

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang terjadi saat ini di dalam komunikasi massa, baik media cetak maupun elektronik di Indonesia sudah demikian pesat. Informasi yang bisa didapatkan dari media tidak hanya satu atau dua media saja melainkan banyak media yang ada di Indonesia. Media meliputi media cetak, media elektronik, maupun new media (media online). Media elektronik khususnya televisi, saat ini memiliki persaingan yang sangat ketat, bahkan sudah sangat berperan penting dalam kehidupan masyarakat, terutama dalam penyampaian informasi.

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap pendapat atau perilaku, baik lisan, maupun langsung melalui media (Effendy, 2003:79). Jadi definisi tersebut memiliki kesimpulan yakni memberi tahu atau mengubah sikap (*attitude*), pendapat (*opinion*) atau perilaku (*behavior*).

Laswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah menjawab pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut: *who says what in which channel to whom with what effect?*. Pradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan yakni komunikator, pesan, media, komunikan dan efek. Jadi komunikasi adalah proses penyampaian pesan

oleh komunikator kepada komunikan melalui media massa yang menimbulkan efek tertentu (Effendy, 2002:10).

Televisi adalah media komunikasi massa dengar pandang yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkisinambungan (Riswandi, 2009:1)

Di indonesia sendiri era televisi di mulai dengan lahirnya TVRI yang merupakan stasiun televisi pertama di indonesia. TVRI merupakan televisi yang di dirikan oleh pemerintah Indonesia. Kemudian sekitar tahun 1986, di ikuti oleh stasiun televisi diramaikan oleh hadirnya stasiun –stasiun televisi nasional dari pihak swasta diantaranya RCTI, SCTV, TPI (MNC-TV), INDOSIAR, ANTV, METRO TV, TRANS 7, TRANS TV, GLOBAL TV, TV ONE dan NET TV.

Dalam kompetisi yang semakin ketat setiap stasiun televisi saling bersaing memproduksi program kreatif, contohnya program reality show, quiz, infotainment, talk show, drama, mrgazine show dan masih banyak program acara yang ada. Masyarakat kini semakin dimanjakan oleh dengan beragam jenis program acara telvisi yang dapat mereka pilih. Salah satu acara jenis program acara yang dicukup digemari adalah magazine show.

Magazine show adalah format acara tv yang mempunyai format menyerupai majalah (media cetak), yang didalamnya terdiri dari berbagai macam rubik dan tema yang disajikan dalam reportase actual dan sesuai dengan minat dan tendensi dan target penontonnya (Naratama, 2004:171)

Salah satu ciri menonjol paket program majalah udara (magazine show) adalah sajianya terdiri dari berbagai macam topik. Dalam majalah udara keberadaan topik yang satu dengan yang lainnya tidak harus saling mengikuti. Acara Magazine show merupakan salah satu upaya televisi untuk menarik masyarakat khususnya masyarakat yang tidak suka membaca magazine (majalah) mempermudah mereka mendapat informasi dalam format program sama seperti majalah.

Berdasarkan pengamatan penulis, salah satu stasiun televisi yang mempunyai program acara megazine show salah satunya adalah NET-TV. NET-TV singkatan dari News and Entertainment Television. NET-TV adalah sebuah stasiun televisi berjaringan di Indonesia yang resmi diluncurkan pada 26 Mei 2013. NET-TV menggantikan siaran televisi Spacetoon yang sebagian sahamnya telah diambil alih oleh Grup Indika. Berbeda dengan Spacetoon yang acaranya ditunjukan untuk anak-anak. Program-program NET ditunjukan kepada keluarga dan pemirsa muda. NET memiliki slogan yaitu Televisi Masa Kini.

NET memiliki Program Magazine Show (majalah tv) salah satu programnya adalah I-LOOK. I-LOOK merupakan program yang membahas berbagai pernak pernik yang berhubungan dengan penampilan, style/fashion, dari ujung kaki hingga ujung kepala. Program ini juga akan memberikan tips fashion yang bermanfaat dan dapat menjadi acuan fashion bagi masyarakat Indonesia.

Tayangan program I-LOOK di NET-TV mempunyai nilai yang bisa dimanfaatkan oleh para penontonya sebagai tambahan ilmu tentang

style/fashion yang sedang ramai dibicarakan dikalangan pecinta fashion dan memberikan tips kepada penonton tentang fasion/style yang cocok dengan mereka serta memberikan kreasifitas penonton untuk membuat pernak-pernik sesuai dengan fasion/style yang penonton suka.

Rating untuk tayangan progam I-LOOK adalah R-BO (Remaja-Bimbingan Orang Tua) yang berarti tayangan ini di peruntukan untuk remaja, sedangkan untuk anak kecil harus dibawah pengawasan orang tua.

Dari latar belakang di atas penulis memilih siswa SMA Adi Luhur Jakarta Timur Jurusan IPS karena program acara I-LOOK merupakan progam acara yang membahas tentang gaya hidup, penampilan, style/fashion remaja masa kini,program ini cocok dengan para siswa yang masih remaja, biasanya mereka menggunakan televisi sebagai salah satu media sebagai informasi .

Menurut Prof.Dr.R. Mar'at dari Universitas Padjajaran dalam Effendy (2007:41), acara televisi pada umumnya mempengaruhi sikap,pandangan, persepsi dan perasaan para penonton.

Kehadiran berbagai macam sistem stasiun televisi beserta program acara yang ditawarkan merupakan sesuatu yang disatu sisinya diharapkan dapat menarik minat pemirsa untuk menontonnya, dan sisi lain pemirsa sangat diharapkan suatu program acara bisa berguna dan bisa dimanfaatkan. Dengan melihat kondisi diatas maka stsiun televisi apa bila ingin tetap eksis dan acaranya tetap ditonton, maka stasiun televisi tersebut harus bisa untuk pandai-pandai memanfaatkannya. Untuk itu maka riset terhadap minat pemirsa atas program acara televisi sangat penting.

Menurut sarwono dalam bukunya “Psikologi Sosial” menyebutkan bahwa interst atau minat dapat di artikan sebagai berikut :

1. Suatu sikap yang berlangsung terus menerus yang memberi pola pada perhatian seseorang sehingga membuat dirinya selektif terhadap objek minatnya.
2. Perasaan yang menyatakan bahwa satu aktifitas pekerjaan atau objek itu berharga atau berarti bagi individu.
3. Satu keadaan motivasi yang menuntut tingkah laku menuju satu arah tertentu (Sarwano, 2003:52).

Berdasarkan uraian diatas, diharapkan tayangan Megazine show (majalah TV) I-LOOK akan menimbulkan suatu stimulus atau rangsangan terhadap khalayak yang menonton acara ini akhirnya menimbulkan persepsi dan minat menonton. Hal tersebut menjadi latar belakang penulis untuk mengambil penelitian tentang PERSEPSI DAN MINAT MENONTON SISWA SMA ADI LUHUR JURUSAN IPS JAKARTA TIMUR TERHADAP PROGRAM I-LOOK DI NET-TV.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang penulis paparkan, maka dirumuskan masalah, penelitian yang diajukan yaitu, Bagaimana Persepsi dan Minat Menonton Siswa SMA Adi Luhur Jurusan IPS Jakarta Timur Terhadap Program I-LOOK di NET-TV.

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Bertolak dari rumusan masalah penelitian yang telah diuraikan, maka Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana Persepsi dan Minat Menonton Siswa SMA Adi Luhur Jurusan IPS Jakarta Timur Terhadap Program I-LOOK di NET-TV.

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus penelitian ini untuk mengaplikasikan teori-teori yang sudah didapatkan selama perkuliahan di Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Esa Unggul.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

1. Menerapkan ilmu yang telah saya pelajari selama masa perkuliahan, sehingga Penulis dapat membandingkan antara teori dan perakteknya langsung di dalam Industri Pertelevisionan
2. Menambah wawasan serta pemahaman penulis tentang suatu program acara yang Berkualitas.
3. Penelitian juga diharapkan dapat menjadi refrensi atau acuan bagi peneliti lain yang ingin Meneliti di bidang pertelevisian.

1.4.2 Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi pelaku pertelevisian untuk menghadirkan program yang berkualitas

bagi masyarakat dan dapat memberikan persepsi positif bagi pemirsa televisi.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan seminar ini diuraikan secara singkat isi yang ada dari setiap bab dengan uraian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka dengan sub bab teori komunikasi massa, media massa, televisi, tmegazine show, perspsi, minat, Oprasional variabel, kerangka pemikiran

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang desain penelitian, sumber data, bahan penelitian dan unit analisis, teknik pengumpulan data, reliabilitas dan validitas alat ukur dan teknik analisa data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang subjek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan saran-saran.