

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi media dewasa ini memberikan andil yang sangat besar dalam perkembangan dan kemajuan komunikasi massa. Dari semua media komunikasi yang ada, televisilah yang paling berpengaruh dalam kehidupan manusia. Hampir semua orang memiliki televisi di rumahnya. Daya tarik televisi merupakan pengaruh baru dalam kehidupan masyarakat. Televisi dianggap paling kuat pengaruhnya terhadap orang yang menonton.

Televisi merupakan media yang paling luas dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Jenis media ini sebagai media audiovisual tidak membebani banyak syarat bagi masyarakat untuk menikmatinya. Berdasarkan fungsinya sendiri televisi memiliki 3 fungsi, yaitu: Fungsi Informasi (*The Informational Function*), Fungsi Pendidikan (*Educational Function*), dan Fungsi Hiburan (*Entertainment Function*) (Ardianto, 2009:137).

Masyarakat Indonesia setiap harinya dapat melihat berbagai macam program acara yang ditayangkan oleh stasiun - stasiun televisi tersebut. Tingginya animo masyarakat untuk menonton program - program acara tersebut, tentunya akan berpengaruh terhadap rating program tersebut, jika rating suatu program tinggi maka akan mendatangkan iklan - iklan produk komersial yang merupakan sumber penghasilan utama stasiun televisi, oleh karena itulah stasiun televisi

saling berlomba untuk menayangkan program - program acara yang disukai oleh pemirsanya. Berbagai macam program acara televisi telah ditayangkan oleh stasiun televisi, mulai dari sinetron, kuis, talkshow, variety show, komedi situasi, program berita, program olahraga, infotainment hingga *reality show*.

Dewasa ini khalayak makin cerdas untuk memilih jenis program acara yang mereka inginkan, sesuai dengan kebutuhan mereka apakah sekedar untuk mencari hiburan atau benar - benar untuk memuaskan kebutuhan mereka akan informasi.

Siaran televisi bukanlah sekedar tontonan, tetapi juga merupakan suatu kenyataan yang sering diuji secara ideologis dan normatif. Oleh karenanya, pengelola televisi tidak hanya melayani motif - motif psikologis yang lazim bagi dunia tontonan, tetapi juga harus memperhitungkan ideologi dan norma yang dianut sebagian besar orang dalam masyarakat. Pesan yang disampaikan melalui televisi sangat menarik perhatian khalayak, selanjutnya penonton memahami, menafsirkan dan merespon siaran tersebut dan pada akhirnya akan menimbulkan minat khalayak untuk menontonnya (Fatmawati, 2009).

Program acara televisi yang sedang menjadi trend dan diminati pemirsa adalah program *talkshow*. Salah satu program *talkshow* yang banyak diminati pemirsa adalah Chatting Dengan YM. Hal ini dibuktikan dengan rating acara tersebut berada pada urutan 5 besar rating acara televisi di Indonesia (Koran Tempo, 2012).

Chatting Dengan YM merupakan sebuah sajian program *talkshow entertainment* religi dengan tema yang berbeda di setiap episodenya. Kajian yang akan dibahas meliputi Indahnya Islam (Fiqih, Aqidah, dan lain - lain), Amalan di

bulan Ramadan, Amalan Harian, Kisah Sukses / *Inspiring People*, dan lain - lain (<http://tvguide.co.id/deskripsi-acara/chating-bersama-ym-09-11-2012/>. Akses: 10 November 2012. Pukul 19.30 WIB).

Bukan hanya kalangan masyarakat awam saja yang tertarik dengan tayangan ini, kalangan mahasiswa juga memiliki perhatian khusus terhadap tayangan ini. Hal ini disebabkan karena dalam setiap penayangannya mereka selalu mengundang mahasiswa untuk turut serta terlibat dalam program acara tersebut.

Sikap menonton adalah evaluasi keseluruhan terhadap aktivitas menonton yang dilakukan oleh pemirsa dan merefleksikan respon konsumen untuk menonton setiap acara. Sikap menonton sering mempengaruhi apakah khalayak akan menonton kembali atau tidak acara yang sama (Mardiastika, 2012:11).

Dalam proses komunikasi pada sebuah acara di televisi, akan memberikan stimulus pada orang yang menontonnya, stimulus disini dapat berupa perubahan sikap. Sikap (*attitude*) merupakan evaluasi kepercayaan (*belief*) atau perasaan positif atau negative dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan (Jogiyanto, 2007:36).

Dalam proses komunikasi seorang komunikator akan sukses apabila ia berhasil menunjukkan *source credibility*, artinya menjadi sumber kepercayaan bagi komunikan. Kepercayaan komunikan kepada komunikator ditentukan oleh keahlian komunikator dalam bidang tugas pekerjaannya dan dapat tidaknya ia dipercaya. Kepercayaan kepada komunikator mencerminkan bahwa pesan yang disampaikan kepada komunikan dianggap benar dan sesuai dengan kenyataan empiris (Effendy, 2007:305).

Jadi seorang komunikator menjadi menjadi *source of credibility* disebabkan adanya *ethos* pada dirinya yaitu apa yang dikatakan oleh Aristoteles, dan yang hingga kini tetap dijadikan pedoman yaitu *good sense, good moral character* dan *good will*, yang oleh para cendekiawan modern diterjemahkan menjadi itikad baik (*good intentions*), dan dapat dipercaya (*trustworthiness*) dan kecakapan atau kemampuan (*competence or expertness*). Berdasarkan hal itu komunikator yang ber-*ethos* menunjukkan bahwa dirinya mempunyai itikad baik dapat dipercaya dan mempunyai kecakapan dan keahlian (Effendy, 2007:306).

Mahasiswa merupakan salah satu penonton yang biasanya memiliki pandangan kritis mengenai suatu acara. Sebagaimana sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Susantoro (2003) bahwa mahasiswa adalah kalangan muda yang berusia antara 18 hingga 28 tahun, yang memang dalam usia tersebut merupakan usia peralihan dari remaja ke fase dewasa. Mahasiswa juga merupakan sosok yang kental dengan kedinamisan dan sikap keilmuan dalam melihat sesuatu dan bersikap berdasarkan kenyataan objektif, sistematis dan rasional. Adapun alasan penulis memilih mahasiswa sebagai objek penelitian ini dikarenakan adanya keterbatasan waktu dan biaya yang penulis miliki.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **Sikap Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul Angkatan 2011 Terhadap Minat Menonton Program Acara Chatting Dengan YM di ANTV.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang penulis uraikan di atas, maka dirumuskanlah masalah penelitian yang ingin diajukan yaitu, **Bagaimana Hubungan Sikap Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul Angkatan 2011 Terhadap Minat Menonton Tayangan Program Acara Chatting Dengan YM di ANTV.**

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai peneliti adalah:

1. Mengetahui sikap Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul Angkatan 2011 untuk menonton tayangan program acara Chatting Dengan YM di ANTV.
2. Mengetahui minat Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul Angkatan 2011 untuk menonton tayangan program acara Chatting Dengan YM di ANTV.
3. Mengetahui hubungan sikap Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul Angkatan 2011 terhadap minat menonton tayangan program acara Chatting Dengan YM di ANTV.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian yang ditetapkan, manfaat yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

- a) Secara Teoritis, pembahasan ini diharapkan dapat memberikan informasi serta menjadi masukan yang berguna bagi peneliti, yang berkaitan dengan sikap Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul Angkatan 2011 terhadap tayangan program acara Chatting Dengan YM di ANTV.
- b) Secara Praktis, pembahasan ini diharapkan dapat memberikan gambaran sikap dan minat pada mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul Angkatan 2011. Dan diharapkan dapat berguna bagi stasiun televisi swasta, khususnya ANTV dalam membangun kualitas program kepada para penontonnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari lima bab yang masing - masing terbagi menjadi beberapa sub bab. Garis besar sistematika penulisan dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan tentang tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan tentang tinjauan pustaka yang berisi teori – teori yang relevan dengan kasus yang diteliti, yang terdiri dari Teori Komunikasi Massa, Teori S-O-R, Televisi

sebagai Media Komunikasi Massa, Program Acara Televisi, Efek Komunikasi Massa, Teori Sikap, Teori Minat, Konsep AIDDA, dan Kerangka Pemikiran Konseptual.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang Metode Penelitian yang digunakan, Populasi dan Sampel, Teknik Pengambilan Sampel, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang subjek dari penelitian dan hasil dari penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan yang mencakup temuan - temuan penelitian berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, serta saran - saran teoritis tentang apa yang perlu diteliti lebih lanjut.