

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berkembangnya teknologi komunikasi di era sekarang ini membuat manusia selalu merasa haus akan informasi dan informasi sudah menjadi kebutuhan manusia. Sehingga era sekarang sering disebut sebagai era informasi.

Komunikasi massa (*Mass Communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi, dan internet). Yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang tersebar dan ditunjukkan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonym dan heterogen. (Mulyana,2002:75).

Televisi adalah alat penangkap siaran bergambar, yang berupa audio visual dan penyiaran videonya secara broadcasting. Istilah ini berasal dari bahasa Yunani yaitu tele (jauh) dan vision (melihat), jadi secara harfiah berarti “melihat jauh”, karena pemirsa berada jauh dari studio tv. (Ilham Z, 2010:255)

Menurut Adi Badjuri (2010:39) televisi adalah media pandang sekaligus media pendengar (audio-visual) yang di mana orang tidak hanya memandangi gambar yang ditayangkan di televisi, tetapi sekaligus mendengar atau mencerna narasi dari gambar tersebut.

Dari uraian di atas penulis menyimpulkan bahwa televisi merupakan media massa elektronik yang menyiarkan siarannya dalam bentuk gambar dan suara yang berfungsi memberikan informasi dan hiburan kepada khalayak yang menontonnya.

Kehadiran televisi membuat manusia lebih mudah dan bebas dalam memilih informasi yang diinginkan. Karena televisi dianggap yang paling efektif dalam hal penyampaian pesan. Televisi sering dijadikan tempat untuk memperoleh informasi dan pengetahuan baru serta menjadi sumber hiburan bagi beberapa keluarga. Bahkan bagi sebagian orang, menonton televisi merupakan kegiatan wajib setiap harinya. Sehingga saat ini televisi menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia (Morissan, 2010:1). Oleh karena itu televisi sebagai salah satu media informasi yang selalu berusaha menyediakan informasi dengan cepat dan dikemas semenarik mungkin dalam bentuk berbagai program acara.

Menurut Naratama dalam buku “Menjadi Sutradara Televisi” (2004:63), program acara televisi adalah 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.

Dari berbagai jenis program acara televisi, umumnya stasiun televisi lebih cenderung memproduksi dan menyiarkan program acara yang sifat kontennya ringan dan menghibur. Karena sebagian besar manusia dalam kehidupan sehari – hari lebih senang menyaksikan atau menonton program acara yang sifat konten programnya tidak berat.

Perkembangan stasiun pertelevisian di Indonesia tak luput dari kesuksesan nya TVRI (Televisi Republik Indonesia) yang pada saat itu memulai siaran perdananya pada tanggal 17 Agustus 1962. TVRI mampu menjangkau hampir seluruh propinsi di Indonesia dan mampu menarik massa untuk menggunakan media televisi. Keberhasilan TVRI selama beberapa dekade yang memonopoli penyiaran di Indonesia membuat pihak swasta untuk tertarik membuat televisi swasta dan menjalankan siarannya sendiri. Kemunculan stasiun-stasiun televisi swasta di tahun 1990-an membuat sistem pemerintahan mengenai siaran berubah secara mendasar, dengan meniadakan monopoli siaran.

Dunia pertelevisian di Indonesia berkembang pesat, walaupun perkembangan tersebut hanya berpusat pada televisi swasta saja. Hingga saat ini, Indonesia telah memiliki sekitar 14 stasiun Televisi nasional , dimana salah satunya adalah NET. (*News and Entertainment Television*) yang dimiliki oleh Net Visi Media (melalui Net Mediatama Visual). Dimana awal siaran percobaan dilakukan pada 18 Mei 2013 dan siaran resmi dilakukan pada 26 Mei 2013, dengan program yang menargetkan pada keluarga dan anak muda. NET. didirikan dengan semangat bahwa konten hiburan dan informasi di masa mendatang akan semakin terhubung lebih kepada masyarakat, lebih mendalam, lebih pribadi, dan lebih mudah diakses. Karena itulah, sejak awal, NET. muncul dengan konsep multiplatform, sehingga pemirsanya bisa mengakses tayangan NET. secara tidak terbatas, kapan pun, dan di mana pun.

Memuat konsep dan konten berbeda dengan tayangan televisi yang sudah ada. NET. menerapkan tayangannya harus memuat informasi yang sesuai dengan fakta, bukan hanya sekedar rumor semata ataupun gosip serta harus menghibur. Hal ini yang membuat NET. banyak menarik perhatian serta minat menonton khalayak terutama di beberapa program bertemakan *talk show*.

Menurut Slamet yang dikutip oleh H.Djaali dalam bukunya Psikologi Pendidikan (2008:121), menyatakan bahwa minat adalah “rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh, atau dengan kata lain minat menonton adalah perasaan ingin tahu mempelajari atau mengagumi sesuatu.”

Menurut (Effendy,2002:305) Minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (*dsire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator. Karena ia memiliki minat menonton dan hal keputusan (*dcission*) dan tindakan (*action*).

Dari pengertian diatas penulis menyimpulkan bahwa minat menonton adalah rasa suka, ketertarikan serta perhatian pada suatu hal tanpa ada yang menyuruh atas dasar perasaan ingin tahu atau mengagumi sesuatu sehingga ia memiliki minat untuk menonton dan hal keputusan serta tindakan.

Talk show yaitu suatu acara bincang-bincang yang menyampaikan beberapa informasi, diskusi dengan tema-tema tertentu dan biasanya diselingi beberapa isian menarik seperti musik, lawakan, kuis, dan lain-lain. “Program ini tampil dalam bentuk sajian yang mengetengahkan pembicaraan seseorang atau lebih mengenai sesuatu yang menarik, sedang hangat dibicarakan masyarakat”. (Wibowo, 2007: 67).

Dikemasnya *tonight show* secara berbeda dengan memiliki ciri khas tertentu dan penyajiannya yang memuat konsep *Talk Show* komedi serta dibawakannya acara ini oleh duet Vincent dan Desta sebagai Host serta Hesti Purwadinata dan Enzy Storia selaku Co Host. Program ini menghadirkan beragam bintang tamu dari berbagai kalangan, yang akan menemani istirahat malam pemirsahnya. Tayang setiap hari Senin hingga Jumat pada pukul 21:00 – 22:00 WIB, dengan durasi selama 60 menit.

Penempatan jam tayang yang cukup tepat dalam menemani waktu istirahat ini pun menjadikannya tayangan yang diminati oleh banyak khalayak, sehingga memenuhi kebutuhan masyarakat akan hiburan, maupun menemani saat akan beristirahat, dan membuat program ini banyak penonton yang menyukainya. Sehingga program ini masih tetap tayang di layar kaca sampai sekarang, dan hingga saat ini *Tonight Show* sendiri sudah 6 tahun mengudara dilayar kaca. Dan ketika banyak isu di media massa bahwa NET. sedang mengalami krisis *financial* dan pengakuan salah satu pihak NET TV dalam sebuah artikel di media online Merah Putih yang di *update* pada tanggal 10 Agustus 2019 yang berjudul “NET TV dikabarkan Lakukan Efisiensi,Warganet Ramai-Ramai ‘Selamatkan’ Tonight Show” yang tidak menampik adanya *effisiensi* SDM di stasiun televisi swasta tersebut. Dan ditambahkan fakta bahwa banyaknya program NET. yang secara tiba – tiba berhenti mengudara baik itu program lama maupun program baru, sebagaimana yang dilansir oleh platform online Merah Putih pada tanggal 10 Agustus 2019. Membuat penonton setia *Tonight Show* beramai – ramai memberikan komentar di akun sosial media NET. agar NET. tetap menayangkan

program *Tonight Show*, sehingga program *Tonight Show* tetap tayang sampai sekarang setelah kurang lebih 6 tahun tayang di NET.

Berdasarkan uraian diatas tersebut membuat penulis ingin mengetahui lebih dalam lagi tentang sejauh mana daya tarik program *Tonight Show* terhadap minat menonton masyarakat. Disini penulis memilih Karang Taruna Kutakarya Jaya sebagai responden, alasan penulis memilih karang taruna Kutakarya Jaya sebagai responden karena menurut artikel dari Kompasiana yang di *Publish* pada tanggal 10 Agustus 2019 dengan judul “NET TV Bergantung pada Dua Acara ini” mengatakan bahwa rata – rata penonton *Tonight Show* berusia 18 tahun – 35 tahun. Maka dari itu penulis memilih anggota karang taruna kutakarya jaya, karena anggota karang taruna kutakarya jaya termasuk dalam segmentasi penonton *Tonight Show*, yang dimana rata-rata umur anggota karang taruna kutakarya jaya adalah 18 tahun – 35 tahun.

Disini penulis memfokuskan untuk meneliti Minat Menonton dari anggota Karang Taruna Kutakarya Jaya. Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti ingin mengetahui “**Daya Tarik program *Tonight Show* di NET. terhadap Minat Menonton Anggota Karang Taruna Kutakarya Jaya.**“

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dirumuskan suatu rumusan masalah yaitu Bagaimana “ **Daya Tarik Program *Tonight Show* di NET. terhadap Minat Menonton Anggota Karang Taruna Kutakarya Jaya ?** “

1.3. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki maksud dan tujuan yang ingin disampaikan oleh peneliti. Adapun maksud dan tujuan yang ingin disampaikan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui daya tarik program *Tonight Show* di NET.
2. Untuk mengetahui sejauh mana minat menonton Karang Taruna Kutakarya Jaya terhadap program *Tonight Show* di NET.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat secara baik secara teoritis maupun praktis. Dan manfaat tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta masukan dalam kajian ilmu komunikasi khususnya *broadcasting* dan media massa untuk penelitian selanjutnya.
2. Memperluas wawasan penulis dalam mencari informasi serta dalam meneliti.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Diharapkan penelitian ini dapat memberi masukan untuk media televisi agar tetap mengedepankan mutu dan daya tarik yang lebih baik lagi untuk memperoleh minat menonton terhadap program acara televisi.
2. Hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai masukan untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentunya yang berkaitan dengan Daya Tarik program Tonight Show di NET. terhadap Minat Menonton Karang Taruna Kutakarya Jaya.