.2. Rumusan Masalah**

Perumusan masalah mempunyai konsekuensi terhadap relevansi maksud dan tujuan, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran dan metode penelitian. Pentingnya perumusan masalah dalam penelitian adalah karena hasilnya akan menjadi penuntun dalam mengkonstruksikan suatu hipotesis. Dalam merumuskan masalah berarti penulis merumuskan secara tegas masalah terkandung dalam suatu fenomena.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah yang ingin diteliti adalah :

1. Bagaimana kredibilitas hotman paris sebagai presenter dalam membawakan program "Hotman Paris Show" terhadap mahasiswa fakultas hukum angkatan 2019 di Universitas Al-Azhar.
2. Bagaimana minat menonton mahasiswa fakultas hukum angkatan 2019 di Universitas Al-Azhar terhadap program acara Talk Show.
3. Bagaimana hubungan kredibilitas dan minat hotman paris sebagai presenter dalam membawakan program "Hotman Paris Show" terhadap mahasiswa fakultas hukum angkatan 2019 di Universitas AL-Azhar.

## **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Bagaimana kredibilitas hotman paris sebagai presenter dalam membawakan program "Hotman Paris Show" terhadap mahasiswa fakultas hukum angkatan 2019 di Universitas Al-Azhar.
2. Bagaimana minat menonton mahasiswa fakultas hukum angkatan 2019 di Universitas Al-Azhar terhadap program acara Talk Show.
3. Bagaimana hubungan kredibilitas dan minat hotman paris sebagai presenter dalam membawakan program "Hotman Paris Show" terhadap mahasiswa fakultas hukum angkatan 2019 di Universitas AL-Azhar.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu :

### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, terutama dibidang Broadcasting mengenai program acara televisi.

### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk kalangan umum, terutama bagi program acara Talk Show Hotman Paris Show agar kedepannya lebih kreatif dan mampu menjadi sebuah Talk Show yang bermutu.

## **1.5. Sistematika Penulisan**

Skripsi ini disusun berdasarkan sistematika penulisan sebagai berikut :

## **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini menguraikan Latar Belakang, Rumusan masalah, Tujuan penelitian, Manfaat penelitian dan Sistematika penulisan.

## **BAB II : TINJUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi uraian sistematis mengenai konsep dan teori yang dianggap relevan dengan permasalahan yaitu Komunikasi, Komunikasi Massa, Pengertian Komunikasi Massa, Media Komunikasi Massa dan Fungsi Komunikasi Massa, Televisi, Program Acara Televisi, Sikap, Operasional Variabel, dan Kerangka Pemikiran.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini menguraikan tentang Desain Penelitian, Populasi dan Sampel, Beban Penelitian dan Unit Analisis, Teknik Pengumpulan Data, Reliabilitas dan Validitas Alat Ukur, dan Teknik Pengolahan dan Analisis Data.

## **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

Dalam bab ini tentang Subjek penelitian, Hasil penelitian, dan Pembahasan.

## **BAB V : KESIMPULAN**

Bab ini berisikan tentang diskusi, kesimpulan, implikasi penelitian dan saran-saran sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan berdasarkan analisis data.