

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Komunikasi merupakan hal yang setiap hari manusia lakukan dalam kehidupannya. Komunikasi merupakan hal penting untuk dapat berinteraksi dengan orang lain maupun lingkungannya. Komunikasi dari jaman dahulu hingga saat ini banyak mengalami perubahan yang cukup drastis. Sekarang ini komunikasi lebih mudah dilakukan. Sehingga dengan mudah satu sama lainnya dapat terhubung.

Komunikasi bukan hanya dilakukan antar personal tetapi juga bisa melibatkan banyak orang di sekitarnya atau yang lebih dikenal dengan komunikasi massa. Untuk dapat berkomunikasi secara massa tersebut, tentunya ada media yang digunakan dalam penyampaian pesan. Masyarakat saat ini tidak bisa lepas dari yang namanya media massa. Karena dengan adanya media massa manusia bisa menggali informasi di sekitarnya yang mungkin saja mereka baru mendengar atau belum mendengar mengenai informasi tersebut sebelumnya. Media massa terbagi menjadi 2 yaitu media massa cetak dan elektronik. Media cetak adalah media yang menyampaikan informasi melalui tulisan. Jenis medianya adalah koran, majalah, tabloid dan lain sebagainya. Sedangkan media elektronik adalah media yang mengutamakan perpaduan antara visual dan audio. Tetapi bisa saja hanya mengandalkan audio. Media yang termasuk ke dalam media elektronik adalah radio, televisi, dan internet. Kedua jenis media massa ini sama-sama akan memberikan informasi kepada khalayak.

Secara Etismologis atau menurut asal katanya, istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. Jika dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan mengenai makna apa yang dipercakapkan (Effendy, 1999:9). Menurut Edwin B. Flippo, komunikasi adalah kegiatan mendorong orang-orang lain untuk menafsirkan suatu ide dengan cara yang diinginkan oleh si pembicara atau si penulis (Moekijat. 2003:3). Jadi komunikasi adalah sebuah cara yang dilakukan oleh orang-orang untuk mendapatkan sebuah informasi. Terry dan Franklin mengatakan (dalam Moekijat, 2003:3) komunikasi adalah seni mengembangkan dan mendapatkan pengertian di antara orang-orang. Komunikasi adalah proses menukar informasi dan perasaan diantara dua orang atau lebih, dan penting bagi manajemen yang efektif. Secara terminologis komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari pengertian jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, di mana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain. (Franciscus T. Lamintang, 2013:5)

Dari jenis media massa yang sudah disebutkan di atas, televisi merupakan media yang paling efektif dalam penyampaian pesan. Karena televisi bisa menampilkan gambar (video) dengan suara (audio) yang mampu memberikan pengaruh dan dapat dikatakan efektif dalam penyampaian informasi. Fungsi televisi bukan hanya sebagai media dalam penyampaian informasi tetapi juga bisa sebagai media hiburan dan edukasi.

Televisi adalah sebuah media telekomunikasi yang dikenal sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang monokrom (hitam putih) maupun warna. Kata televisi merupakan gabungan dari bahasa Yunani yang dibagi menjadi dua arti antara lain, kata *tele* yang berarti jauh dan *visio* yang berarti penglihatan. Sehingga televisi dapat diartikan sebagai telekomunikasi yang dapat dilihat dari jarak jauh. Penemuan televisi

disejajarkan dengan penemuan roda, karena penemuan ini mampu mengubah peradaban dunia. Di Indonesia, televisi secara tidak formal disebut dengan TV, tivi, teve, atau tipi. (Indah Rahmawati & Dodoy Rusnandi, 2011:3)

Perkembangan dunia pertelevisian kita semakin ramai dan banyaknya pilihan stasiun televisi di Indonesia seperti RCTI, SCTV, Indosiar, TV One, Global TV, MNC TV, Trans TV, Trans 7, TVRI, ANTV, Metro TV, Net TV, Rajawali TV.

Dengan banyaknya bermunculan stasiun televisi di Indonesia, menyebabkan persaingan dalam menayangkan program yang bukan hanya mendidik tapi juga menghibur dan juga bersifat informatif. Setiap stasiun televisi memiliki program yang bervariasi seperti berita, sitkom, sinetron, *talk show*, *reality show*, film, olahraga, musik, dan lain sebagainya.

Program yang cukup mengundang perhatian masyarakat adalah program Komedi situasi atau yang biasa disebut dalam bahasa Inggris *Situation Comedy* atau sering disingkat menjadi Sitkom adalah sebuah tayangan drama yang mengedepankan unsur humor. Yaitu sebuah drama yang menampilkan situasi humor dengan penggarapan sebagian besar menggunakan set bangunan interior studio sebagai shooting.

Program yang ingin diteliti oleh penulis adalah acara sitkom yang ditayangkan oleh stasiun televisi NET TV yaitu “OK-JEK”. Program OK-JEK adalah program yang hadir setiap hari Senin-Jumat pada pukul 19.00 WIB. Program ini berisikan pemain film dan sinetron ternama seperti Ibnu Jamil, Atiqah Hasiholan, Jajang C. Noer, Dodit Mulyanto, Baby Jovanca, dan lain sebagainya.

Program ini menceritakan tentang pekerjaan sebagai pengemudi ojek online yang saat ini sedang *booming* di Indonesia. Sehubungan dengan maraknya transportasi online terutama ojek online yang saat ini banyak tersebar di Jakarta dan daerah lainnya, maka program ini dirasa banyak menarik perhatian pemirsa. Dan program ini dirasa cukup berbeda dengan program sejenis yang ada pada stasiun televisi lainnya. Karena itulah penulis ingin

mengangkat dan meneliti tentang intensitas menonton dan daya tarik terhadap program ini. Seberapa intens warga Pasir Jaya RT 006 RW 004 Kelurahan Pasir Jaya Kecamatan Jatiuwung Kota Tangerang dalam menonton program OK-JEK di NET TV dan apakah yang menjadi daya tariknya dalam menonton program tersebut.

Kata Intensitas berasal dari Bahasa Inggris yaitu *Intense* yang berarti semangat, giat (John M. Echols, 1993:326). Sedangkan menurut Nurkholif Hazim (2005:191) bahwa intensitas adalah kebulatan tenaga yang dikerahkan untuk suatu usaha. Jadi intensitas secara sederhana dapat dirumuskan sebagai usaha yang dilakukan oleh seseorang dengan penuh semangat untuk mencapai tujuan. Perkataan intensitas sangat erat kaitannya dengan motivasi, antara keduanya tidak dapat dipisahkan. Intensitas merupakan realitas dari motivasi dalam rangka mencapai tujuan yang diharapkan yaitu peningkatan prestasi, sebab orang melakukan usaha dengan penuh semangat karena adanya motivasi sebagai pendorong pencapaian prestasi.

Daya tarik dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1989:189), daya tarik adalah kemampuan untuk menarik (memikat) perhatian. Sedangkan dalam Kamus Komunikasi (1989:18), daya tarik (*appeals*) memiliki pengertian yaitu kekuatan yang mampu memikat perhatian.

Dan daya tarik dari pemain OK-JEK ini adalah salah satu kunci suksesnya serial ini. Selain beberapa pemain yang memang sebelumnya sudah terkenal di berbagai film layar lebar maupun televisi, OK-JEK juga menampilkan beberapa wajah baru di televisi.

Dalam penelitian ini, subjek yang diambil sebagai sampel oleh penulis adalah Warga Pasir Jaya RT 006 RW 004 Kelurahan Pasir Jaya Kecamatan Jatiuwung Kota Tangerang. Alasan penulis memilih sampel ini karena kebanyakan dari mereka suka menonton sitkom OK-JEK apalagi para pemainnya cukup terkenal.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana intensitas menonton program acara OK-JEK di NET TV ?
2. Bagaimana daya tarik warga Pasir Jaya RT 006 RW 004 Kelurahan Pasir Jaya Kecamatan Jatiuwung Kota Tangerang ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan latar belakang masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang “Bagaimana intensitas menonton warga Pasir Jaya RT 006 RW 004 Kelurahan Pasir Jaya Kecamatan Jatiuwung Kota Tangerang dan bagaimana daya tarik terhadap program OK-JEK di NET TV?”

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, baik secara teoritis maupun praktis.

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara teori, penelitian diharapkan dapat menjadi inspirasi bagi ilmu komunikasi khususnya di bidang broadcasting.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat berguna untuk sebagai masukan yang baik untuk stasiun televisi dan bahan evaluasi kepada stasiun televisi dalam hal ini adalah NET TV dalam segi intensitas dan daya tarik terhadap tayangan tersebut.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian yang berguna untuk memberikan gambaran tentang skripsi ini.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini merupakan kerangka teori yang mendasari penelitian, yaitu meliputi penjelasan mengenai teori komunikasi, teori *Uses and Gratification*, konsep yang berkaitan dengan permasalahan, serta kerangka pemikiran yang menggambarkan hubungan antar konsep.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini merupakan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang subjek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan-kesimpulan yang dapat diambil dan juga saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini.