

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini, ketika teknologi sudah berkembang pesat, teknologi mempengaruhi hampir segala bidang dalam kehidupan masyarakat, tak terkecuali dalam bidang hiburan. Dalam hal hiburan, masyarakat mendapatkan kemudahan dalam mengakses atau memperoleh hiburan yang ingin mereka dapatkan baik itu melalui media elektronik, seperti televisi dan radio, media cetak, seperti koran, majalah, tabloid, maupun media internet. Menurut Charles R. Wright dalam Khomsahrial Romli (2016: 92) *“communication act primarily intended for amusement irrespectively of any instrument effect they might have”*, yang berarti bahwa media massa mempunyai fungsi sebagai media hiburan.

Televisi dengan kelebihan audio visualnya menjadi media massa yang paling sering dilihat atau digunakan oleh masyarakat saat ini. Televisi cenderung lebih sering digunakan oleh masyarakat dibanding radio, koran, majalah ataupun tabloid. Dikutip dari lembaga *rating* AGB Nielsen mengenai konsumsi masyarakat terhadap media di Indonesia, televisi menjadi media dengan tingkat konsumsi paling tinggi, yaitu 94% dan disusul oleh media internet sebesar 29%.

Media televisi sendiri saat ini berkembang pesat. Dimulai dengan adanya stasiun televisi milik pemerintah yaitu Televisi Republik Indonesia (TVRI) yang kemudian turut memicu munculnya stasiun televisi swasta seperti Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI), Surya Citra Televisi (SCTV), Indosiar, Trans TV, Trans 7, Global TV, Metro TV, TV One, NET TV, dan lainnya. Tidak hanya itu, stasiun televisi daerah pun juga ikut berkembang pesat. Banyak bermunculan stasiun televisi dalam satu daerah atau kota yang sama, seperti halnya di Kota Surabaya yang terdapat stasiun televisi seperti SBO TV, Surabaya TV, Arek TV, JTV, TV9, dan lainnya.

Stasiun televisi saat ini berlomba-lomba dalam menampilkan berbagai siaran televisi baik itu sinteron, film televisi (FTV), program talkshow, komedi, musik dan lain sebagainya untuk menarik minat pemirsa dan meningkatkan *rating* program acara masing-masing. Hal ini lantaran berdasarkan asumsi, semakin banyak masyarakat yang menonton suatu program acara maka semakin tinggi *rating* yang didapat. Semakin tinggi

rating suatu program acara, tentu peluang lebih besar untuk mendapat iklan sponsor sebagai pemasukan bagi sebuah stasiun televisi.

Saat ini acara komedi adalah jenis program acara yang masih diminati oleh masyarakat disamping program acara sinetron. Hal inilah yang membuat acara komedi masih tayang di televisi hingga saat ini. Pada awalnya, program acara komedi masih ditampilkan berupa sandiwara, seperti Srimulat. Kemudian muncul Ketoprak Humor di mana dahulu disebut sebagai sandiwara berbudaya Jawa. Sampai pada akhirnya, muncul pertunjukan komedi yang beraliran modern, seperti Extravaganza, Opera Van Java, Pesbukers, Waktu Indonesia Bercanda, dan lain sebagainya.

Bagi sebagian khalayak penonton, semakin banyak diminatinya program acara komedi dikarenakan adanya unsur hiburan yang menarik namun tetap ringan. Ringan karena penonton tidak perlu memahami apa yang ditampilkan namun tetap dapat menikmati hiburan yang menarik.

Komedi sudah menjadi hal yang sudah melekat dalam masyarakat, terlepas dari banyaknya program acara yang bernuansa komedi yang semakin banyak jumlahnya di stasiun televisi swasta dalam beberapa tahun belakangan ini. Dengan adanya program acara komedi tersebut, penonton bisa merasakan hiburan dan juga kesenangan di sela aktivitas sehari-hari. Penonton menganggap bahwa program acara komedi harus bisa memancing tawa penonton namun tetap mendapat sambutan positif dari penonton.

Namun di era yang sangat terbuka ini, diharapkan program acara komedi tidak hanya menghibur tetapi juga mendidik. Tidak hanya sekedar membuat penonton tertawa, namun kelucuan yang ditampilkan juga harus membuat penonton dapat melepaskan penat, jenuh, dan rasa bosan di tengah aktivitas sehari-hari.

Menurut Dennis McQuail (1996: 72) faktor-faktor yang menyangkut kepuasan, kesenangan, dan pemakaian sudah mencerminkan tingkat keteraturan yang cukup dijadikan sebagai kerangka dasar dan tolok ukur kepuasan individu atau khalayak yang searah dan melengkapi kerangka yang dibuat berdasarkan pandangan masyarakat, sehingga hal ini melatarbelakangi seseorang menggunakan media.

Salah satu di antara banyak program acara komedi di Indonesia adalah “Pesbukers” di ANTV. “Pesbukers” adalah program acara yang berdurasi selama 60 menit dan ditayangkan setiap hari Senin-Jumat pukul 15.30 di ANTV. Program yang dipandu oleh Raffi Ahmad, Jessica Iskandar, Eko Patrio, dan beberapa artis lainnya ini mempunyai beberapa sketsa seperti rumah miring, dan lain sebagainya. Salah satu keunggulan acara ini adalah

adanya artis-artis dari India yang ikut dalam “Pesbukers”. Hal ini tentunya menarik minat menonton khalayak penonton. Apalagi ditambah dengan dimasukkannya unsur gosip dalam bentuk sketsa seperti hubungan antara artis Indonesia dan artis India.

Tidak hanya program acara “Pesbukers” yang ditonton oleh banyak khalayak. Program acara komedi lain yang sedang digandrungi oleh khalayak penonton adalah “Waktu Indonesia Bercanda” di NET TV. Program acara ini sudah tidak asing lagi bagi penyuka acara komedi khususnya penonton televisi NET TV. “Waktu Indonesia Bercanda” adalah program acara komedi yang tayang perdana pada tanggal 23 April 2016 dan ditayangkan setiap hari Jum’at pukul 18.00 WIB serta Sabtu dan Minggu pukul 19.00 WIB. Program acara ini dipandu oleh komedian Cak Lontong dan asistennya Nabila Puteri atau Fitri Tropika dan juga melibatkan komedian-komedian seperti Bedu, Arie Kriting, Akbar, dan lain-lain.

Pada awalnya, program ini menjelaskan dan memberikan motivasi tentang sesuatu yang berkaitan dengan kehidupan manusia, meskipun disampaikan dengan cara yang lucu dan tidak biasa. Namun, lambat laun, program acara ini lebih menitikberatkan pada segmen permainan. Program acara ini cukup mengundang reaksi geram, gemas, dan kesal meskipun juga bisa mengundang tawa bagi penonton dikarenakan jawaban yang diberikan oleh pemandu acara terkesan unik tetapi masuk akal. “Waktu Indonesia Bercanda” dibagi menjadi beberapa segmen yang berisi permainan atau kuis seperti Teka-Teki Silang (TTS), Bercacu Dalam Emosi, Kuis Sensus, Kata Misteri, Cak Cik Boom, dan lainnya.

Kedua program acara ini jika dilihat dari sasaran khalayak yang dituju, sama-sama ditujukan untuk semua jenis kelamin dengan usia di atas 18 tahun. Selain itu, khalayak yang dituju juga berada pada tingkat pendidikan setara sekolah menengah atas (SMA), mahasiswa, dan para pekerja. Kedua acara ini merupakan salah satu dari sekian banyak pilihan program acara bagi mereka yang menginginkan hiburan setelah beraktivitas seharian. Program acara “Pesbukers” dan “Waktu Indonesia Bercanda” juga masuk ke dalam nominasi penghargaan Panasonic Gobel Award untuk kategori program komedi/sitkom yang menunjukkan bahwa kedua acara tersebut cukup menarik minat menonton khalayak penonton.

Namun di samping *rating* penonton yang cukup tinggi, tentunya ada kekurangan dari kedua program acara tersebut baik itu berupa secara verbal maupun non verbal seperti umpatan atau kata-kata yang tidak baik untuk ditiru. Meskipun, sasaran yang dituju adalah khalayak yang berusia di atas 18

tahun, tidak bisa dipungkiri bahwa anak-anak juga bisa menonton tayangan program tersebut. Apalagi jika anak-anak yang masih di bawah umur menonton program acara tersebut tanpa didampingi oleh orang tua.

Program acara “Pesbukers” dan “Waktu Indonesia Bercanda” tentu memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing dalam menyajikan tayangan bagi para penonton. Di sini penonton memiliki keputusan untuk memilih program acara mana yang akan ditontonnya yang dianggap sesuai dengan keinginannya meskipun jam tayang dan format acara yang ditampilkan kedua program acara tersebut terlihat berbeda.

Setiap khalayak memiliki pertimbangan untuk menggunakan media mana yang akan dipilih. Hal ini dipengaruhi oleh faktor kepuasan yang bisa diperoleh dari media tersebut. Khalayak akan memilih dan memilih program acara mana yang akan dipilih untuk memenuhi harapan dan kepuasannya yang tentunya berbeda satu sama lain. Harapan dan tingkat kepuasan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti latar belakang dan motivasi yang berbeda-beda dari setiap individu, sehingga juga akan menentukan program mana yang menarik dan layak untuk ditonton diantara program acara “Pesbukers” di ANTV dan “Waktu Indonesia Bercanda” di NET TV.

Di tengah semakin populernya program acara komedi, kedua program acara tersebut tentunya memiliki daya tarik tersendiri bagi khalayak penonton, meskipun dengan jam tayang serta format acara yang berbeda satu sama lain namun sama-sama menyajikan tayangan yang cukup menghibur.

Penelitian ini akan menggunakan model pendekatan *Uses and Gratifications*. Pendekatan ini lebih berorientasi pada apa yang dilakukan khalayak terhadap media di mana pendekatan ini menganggap bahwa khalayak mempunyai peran dalam mencari dan menggunakan media untuk memuaskan kebutuhannya. Khalayak penonton dengan latar belakang dan motif yang berbeda satu sama lain, bebas memilih dan menentukan program acara mana yang dapat memuaskan kebutuhannya sesuai dengan hak yang dimiliki. Mahasiswa di Surabaya di mana setiap orang mempunyai latar belakang budaya yang berbeda sehingga masing-masing individu menerima efek yang beragam ketika menggunakan suatu media massa. Dalam teori *uses and gratifications* ini, efek yang dimaksud adalah tingkat kepuasan individu.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti terdorong ingin melakukan penelitian guna memperoleh gambaran mengenai kebutuhan apa saja yang diharapkan dan kepuasan yang diperoleh sehingga akan diketahui tingkat kesenjangan kepuasan pada kedua program acara tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih mahasiswa di Surabaya sebagai objek penelitian karena dari pra survey yang dilakukan oleh peneliti terhadap 25 orang mahasiswa secara acak, hasilnya 100% sering menonton tayangan komedi dengan rincian 32% menonton “Pesbukers”, 28% menonton “Waktu Indonesia Bercanda”, 40% menonton keduanya. Selain itu, mahasiswa di Surabaya juga berasal dari berbagai daerah yang tentunya mempunyai budaya yang berbeda sehingga penelitian ini bisa menghasilkan beragam motif dan kepuasan yang diperoleh dalam menggunakan media.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijabarkan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar kepuasan yang diharapkan (*gratifications sought*) mahasiswa di Surabaya sebelum menonton acara komedi “Waktu Indonesia Bercanda” di NET TV dan “Pesbukers” di ANTV?
2. Seberapa besar kepuasan yang diperoleh (*gratifications obtained*) mahasiswa di Surabaya setelah menonton acara komedi “Waktu Indonesia Bercanda” di NET TV dan “Pesbukers” di ANTV?
3. Seberapa besar prosentase kesenjangan kepuasan (*gratifications discrepancy*) yang diperoleh mahasiswa di Surabaya setelah menonton acara komedi “Waktu Indonesia Bercanda” di NET TV dan “Pesbukers” di ANTV?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan seberapa besar kepuasan yang diharapkan (*gratifications sought*) mahasiswa di Surabaya sebelum menonton acara komedi “Waktu Indonesia Bercanda” di NET TV dan “Pesbukers” di ANTV.
2. Untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan seberapa besar kepuasan yang diperoleh (*gratifications obtained*) mahasiswa di Surabaya setelah menonton acara komedi “Waktu Indonesia Bercanda” di NET TV dan “Pesbukers” di ANTV.
3. Untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan seberapa besar prosentase kesenjangan kepuasan (*gratifications discrepancy*) yang diperoleh mahasiswa di Surabaya setelah menonton acara komedi “Waktu Indonesia Bercanda” di NET TV dan “Pesbukers” di ANTV.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan terutama dalam bidang Ilmu Komunikasi massa terfokus dalam bidang televisi.
2. Untuk memberikan informasi kepada para pembaca bahwa khalayak mempunyai peran aktif dalam menggunakan suatu media.
3. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan, informasi atau referensi bagi yang berminat untuk mendalami studi mengenai kepuasan khalayak terhadap suatu media massa.
4. Hasil penelitian ini dapat menambah literatur keilmuan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya terutama dalam bidang Ilmu Komunikasi mengenai kesenjangan kepuasan khalayak dalam menggunakan media massa.

1.4.2. Manfaat Praktis :

1. Dapat memberikan informasi mengenai kepuasan yang diharapkan dan kepuasan yang diperoleh mahasiswa di Surabaya dalam menonton acara komedi “Waktu Indonesia Bercanda” di NET TV dan “Pesbukers” di ANTV.
2. Dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai acara mana (antara “Waktu Indonesia Bercanda” di NET TV dan “Pesbukers” di ANTV) yang lebih bisa memuaskan mahasiswa di Surabaya.

1.5. Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian dalam penelitian ini disusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menggambarkan tentang rancangan penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi uraian tentang uraian penelitian terdahulu yang relevan, landasan teori, kerangka dasar pemikiran, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi uraian tentang metode penelitian yang terdiri dari metodologi penelitian, subyek dan obyek penelitian, penentuan populasi dan sampel, pengukuran dan instrumen penelitian, variabel

penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, uji instrumen penelitian dan teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi uraian tentang deskripsi obyek penelitian dan penyajian data yang telah diperoleh sebelumnya. Kemudian dilakukan analisis data dan pembahasan mengenai hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi uraian tentang pokok-pokok kesimpulan dan saran-saran yang perlu disampaikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian.