

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan seni menyampaikan informasi (pesan, ide, sikap, atau gagasan) dari komunikator atau penyampaian berita, untuk mengubah serta membentuk perilaku komunikasi atau penerima berita (pola, sikap, pandangan, dan pemahamannya), ke pola dan pemahaman yang dikehendaki bersama (Effendy OU, 2008).

Menurut Wursanto dalam (Oktavia, 2016), komunikasi merupakan proses kegiatan pengoperan/penyampaian warta/berita/informasi yang mengandung arti dari satu pihak (seseorang atau tempat) kepada pihak (seseorang atau tempat) lain dalam usaha mendapatkan saling pengertian.

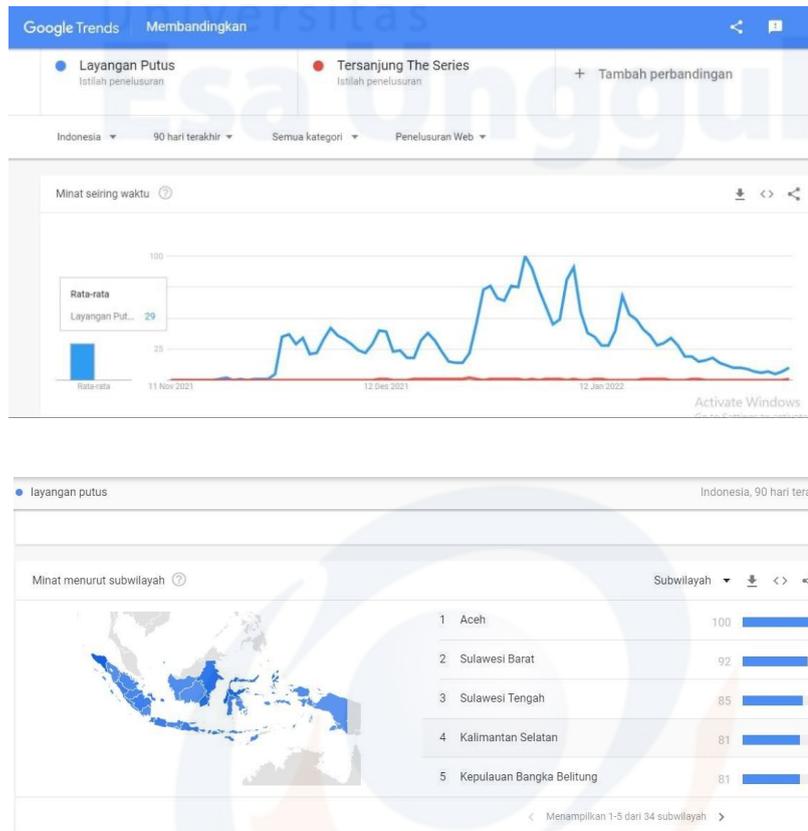
Dapat disimpulkan Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian (pesan, informasi, ide, atau gagasan) dari satu pihak kepada pihak lainnya. Untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku, baik langsung (komunikasi tatap muka) maupun tidak langsung, pada umumnya komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak.

Menurut Cangara dalam (Habibie, 2018) media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi. Sedangkan Media massa merupakan media komunikasi untuk menyebarkan informasi yang dapat diakses masyarakat untuk menyebarluaskan isi berita, komentar, hiburan, dan opini.

media online merupakan segala jenis media komunikasi yang memerlukan koneksi internet untuk mengaksesnya, baik dari penerima pesan maupun pengirim pesan, yang dinamakan media online (Syaipudin, 2019).

Web series merupakan bentuk tayangan program serial seperti serial televisi namun distribusinya berbasis website, baik melalui website dari sang produsen tersendiri atau melalui website berbasis konten video seperti YouTube dan Vimeo. Web series merupakan konten digital berbasis teknologi internet yang memiliki potensi viral atau persebaran yang luas, cepat, dan mudah lalu memiliki kekuatan distribusi yang massif bagi sang produsen dan akses tak terbatas waktu dan tempat bagi audiens (Rizki et al., 2020).

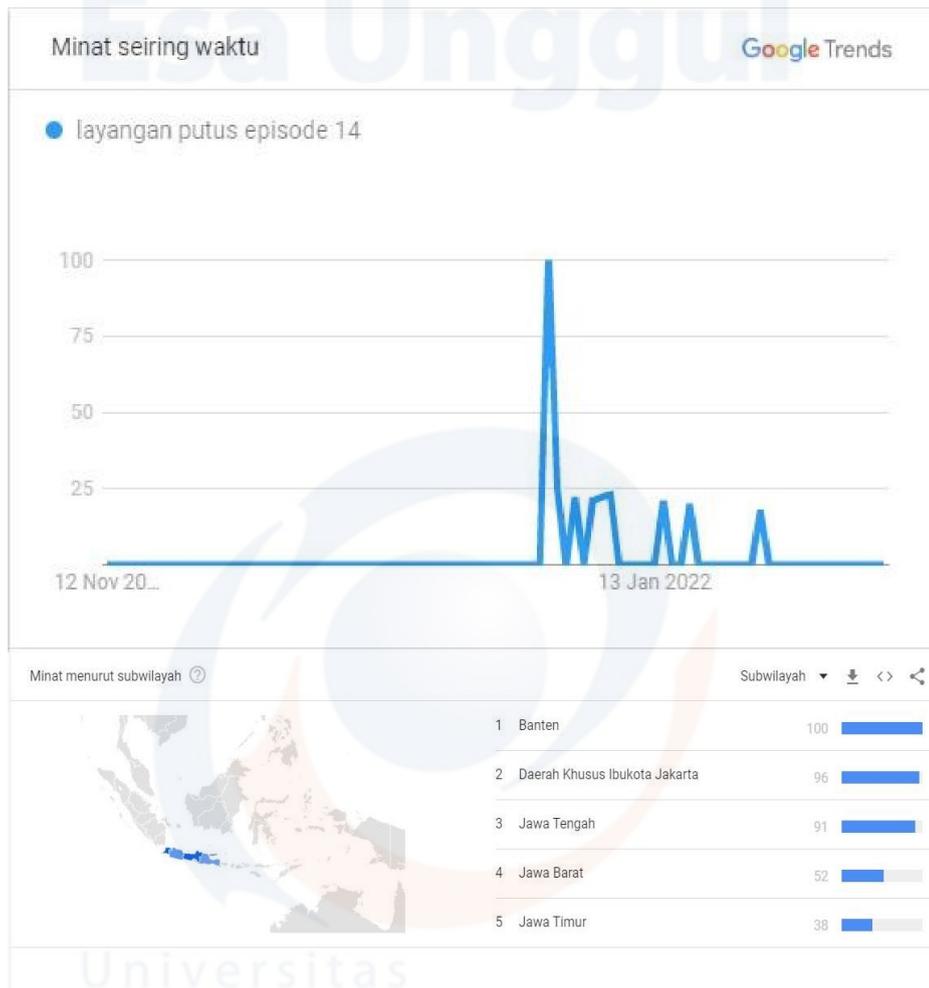
Gambar 1.1 Perbandingan Series Lain



Dari hasil data Google Trends menunjukkan bahwa web series layanan putus dibandingkan dengan web series lain yaitu tersanjung the series data menunjukkan lebih banyak masyarakat tiap wilayah Indonesia menonton web series layanan putus terutama pada wilayah aceh dgn presentae 100%, sulawesi Barat 92%, Sulawesi tengah 85%, Kalimantan selatan 81% dsb.

Saat ini, web series yang sedang hangat diperbincangkan yaitu series “Layanan Putus”. Series ini sangat viral karena cerita dari web series ini dari kisah nyata dan juga puncak dari cerita ini yaitu pada di episode 14-17 menjadi viral karena adegan dari dialog ‘it’s my dream”.

Gambar 1.2 Layangan Putus Episode 14



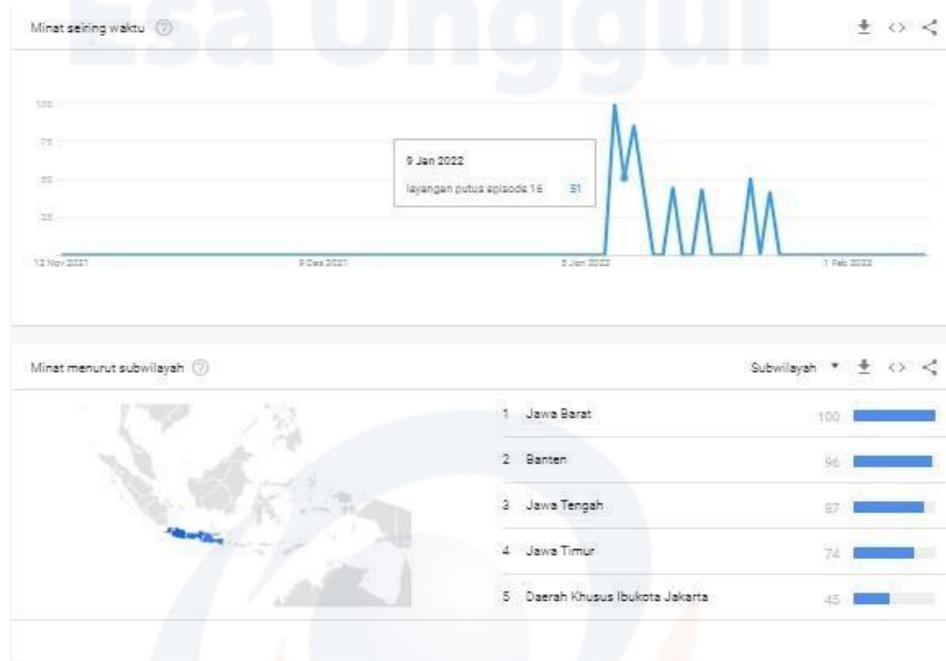
Data Web series layangan putus episode 14 menunjukkan bahwa penonton layangan putus lebih banyak di tiap wilayah Indonesia terutama pada wilayah Banten 100%, DKI Jakarta 96%, Jawa Tengah 91%, Jawa Barat 52%, Jawa Timur 38% dsb.

Gambar 1.3 Layangan Putus Episode 15



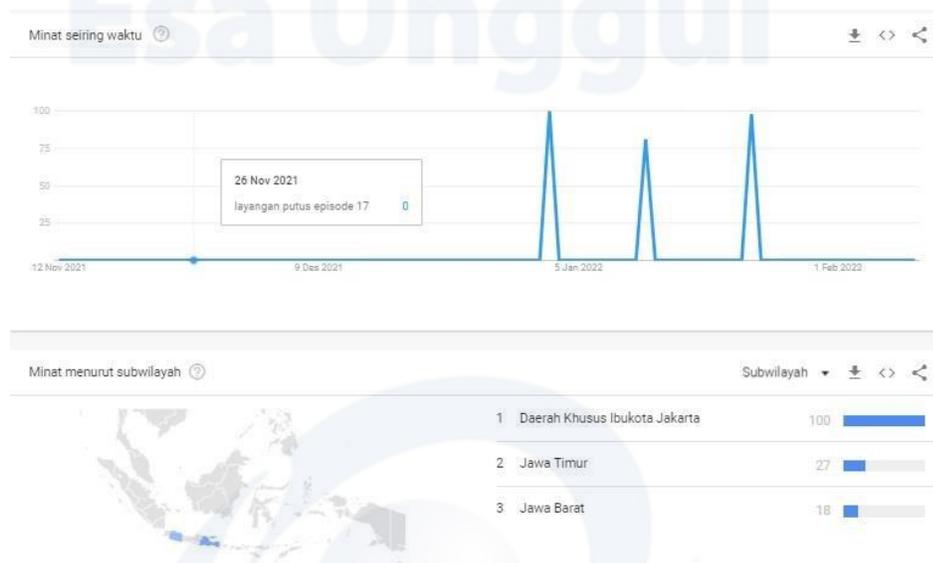
Data Web series layangan putus episode 15 menunjukkan bahwa penonton layangan putus lebih banyak di tiap wilayah Indonesia terutama pada wilayah DKI Jakarta 100%, Jawa Tengah 32%, Jawa Barat 36%, Jawa Timur 53% dsb.

Gambar 1.4 Layangan Putus Episode 16



Data Web series layangan putus episode 16 menunjukkan bahwa penonton layangan putus lebih banyak di tiap wilayah Indonesia terutama pada wilayah Jawa Barat 100%, Banten 96%, Jawa Tengah 87%, Jawa Timur 74% DKI Jakarta 45 % dsb.

Gambar 1.5 Layangan Putus Episode 17



Data Web series layangan putus episode 17 menunjukkan bahwa penonton layangan putus lebih banyak di tiap wilayah Indonesia terutama pada wilayah DKI Jakarta 100%, Jawa Timur 27%, Jawa Barat 18% dsb.

Saat ini, web series yang sedang hangat diperbincangkan yaitu “Layangan Putus” data menunjukkan lebih dari 50% masyarakat di tiap wilayah Indonesia menonton Web Series Layangan Putus episode 14-17. Web series layangan putus diproduksi oleh rumah produksi atau biasa disebut PH. Menurut Laksono dalam (Trasuka et al., 2021) rumah produksi atau “Production House (PH)” merupakan sebuah badan usaha yang mempunyai organisasi dan keahlian dalam memproduksi program audio dan audio visual untuk disajikan kepada khalayak, sasarannya baik secara langsung maupun melalui broadcasting house.

MD Entertainment adalah rumah produksi di Indonesia. dalam series layangan putus ini MD Entertainment memilih Benni Setiawan sebagai sutradara, dan dibintangi oleh Reza Rahadian, Putri Marino, dan Anya Geraldine sebagai pemeran utama. Serial ini ditayangkan perdana pada 26 November 2021 di WeTV dan iflix. Layangan putus sendiri bermakna tidak tau arah, seperti Kinan yang selalu merasa rumah tangganya adalah layangan, dengan Aris dan dirinya sebagai tuan. Kinan dihadapkan dengan kenyataan bahwa Aris memiliki kekasih lain di belakangnya mengancam rumah tangganya menjadi layangan putus yang tak tentu arah.

Peneliti memilih web series layangan putus episode 14-17 karena data menunjukkan lebih 50% di tiap wilayah Indonesia menonton web series layangan putus episode 14-17, web series layangan putus episode 14-17 menjadi viral dan diperbincangkan oleh khalayak karena adegan dari dialog “it’s my dream” yang menjadi puncak dari cerita pada series layangan putus episode 14-17. Lalu peneliti memilih mahasiswa/I universitas pembangunan jaya jurusan ilmu komunikasi Angkatan 2018 dikarenakan adanya ekstrakurikuler seni teater di universitas pembangunan jaya yang diikuti mahasiswa/I jurusan ilmu komunikasi Angkatan 2018

Berdasarkan hal itu, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Daya Tarik Web Series Layangan Putus Episode 14-17 Dan Minat Menonton Mahasiswa/I Universitas Pembangunan Jaya Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2018”

1.2. Rumusan Masalah

Peneliti memilih Web Series Layangan Putus Episode 14-17 karena Series ini sedang digandrungi dan diperbincangkan oleh khalayak umum. Lalu penulis

memilih Mahasiswa/I Universitas Pembangunan Jaya Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2018 karena adanya ekstrakurikuler seni teater di universitas pembangunan jaya yang di ikuti mahasiswa/i jurusan ilmu komunikasi Angkatan 2018

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dikemukakan perumusan masalah sebagai berikut:

“Bagaimana Daya Tarik dari Web series Layangan Putus Episode 14-17 Dan Minat Menonton Mahasiswa/I Universitas Pembangunan Jaya jurusan Ikom Angkatan 2018?”

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui seberapa besar ketertarikan Mahasiswa/I Universitas Pembangunan Jaya jurusan Ikom dalam menonton Web series Layangan Putus Episode 14-17.

Untuk mengetahui Sejauh mana daya tarik Web Series layangan Putus Episode 14-17 dan sejauh mana minat menonton mahasiswa/i Universitas Pembangunan Jaya jurusan Ilmu Komunikasi terhadap Web Series Layangan Putus Episode 14-17.

Untuk mengetahui pengaruh daya tarik web series layangan putus Episode 14-17 dan minat menonton Mahasiswa/i Universitas Pembangunan Jaya jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2018

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang bisa penulis ambil dari penelitian ini terbagi menjadi dua yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis, yaitu :

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan bagi yang membutuhkan untuk menambah pengetahuan ataupun wawasan dalam mengetahui daya tarik Webseries layangan putus Episode 14 - 17 dan minat menonton mahasiswa/I Universitas Pembangunan Jaya jurusan Ikom Angkatan 2018.

1.4.2 Secara Praktis

1. Menambah wawasan dan pemahaman penulis mengenai apa yang menjadi alasan daya tarik penonton Web series layangan putus Episode 14-17.
2. Sebagai bentuk praktik dan teori komunikasi yang penulis dapatkan di

perkuliahan.

3. Sebagai referensi ilmu pengetahuan baru kepada orang banyak pada umumnya yang membaca skripsi ini dan mahasiswa fakultas ilmu komunikasi pada khususnya.