

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi adalah penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Komunikasi merupakan bagian yang penting yang tidak dapat dipisahkan dari sejarah perkembangan umat manusia. Oleh karena itulah, ilmu komunikasi saat ini berkembang pesat. Salah satu bagian dari ilmu komunikasi yang sedang berkembang pesat adalah komunikasi massa.

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang tersebar yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. (Mulyana, 2002:75)

Pentingnya peranan media massa dalam proses komunikasi, disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai komunikan. Dari sekian banyak media massa seperti surat kabar atau radio, televisi merupakan media massa yang paling berpengaruh dan diminati dalam kehidupan masyarakat.

Televisi merupakan media yang paling luas dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Jenis media ini sebagai media audio visual tidak membebani banyak syarat bagi masyarakat untuk menikmatinya.

Pada dasarnya fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya (surat kabar dan radio siaran), yakni member informasi, mendidik dan menghibur dan membujuk. Tetapi pada kenyataannya fungsi menghiburlah yang lebih dominan pada media televisi, sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan mahasiswa UNPAD, yang menyatakan bahwa pada umumnya tujuan utama khalayak menonton televisi adalah untuk memperoleh hiburan selanjutnya untuk memperoleh informasi. (Ardianto, 2004:128)

Stasiun televisi pertama di Indonesia adalah TVRI, berdiri pada 24 Agustus 1962 yang merupakan satu – satunya stasiun televisi pemerintah, Pada 24 Agustus 1989 muncul stasiun televisi swasta pertama di Indonesia yaitu, RCTI dan kemudian hingga saat ini diikuti oleh banyak stasiun televisi swasta dan stasiun televisi lokal lainnya.

Untuk mengambil hati sekaligus memuaskan khalayaknya, berbagai stasiun televisi swasta memproduksi tayangan-tayangan yang dirasa akan banyak diminati oleh masyarakat. Berbagai macam program yang bertemakan edukatif, informatif, hingga menghibur pun ditayangkan. Mulai dari sinetron, hingga kuis yang berdurasi selama beberapa menit dapat ditonton di layar kaca televisi.

Acara *talkshow* merupakan salah satu upaya televisi untuk menarik minat masyarakat untuk menonton. Banyak televisi swasta yang kerap menayangkan acara seperti ini, salah satunya ialah Trans 7. Stasiun Televisi Trans7 mempunyai

banyak produksi program acara talkshow yang menarik seperti Aziz & Beauty, Bukan Empat Mata, Pas Mantab, Hitam Putih, dan lainnya. Hampir semua acara-acara *talkshow* di stasiun televisi swasta ini dianggap sukses untuk menarik minat masyarakat dalam menonton. Kegemaran masyarakat akan program talkshow karena selain bersifat menghibur, juga terselip berbagai pesan didalam acara tersebut.

“Hitam Putih” merupakan acara talkshow yang disajikan oleh Trans7 setiap hari Senin hingga Jumat pukul 18.30 WIB. ‘Hitam Putih’ merupakan program *talkshow* dengan format *mind reading*. Bintang Tamu akan dibuat tidak berdaya ketika ‘dicecar’ pertanyaan oleh pembawa acara Deddy Corbuzier yang memaksa mereka memaparkan kehidupan pribadinya tanpa disadari. Setiap episodnya, “Hitam Putih” menampilkan artis sebagai bintang tamu atau seseorang yang mempunyai kemampuan atau kebiasaan unik dan juga kejutan untuk bintang tamu baik berupa orang yang berpengaruh dalam kehidupan mereka dan juga macam – macam opini masyarakat tentang bintang tamu yang diundang.

Kesuksesan acara *talkshow* terletak pada kepiawaian pembawa acara dalam membawakan acara-acara tersebut. Seorang *presenter* atau pembawa acara *talkshow* adalah *talk entertainer*, artinya *presenter* harus mempunyai kemampuan *entertainment* untuk menguasai pembicaraan dan membuat pertanyaan – pertanyaan yang menarik untuk menjawab rasa keingintahuan masyarakat.

Deddy Corbuzier sebagai seorang mentalis dan baru dalam bidang presenter talkshow ini membawakan acara dengan kejahilan, kemahiran dan ketajaman bertanya sinis dapat membuat para bintang tamu terpojok dalam mengatur

permainan pikiran yang mengundang gelak tawa disertai aksi-aksi menarik khas yang diselipkan di setiap segemen *talkshow* ini. Sedangkan disetiap akhir tayangan Deddy selalu memberikan kata – kata mutiara yang merupakan kesimpulan atau pesan moral yang terkandung dari episode pada hari itu. Kecerdasan, kredibilitas dan daya tarik Deddy Corbuzier sebagai pembawa acara menjadikan talkshow “Hitam Putih” menjadi menarik dan berbeda dari acara talkshow yang lain. Selain pembawa acara yang berkredibilitas tentu saja bintang tamu yang dihadirkan turut memberikan kontribusi dalam berjalannya acara. Hitam Putih menghadirkan Bintang Tamu dari berbagai kalangan mulai dari *public figure* (selebritis, orang terkenal), seseorang yang mempunyai keahlian / member inspirasi. Dari keahlian Deddy dalam mengolah kata diimbangi dengan ekspresi dan keahlian narasumber atau bintang tamu dalam menjawab, sehingga dapat menghidupkan suasana dalam acara talkshow Hitam Putih.

Penilaian dari hasil suatu acara tentu mempunyai nilai yang berbeda, begitu pula dengan acara talkshow “Hitam Putih” di Trans7. Menarik tidaknya suatu program acara dapat dilihat dari persepsi penonton akan acara tersebut.

Persepsi atau personal opinion dapat muncul setelah seseorang memiliki informasi atau pengetahuan akan sesuatu. Jalaludin Rakhmat, M.Sc (2005:51) menyatakan persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Dengan demikian, persepsi seseorang tentang suatu program acara dapat dinilai setelah mereka melakukan pengamatan terhadap acara tersebut.

Persepsi dapat diukur menjadi dua yaitu positif dan negatif. Persepsi positif dapat terjadi, jika penyajian acara juga memuat konten yang positif dan bermanfaat khususnya bagi pemirsanya. Nilai - nilai moral dan sosial sangat penting jika disertakan dalam pemuatan konten suatu acara. Nilai - nilai moral yang baik dapat ditiru oleh pemirsanya, kehidupan sosial yang baik juga dapat mempengaruhi kehidupan social orang yang menyaksikan program acara televisi.

Dalam pengukuran rating yang dilakukan oleh *Nielsen Media Measurement*, rating acara *talkshow* “Hitam Putih” masuk dalam jajaran 2 teratas tayangan *talkshow* target 5 tahun keatas.
(<http://iloveads.marketing.co.id/2011/12/08/nonberita-disuka-kaum-hawa/>)

Berdasarkan pengukuran rating tersebut dapat dikatakan segmentasi penonton Talk Show “Hitam Putih” untuk semua kalangan usia, semua gender dan semua tingkatan sosial. Tayangan *talkshow* Hitam Putih layak disaksikan untuk semua kalangan usia tidak terkecuali kalangan remaja.

Pada usia remaja, seseorang sedang mengalami perkembangan pesat dalam aspek intelektual. Transformasi intelektual dari cara berfikir remaja ini memungkinkan mereka tidak hanya mampu mengintegrasikan dirinya ke dalam masyarakat dewasa, tapi juga merupakan karakteristik yang paling menonjol dari semua priode perkembangan. (Shaw dan Costanzo,1985)

Disini peneliti tertarik untuk menjadikan siswa SMAK Ricci II sebagai responden. Dikarenakan, siswa SMA masuk dalam kategori remaja usia 15 hingga 17 tahun yang membutuhkan hiburan dan rasa ingin tahu akan sesuatu yang menarik seperti acara talkshow Hitam Putih

Berdasarkan uraian diatas, diharapkan tayangan talkshow Hitam Putih akan menimbulkan suatu stimulus atau rangsangan terhadap khlayak yang menonton acara ini dan akhirnya menimbulkan persepsi tersendiri dari siswa SMA. Hal tersebut menjadi latar belakang penulis untuk melakukan penelitian tentang **“Persepsi Siswa SMAK Ricci II Terhadap Pembawa Acara dan Bintang Tamu Program Talkshow Hitam Putih di Trans 7.”**

1.2 Rumusan Masalah

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

“Bagaimana Persepsi Siswa SMAK Ricci II Terhadap Pembawa Acara dan Bintang Tamu Program Talkshow Hitam Putih di Trans7 ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi siswa SMAK Ricci II terhadap pembawa acara dan bintang tamu program talkshow Hitam Putih di Trans7.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini terdiri dari:

1. Kegunaan teoritis

Penelitian ini berguna untuk dapat memberikan masukan-masukan teoritis tentang peneliti mengenai persepsi siswa SMA setelah menyaksikan tayangan program talkshow “Hitam Putih” di Trans7.

2. Kegunaan praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pembuat acara televisi dalam hal format penyajiannya, sehingga dapat menarik penonton (khalayak) yang sangat membutuhkan baik informasi maupun hiburan secara praktis.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

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

BAB II : Landasan Teori

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka dengan sub bab Teori Komunikasi, Televisi, Persepsi, Pembawa Acara, Bintang Tamu, Talkshow, Remaja, Operasional 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 Analisis 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.