

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini kebutuhan akan informasi dan diiringi dengan kemajuan zaman yang sangat pesat, media massa menjadi sangat penting. Berbagai fungsi dan berbagai macam jenis-jenis mengenai media massa membuat khalayak mudah untuk mendapatkan informasi, dari banyaknya media massa yang ada dan semakin berkembang. Media massa sendiri terbagi menjadi dua, yakni media massa tradisional dan media massa modern. “Media massa tradisional terdiri dari media cetak yaitu; surat kabar, dan majalah, serta media elektronik yaitu; radio, televisi, dan film (layar lebar). Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan teknologi sosial budaya, telah berkembang media-media lain yang kemudian dikelompokkan ke dalam media massa modern, seperti Internet dan Telepon Seluler.” (http://id.m.wikipedia.org/wiki/Media_massa; 23/04/12)

Dari banyaknya media massa yang ada, salah satu media yang sangat berpengaruh kepada khalayak atau masyarakat banyak adalah media elektronik salah satunya Televisi. Televisi, adalah media pertama yang bisa membawakan audio visual ke dalam rumah orang, televisi tak hanya membawakan suara tetapi juga membawakan gambar. Media televisi adalah salah satu media yang banyak dipilih oleh masyarakat, karena televisi mampu menjangkau orang banyak dengan kemampuan audio dan visual yang ditayangkan secara serentak dalam waktu yang sama di tempat yang berbeda. “penyampaian isi atau pesan juga seolah-olah langsung antara komunikator (pembawa acara, pembaca berita, artis) dengan komunikan (pemirsa). Informasi

yang disampaikan mudah dimengerti karena jelas terdengar secara audio dan terlihat jelas secara visual” (Kuswandi, 1996:8).

Keunggulan televisi yang menyajikan gambar hidup sehingga mempunyai kesan yang mendalam kepada masyarakat, adalah salah satu alasan masyarakat memilih televisi untuk mendapat segala macam informasi, hiburan maupun pengetahuan lainnya. Karena informasi yang disampaikan melalui televisi akan lebih menarik dan menyenangkan dengan kombinasi visual dan audio, dibandingkan dengan media lainnya. Pada dasarnya media televisi mempunyai fungsi yang sama dengan media lainnya (surat kabar, dan radio) yaitu memberikan informasi, pendidikan dan hiburan.

Televisi saat ini adalah media yang terpopuler dikalangan masyarakat Indonesia. Sebagian besar masyarakat di Negara-negara berkembang seperti Indonesia mengenal dan memanfaatkan televisi sebagai sarana hiburan, informasi, edukasi dan lain sebagainya. Televisi juga dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat umum dari berbagai kalangan, dari dewasa, remaja, hingga anak-anak.

Semakin tinggi minat masyarakat terhadap tayangan televisi, maka semakin menarik tayangan-tayangan yang telah dibuat oleh tim kreatif yang ada dibalik layar televisi. Sehingga membuat para penonton televisi rela berjam-jam berada di depan televisi, untuk melihat tayangan televisi yang beraneka ragam. Namun dari banyaknya acara yang ada di televisi mempunyai kekurangan dan kelebihan, ada yang berpengaruh baik dan ada yang berpengaruh buruk terhadap masyarakat.

Televisi sebagai media massa mempunyai pengaruh yang besar terhadap perubahan kehidupan masyarakat. Kehidupan sosial masyarakat yang semula tradisional kini berubah begitu cepat

menjadi modern, akibat pengaruh besar modernisasi yang dibawa oleh televisi. Secara sosial televisi sudah masuk kedalam aspek kehidupan masyarakat, tidak hanya di perkotaan saja tetapi juga di pelosok-pelosok desa. Tiap hari jutaan pasang mata duduk di depan televisi untuk melihat program atau acara yang ada.

Tayangan televisi seperti *infotainment*, *talkshow*, *reality show*, sinetron bahkan iklan sekalipun turut serta berpengaruh mengatur dan mengubah *life style* di masyarakat. “Televisi sebagai sarana edukasi dan informasi mampu membuka wawasan berpikir pemirsa untuk menerima dan mengetahui kejadian yang berada di lingkungan masyarakat” (Kuswandi, 1996: 94). Masyarakat atau massa dalam hal ini berperan sebagai komunikan sedangkan para insan pertelevisian berperan sebagai komunikator yang memberikan informasi, edukasi, dan hiburan maupun pesan-pesan lainnya.

Tayangan media televisi diawali dengan kemunculan Televisi Republik Indonesia (TVRI), media televisi ini telah memberikan sumbangsih cukup besar dalam penyampaian informasi pada saat itu. Namun dengan pesatnya perkembangan zaman, sampai saat ini banyak bermunculan satu persatu stasiun televisi swasta baru. Saat ini terdapat beberapa stasiun televisi swasta diantaranya RCTI, SCTV, Indosiar, ANTV, Trans Tv, Trans 7, Metro Tv, TV One, Global Tv, dan MNC Tv. Dimana pada setiap stasiun televisi mempunyai isi program yang beraneka ragam dan mengikuti perkembangan zaman.

Berbicara mengenai isi acara televisi, beragam acara pun telah dihadirkan oleh televisi kepada khalayaknya. Mulai dari tayangan berita (*news*), *infotainment*, film, sinetron, *reality show*, komedi situasi, *talkshow*, iklan maupun beragam tayangan internasional. Setiap program acara pada setiap stasiun televisi swasta tidak akan dapat hidup tanpa adanya loyalitas pemirsa

dan iklan. Program-program acara tersebut harus memiliki strategi kreatif dalam pemenuhan tujuan dan sasaran yang dimiliki. Ditambah lagi kompetisi program acara antara stasiun televisi swasta di Indonesia yang semakin gencar dalam meraih keuntungan iklan, meningkatkan dan mempertahankan pemirsanya.

Salah satu program acara yang diminati banyak pemirsa dan dijadikan ajang kompetisi adalah *talkshow*, 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, seperti *talkshow* Kick Andy, Hitam Putih, Empat Mata yang kini telah berganti nama Bukan Empat Mata, dan masih banyak *talkshow* lainnya. “Program ini tampil dalam bentuk sajian yang menyetengahkan perbincangan seseorang atau lebih mengenai sesuatu yang menarik, sedang hangat dibicarakan masyarakat.” (Wibowo, 2007:67)

Saat ini program-program *talkshow* mulai memperbarui kemasannya, dengan lebih variatif, penuh diskusi, dan bahkan interaktif. Para pemirsa dapat bertanya langsung kepada narasumber melalui telepon atau sms, bahkan dengan era modern ini, dapat dilakukan melalui *account* twitter (internet), hal ini menandakan adanya benang merah antara televisi dan masyarakat atau khalayak.

Dari sekian banyaknya *talkshow*, dari berbagai stasiun televisi, ada salah satu *talkshow* yang digemari oleh masyarakat yaitu Bukan Empat Mata. “Bukan Empat Mata (dulu bernama Empat Mata) adalah sebuah acara bincang-bincang Indonesia yang dibawakan oleh Tukul Arwana di Trans 7.” (http://id.m.wikipedia.org/wiki/Bukan_Empat_Mata; 23/04/12)

Bukan Empat Mata adalah program *comedy talkshow* yang berbeda dengan *talkshow-talkshow* lainnya. Bukan Empat Mata menggunakan perspektif komedi dan selalu menghadirkan

selebri. Tidak hanya menawarkan informasi tetapi juga memberikan komedi-komedi yang segar dengan pembawa acara Tukul Arwana, seorang komedian yang multitalenta, yang dapat menghibur pemirsa Trans 7. Bukan Empat Mata selalu membahas topik-topik yang unik, menarik, dan kasus yang sedang hangat diperbincangkan di masyarakat. Pembawa acara atau *Host* pun dapat berinteraksi dengan para bintang tamu, *home band*, hingga penonton di studio. Tukul Arwana dipercaya menjadi *Host* 'nyentrik' di Bukan Empat Mata dan namanya melejit beserta ucapan-ucapan Tukul yang menjadi jagoan harian, mulai dari "Kembali ke Laptop", "*Silent please!*", hingga "Puas! Puas!", dan masih banyak ucapan Tukul yang mudah diingat dan identik di Bukan Empat Mata.

"Tukul Arwana yang fenomenal dengan gaya khasnya kembali menghibur pemirsa untuk menemani malam anda dalam program Bukan Empat Mata setiap hari Senin hingga Jumat pukul 22.00 WIB. Dengan dipandu presenter asal Semarang yaitu Tukul, program ini akan mengangkat tema-tema yang ada di sekitar kita. Sedangkan Vega dan Chyntia Sari akan selalu setia menemani Tukul, dengan sesekali melontarkan celetukan segarnya. Penambahan segmen '*current issue*' dalam program *talkshow* ini akan menambah pengetahuan anda mengenai hal-hal yang masih hangat diperbincangkan, segmen ini dibawakan oleh Marcella Lumowa." (<http://www.trans7.co.id/Frontend/home/view/182>; 24/04/12)

Bukan Empat Mata menampilkan acara *talkshow* yang berbeda melalui *Host* yang berprofesi sebagai pelawak. Daya tarik Tukul Arwana membuat acara *talkshow* menjadi berbeda, dengan guyonan Tukul disela-sela perbincangan dengan bintang tamunya, membuat acara ini lebih unik, dan menjadi tontonan menghibur tiap malam, dan dengan strategi kreatif dari *team* Bukan Empat Mata yang membuat ide-ide menarik di setiap acaranya.

Daya tarik seorang Tukul Arwana sebagai pembawa acara di *talkshow* ini, adalah salah satu kunci suksesnya acara. Apabila pembawa acara mempunyai daya tarik yang tinggi, dan mampu memikat pemirsa maka, keinginan atau minat seseorang akan timbul untuk menonton acara tersebut. Dalam hal ini “bahkan ketidak gantengan artis tenar bernama asli Tukul Riyanto ini justru menjadi daya tarik tersendiri.” (<http://www.suarakarya-online.com/news.html?id=289521>; 23/04/12). Daya tarik seorang pembawa acara itu sendiri meliputi, penampilan, gaya berbicara atau berkomunikasi, serta berkemampuan improvisasi yang tinggi.

Untuk menarik perhatian penonton, Tukul Arwana berbicara dengan Bahasa Inggris dengan logat Jawa yang sangat kental dan menjadikan hal tersebut sebagai candaan dalam acara tersebut, dan menjadi ciri khasnya. “Tukul Arwana begitu digemari karena mampu mengocok perut orang yang menyaksikan acara yang dipandunya. Gaya Tukul Arwana yang terkadang berlebihan atau lebay justru menjadi daya tarik sendiri. Ditambah lagi terkadang Tukul Arwana sengaja mengucapkan kata dalam Bahasa Inggris dalam logat Bahasa Jawa yang kental.” (<http://www.indobeta.com/tukul-arwana/3098/>; 24/04/12)

Begitu pandainya Tukul mencuri perhatian khalayak, dan menarik minat khalayak untuk menonton acara tersebut dalam hal ini Bukan Empat Mata di Trans 7. *Talkshow* Bukan Empat Mata adalah *talkshow* hiburan segar di malam hari bagi pemirsa, dikalangan remaja dewasa, *talkshow* ini adalah salah satu *talkshow* yang menjadi pilihan untuk ditonton. Pada acara Bukan Empat Mata kebanyakan penonton yang hadir didalam studio adalah para mahasiswa, karyawan dan dari berbagai organisasi.

Faktor pembawa acara dalam sebuah program *talkshow* menjadi sangat penting. Tukul Arwana merupakan salah satu ikon penting dalam program acara Bukan Empat Mata. Tidak

hanya membuat *audience* merasa nyaman, tetapi juga menjadikan Bukan Empat Mata sebagai salah satu program acara favorit di Trans 7.

Talkshow Bukan Empat Mata selain untuk hiburan juga bersifat *informative*, ini juga mempengaruhi minat menonton. Namun pembawaan atau daya tarik seorang pembawa acara yang menjadi kunci sukses acara tersebut lebih dilihat untuk menarik perhatian dan menimbulkan minat menonton kepada khalayak.

Seperti yang sudah diuraikan sebelumnya, *Talkshow* Bukan Empat Mata adalah *talkshow* hiburan segar di malam hari bagi pemirsa, dikalangan remaja dewasa. Maka, penulis memilih mahasiswa Universitas Esa Unggul Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2010, sebagai subjek penelitian karena mahasiswa merupakan perwakilan jenjang dua usia diantara *young adult* (remaja dewasa).

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah di uraikan mengenai *talkshow* yang berbeda, dengan daya tarik pembawa acara Tukul Arwana dalam program Bukan Empat Mata yang tayang di Trans7, dan diminati untuk ditonton oleh kalangan *young adult* (remaja dewasa).

Dari permasalahan yang ada tersebut maka responden yang peneliti gunakan yaitu pada kalangan mahasiswa. Karena mahasiswa merupakan perwakilan jenjang dua usia diantara *young adult* (remaja dewasa). Untuk meninjau rumusan masalah yang penulis ajukan untuk penelitian ini adalah:

“Bagaimana daya tarik pembawa acara *Talkshow* Bukan Empat Mata di Trans 7 terhadap minat menonton mahasiswa Universitas Esa Unggul Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2010?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk mengukur Daya Tarik Pembawa Acara *Talkshow* Bukan Empat Mata di Trans 7.
2. Untuk mengukur Minat Menonton kalangan Mahasiswa Universitas Esa Unggul Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2010 pada program acara *Talkshow* Bukan Empat Mata di Trans 7.
3. Untuk mengetahui hubungan Daya Tarik Pembawa Acara *Talkshow* Bukan Empat Mata di Trans 7 terhadap Minat Menonton Mahasiswa Universitas Esa Unggul Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2010.

1.4 Manfaat penelitian

Terdapat dua manfaat dalam penelitian ini, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis :

1.4.1 Manfaat Teoritis

- (1) Kegunaan penelitian ini adalah memperkaya wawasan yang luas tentang pentingnya daya tarik pembawa acara terhadap minat menonton pemirsa, terutama mahasiswa.
- (2) Menambah khazanah pengetahuan tentang daya tarik pembawa acara dalam program acara televisi khususnya dibidang *broadcast*.
- (3) Memberikan referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

- (1) Bagi peneliti, manfaat penelitian ini adalah untuk menambah wawasan tentang daya tarik pembawa acara suatu program *talkshow* di televisi terhadap minat menonton, serta dapat mengaplikasikan teori-teori yang didapat selama kuliah ke dunia kerja.
- (2) Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan, terutama digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan oleh tim kreatif, dalam mengembangkan daya tarik pembawa acara dalam program tersebut agar menarik minat menonton pemirsa.
- (3) Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak lain dalam penyajian informasi untuk mengadakan penelitian serupa.
- (4) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berarti bagi *Talkshow* Bukan Empat Mata di Trans 7, serta pesaing dan masyarakat pada umumnya. Terutama dalam melihat Daya Tarik Pembawa Acara terhadap Minat Menonton.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan memberikan arahan bagi penulisan laporan agar menjadi satu kesatuan, maka penulisan terbagi dalam 5 BAB yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian (manfaat teoritis dan manfaat praktis).

BAB II : KERANGKA TEORI

Bab ini berisikan, Tinjauan Pustaka, Operasional Variabel, dan Kerangka Pemikiran.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang Desain penelitian yang digunakan, sumber data, populasi dan sampel, teknik sampling yang digunakan, bahan penelitian dan unit analisis, teknik pengumpulan data yang terdiri dari data primer dan data sekunder, reliabilitas dan validitas alat ukur, serta teknik analisis data.

BAB IV : ANALISA PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan hasil penelitian yang dilakukan penulis dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi uraian tentang kesimpulan yang didapat penulis dan saran yang akan diberikan kepada pihak-pihak yang bersangkutan khususnya penonton ***Talkshow Bukan Empat Mata di Trans 7.***