

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media massa sebagai perpanjangan tangan dari komunikator –yang biasanya berlembaga, kepada komunikan yang anonim dan heterogen –yang umum disebut dengan khalayak (Ardianto *et al.*, 2009:6) memiliki fungsi yang sangat penting di dalam masyarakat. Selain sebagai penyalur informasi dan pendidikan, media massa juga menjadi andalan sebagai pusat hiburan yang saat ini mudah untuk dijangkau. Media cetak berupa koran, majalah, tabloid, dan lain-lain relatif murah untuk didapatkan, dan media elektronik seperti radio dan televisi juga sudah lebih mudah untuk dijangkau. Kemudahan tersebut yang kemudian membuat kebutuhan audien akan informasi meningkat, dan kebutuhan tersebut kemudian mendorong para pelaku media massa memenuhi kebutuhan audien, terutama bagi media massa yang paling populer, yakni televisi.

Televisi yang memiliki fungsi yang sama dengan fungsi media massa lainnya, yakni memberi informasi, mendidik, menghibur, dan membujuk (Ardianto *et al.*, 2009:137), merupakan media massa elektronik modern yang sangat efektif karena memiliki kandungan informasi yang jauh lebih besar dari pada media lainnya, baik media cetak maupun radio (Sartono, 2008:185) dan televisi juga menjadi media massa yang paling populer karena televisi memadukan unsur audio dan visual yang membuat pesan dalam televisi lebih mudah dipahami oleh audien. Audien di sini merupakan komunikan, yang meskipun tidak dapat memberikan *feedback* secara langsung kepada komunikator, namun audien mendapat kebebasan untuk memilih saluran televisi mana yang paling dianggap mampu untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini kemudian membuat ketatnya persaingan di antara pembuat program televisi untuk saling berlomba-lomba menyajikan program acara dengan berbagai macam format. Format acara televisi sendiri secara garis besar dapat dibagi tiga, yakni drama

(fiksi) yang bersifat *timeless* dan imajinatif, nondrama (nonfiksi) yang bersifat *timeless* dan faktual, dan berita (news) yang bersifat faktual dan aktual (Naratama, 2006:64). Beberapa program televisi di televisi swasta nasional di antaranya:

Gambar 1.1

Program Televisi di Indonesia

Drama: *Tukang Bubur Naik Haji The Series*



Non-drama: *Hitam Putih*



News: *Metro Siang*



Sumber:

http://data.tribunnews.com/foto/images/preview/20130428_Syuting_Tukang_Bubur_Naik_Haji_5924.jpg, [http://guineapigmall.com/files/gpm-on-media\[7\].jpg](http://guineapigmall.com/files/gpm-on-media[7].jpg), <http://wsylvia.files.wordpress.com/2011/08/ks1364oi2.jpg>, diakses 5 Oktober 2014

Kegiatan penyiaran melalui media televisi di Indonesia dimulai pada tanggal 24 Agustus 1962, bertepatan dengan dilangsungkannya pembukaan Asean Games di Senayan oleh Televisi Republik Indonesia (TVRI). Kemudian muncul RCTI yang bersifat komersial di tahun 1989 yang mulai menyaingi TVRI, dan juga diikuti dengan kemunculan stasiun-stasiun televisi lainnya (Ardianto et al, 2009:136). Kini stasiun televisi swasta nasional di Indonesia sudah lebih banyak lagi, yaitu: RCTI, SCTV, AnTV, TRANSTV, TRANS 7, MNCTV, GlobalTV, Indosiar, NET, TVOne, dan MetroTV. Profil dan perkembangan stasiun televisi swasta di Indonesia dapat terlihat di lampiran 1.

Banyaknya jumlah stasiun televisi tersebut membuat masing-masing stasiun televisi berlomba-lomba untuk memperoleh jumlah penonton yang tinggi. Bagi stasiun televisi, faktor yang paling penting adalah audien, karena audien adalah konsumen stasiun televisi. Keberhasilan suatu stasiun televisi sangat ditentukan oleh seberapa besar stasiun televisi yang bersangkutan mampu memperoleh audien, sehingga rating dan audience share menjadi tolak ukur keberhasilan masing-masing stasiun televisi. Cara mengukur rating dan share televisi yaitu dengan TAM (Television Audience Measurement): sebuah cabang riset media yang dikhususkan untuk mengkuantifikasikan (ukuran) dan mengkuantifikasikan (karakteristik) informasi tentang audien televisi secara detail (<http://www.agbnielsen.net/aboutus/whatistam.asp>., diakses 3 Oktober 2014). Hasil dari TAM tersebut berupa rating dan share. Rating sendiri dapat diartikan sebagai:

“The average percentage of a given population group watching a TV channel/programme across a set time interval. The concept of rating is generally restricted to TV, but may also be used for other media. One rating point equals 1 percentage.”

“Persentase rata-rata populasi yang menonton sebuah channel atau saluran televisi dalam rentang waktu tertentu. Konsep rating sendiri memang secara umum digunakan untuk televisi, tetapi bisa juga diterapkan pada media yang lain. Satu poin rating sama dengan satu persen.” (<http://www.agbnielsen.net/glossary/glossaryQ.asp?type=alpha#alphaR>, diakses 3 Oktober 2014)

Sementara definisi dari *share of audience* ialah:

“Viewing of a specified population, whether households or individuals, that is tuned to a particular programme or station during a given time interval, and expressed as a percentage of the total TV audience during that interval.”

“Jumlah yang menonton dalam populasi tertentu, baik keluarga maupun individu yang menonton program atau stasiun televisi tertentu dalam interval waktu tertentu yang digambarkan oleh persentase dari total penonton televisi dalam interval waktu tertentu tersebut.”
(<http://www.agbnielsen.net/glossary/glossaryQ.asp?type=alpha#alphaS> diakses 3 Oktober 2014)

Tabel 1.1 di bawah ini merupakan rating dan share stasiun televisi swasta di Indonesia minggu ke-1433 (10-16 Agustus 2014).

Tabel 1.1
TV Rating & Share Week 1433 (10-16 Agustus 2014)

SHARE SUMMARY WEEK 1433							
5+ ABCD							
ISO Week	1432		1431		CHANGE		POSITION
Channel\Variable	TVR	Share	TVR	Share	TVR	Share	THIS WEEK
SCTV	1,8	16,8	2,0	18,1	-0,2	-1,3	1
RCTI	1,5	13,9	1,6	14,6	-0,1	-0,7	2
IVM	1,3	11,5	1,2	10,3	0,1	1,2	3
ANTV	1,2	11,3	1,2	11,2	0,0	0,1	4
MNCTV	0,9	8,3	0,9	7,7	0,0	0,6	5
TRANS7	0,9	7,9	0,8	7,4	0,1	0,5	6
TRANS	0,8	7,6	1,0	9,3	-0,2	-1,7	7
GTV	0,7	6,1	0,6	5,4	0,1	0,7	8
TVONE	0,7	5,9	0,6	5,7	0,1	0,2	9
METRO	0,4	3,4	0,4	3,4	0,0	0,0	10
Total TV	11,0		11,2				

Sumber: Data Perusahaan AnTV

Minggu ke-1433 (10-16 Agustus 2014) diambil karena pada periode tersebut siaran program stasiun televisi dianggap wajar dan tidak ada program-program khusus, seperti program debat calon presiden dan wakil presiden yang

disiarkan pada: tanggal 9 Juni 2014 di SCTV dan Indosiar, tanggal 15 Juni 2014 di MetroTV, 22 Juni 2014 di TvOne dan AnTV, 29 Juni 2014 di RCTI dan MNCTV, program-program ramadhan yang terdapat di hampir seluruh stasiun televisi pada bulan Juni sampai Juli 2014, program spesial seperti ulang tahun RCTI di akhir Agustus 2014, hingga program hasil *quick count* pemilihan presiden (pilpres) yang sempat mendapat teguran dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dikarenakan menimbulkan keresahan masyarakat terhadap klaim pemenang pilpres 2014.

Televisi sebagai institusi sosial secara tidak langsung memberikan kontribusi dalam membentuk masyarakat. Maka, apa yang ditampilkan di televisi seharusnya tidak semata-mata untuk mencari keuntungan semata, karena frekuensi yang digunakan saluran televisi pun sesungguhnya adalah sumber daya alam yang terbatas yang merupakan ranah publik, seperti yang dijelaskan dalam Undang-undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, Pasal 1 ayat 8. Oleh karena itu, televisi harus bertanggung jawab dalam menyiarkan setiap program acara, dan memenuhi fungsinya sebagai media massa. Fungsi televisi sebagai media massa yakni (Ardianto *et al.*, 2009:137): informasi, mendidik, menghibur, dan memengaruhi. Tetapi fungsi menghibur lebih dominan, selanjutnya adalah untuk memperoleh informasi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi kuantitatif. Walizer dan Wienir dalam Wimmer dan Dominick (2006:156) mendefinisikan analisis isi statistik sebagai prosedur sistematis yang bertujuan untuk memeriksa konten dari informasi yang terrekam. Dalam penelitian ini, informasi yang terrekam dimaksudkan kepada siaran program televisi yang terdapat di tiga stasiun televisi yang memiliki rating paling tinggi. Terlihat pada tabel 1.1, SCTV menempati urutan pertama yang memiliki rating paling tinggi di minggu ke-1433 (10-16 Agustus 2014), diikuti dengan RCTI di peringkat kedua dan Indosiar di peringkat ketiga. Maka, penelitian ini akan menganalisis program di stasiun SCTV, RCTI, dan Indosiar. Sementara, isi yang dianalisis adalah kandungan

informasi, pendidikan, hiburan, dan mempengaruhi yang terdapat di tiga stasiun televisi tersebut.

1.2 Rumusan dan Identifikasi Masalah

Rumusan masalah yang dirumuskan peneliti adalah “Bagaimana persentase fungsi informasi, menghibur, mendidik, dan memengaruhi dalam program-program di tiga stasiun televisi swasta nasional dengan rating tertinggi, yakni SCTV, RCTI, dan Indosiar dalam satu minggu selama periode minggu ke-1433 (10-16 Agustus 2014)?”

Berdasarkan perihal program televisi swasta nasional dan fungsinya sebagai media massa yang telah sedikit dijabarkan dalam latar belakang, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Berapa persentase fungsi informasi dalam program di SCTV pada 10-16 Agustus 2014?
- 2) Berapa persentase fungsi pendidikan dalam program di SCTV pada 10-16 Agustus 2014?
- 3) Berapa persentase fungsi hiburan dalam program di SCTV pada 10-16 Agustus 2014?
- 4) Berapa persentase fungsi memengaruhi dalam program di SCTV pada 10-16 Agustus 2014?
- 5) Berapa persentase fungsi informasi dalam program di RCTI pada 10-16 Agustus 2014?
- 6) Berapa persentase fungsi pendidikan dalam program di RCTI pada 10-16 Agustus 2014?
- 7) Berapa persentase fungsi hiburan dalam program di RCTI pada 10-16 Agustus 2014?
- 8) Berapa persentase fungsi memengaruhi dalam program di RCTI pada 10-16 Agustus 2014?
- 9) Berapa persentase fungsi informasi dalam program di Indosiar pada 10-16 Agustus 2014?

- 10) Berapa persentase fungsi pendidikan dalam program di Indosiar pada 10-16 Agustus 2014?
- 11) Berapa persentase fungsi hiburan dalam program di Indosiar pada 10-16 Agustus 2014?
- 12) Berapa persentase fungsi memengaruhi dalam program di Indosiar pada 10-16 Agustus 2014?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui berapa persentase fungsi informasi dalam program di SCTV pada 10-16 Agustus 2014.
- 2) Untuk mengetahui berapa persentase fungsi pendidikan dalam program di SCTV pada 10-16 Agustus 2014.
- 3) Untuk mengetahui berapa persentase fungsi hiburan dalam program di SCTV pada 10-16 Agustus 2014.
- 4) Untuk mengetahui berapa persentase fungsi memengaruhi dalam program di SCTV pada 10-16 Agustus 2014.
- 5) Untuk mengetahui berapa persentase fungsi informasi dalam program di RCTI pada 10-16 Agustus 2014.
- 6) Untuk mengetahui berapa persentase fungsi pendidikan dalam program di RCTI pada 10-16 Agustus 2014.
- 7) Untuk mengetahui berapa persentase fungsi hiburan dalam program di RCTI pada 10-16 Agustus 2014.
- 8) Untuk mengetahui berapa persentase fungsi memengaruhi dalam program di Indosiar pada 10-16 Agustus 2014.
- 9) Untuk mengetahui berapa persentase fungsi informasi dalam program di Indosiar pada 10-16 Agustus 2014.
- 10) Untuk mengetahui berapa persentase fungsi pendidikan dalam program di Indosiar pada 10-16 Agustus 2014.

11) Untuk mengetahui berapa persentase fungsi hiburan dalam program di Indosiar pada 10-16 Agustus 2014.

12) Untuk mengetahui berapa persentase fungsi memengaruhi dalam program di Indosiar pada 10-16 Agustus 2014.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

- 1) Memberikan sumbangan terhadap kajian analisis isi mengenai televisi terutama pemetaan program acara televisi dengan rating tertinggi.
- 2) Penelitian ini pun diharapkan mampu mendorong kajian lebih lanjut mengenai analisis isi program televisi dan dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk penelitian selanjutnya serta perbandingan dengan penelitian sebelumnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

- 1) Mendeskripsikan dan membuat perbandingan terhadap isi media, apalagi dari media massa yang memiliki popularitas tinggi, karena isi media merupakan refleksi dari nilai-nilai sosial dan budaya serta sistem kepercayaan masyarakat.
- 2) Penelitian analisis isi kuantitatif juga merupakan salah satu bahan data mentah yang kemudian bisa dimanfaatkan di penelitian lain dengan topik yang relevan.

1.5 Tahapan Penelitian

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis melalui tahapan sebagai berikut:

1) Observasi

Dalam tahap ini peneliti mencari fenomena dan pokok permasalahan yang akan diangkat menjadi topik penelitian. Setelah topik ditemukan, kemudian peneliti menentukan judul penelitian. Peneliti menemukan ketertarikan pada program televisi terutama dari televisi yang memiliki rating tertinggi.

2) Merumuskan dan Mengidentifikasi Masalah

Judul penelitian yang telah ditentukan kemudian diturunkan mejadi rumusan masalah dan kemudian diturunkan kembali menjadi pertanyaan-pertanyaan ilmiah dalam identifikasi masalah yang kemudian menjadi fokus dan batasan dari penelitian.

3) Pengumpulan Data

Data primer penelitian didapatkan dari observasi yang dilakukan oleh peneliti dan dua rang koder yang diberikan format penelitian yang sama terhadap masing-masing satu stasiun televisi swasta nasional dengan rating tertinggi. Sementara itu, data sekunder penelitian didapatkan dari penelitian terdahulu yang dapat membantu kelengkapan penelitian

4) Menganalisis Data

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dengan cara mendistribusikannya ke tabel frekuensi dan menghitungnya dengan rumus-rumus statistik.

5) Menyajikan dan Membahas Data

Hasil data yang telah diperoleh kemudian disajikan dan dibahas secara detail, ditambah dengan pengaplikasian teori-teori yang dapat memperkuat pembahasan masalah dalam penelitian.

6) Kesimpulan dan Saran

Menyimpulkan seluruh proses penelitian dari awal hingga akhir kemudian memeberikan saran yang berkaitan dengan masalah yang diangkat dalam penelitian dengan harapan dapat bermanfaat bagi peneliti juga bagi yang membaca penelitian ini.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui studi literatur dari berbagai sumber, baik buku maupun penelitian terdahulu yang dilakukan di perpustakaan FKB di Universitas Telkom yang mulai dari observasi hingga pencarian objek dan penyusunan bab satu hingga bab lima, dilakukan selama bulan Agustus hingga November 2014.