

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Perusahaan

1.1.1. Profil Singkat TRANS7

TRANS7 yang pada awalnya bernama TV7 berdiri dengan izin dari Departemen Perdagangan dan Perindustrian Jakarta Pusat dengan Nomor 809/BH.09.05/III/2000. Pada 22 Maret 2000, keberadaan TV7 telah diumumkan dalam Berita Negara Nomor 8687 sebagai PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh. Dengan kerjasama strategis antara Para Group dan KKG, TV7 melakukan *re-launching* pada 15 Desember 2006 sebagai TRANS7 dan menetapkan tanggal tersebut sebagai hari lahirnya TRANS7. Di bawah naungan PT Trans Corpora yang merupakan bagian dari manajemen Para Group, TRANS7 diharapkan dapat menjadi televisi yang maju, dengan program-program *in-house productions* yang bersifat informatif, kreatif, dan inovatif.

1.1.2. Visi dan Misi

A. Visi

1. Dalam jangka panjang, TRANS7 menjadi stasiun televisi terbaik di Indonesia dan di ASEAN.

2. TRANS7 juga berkomitmen selalu memberikan yang terbaik bagi *stakeholders* dengan menayangkan program berkualitas dan mempertahankan moral serta budaya kerja yang dapat diterima *stakeholders*.

B. Misi

1. TRANS7 menjadi wadah ide dan aspirasi guna mengedukasi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat.
2. TRANS7 berkomitmen untuk menjaga keutuhan bangsa serta nilai-nilai demokrasi dengan memperbaharui kualitas tayangan bermoral yang dapat diterima masyarakat dan mitra kerja.

1.1.3. Arti Logo

Logo sangat penting dalam merepresentasikan *image* sebuah perusahaan, berikut ini adalah gambar dan deskripsi mengenai logo dari TRANS7:

Gambar 1.1.
Logo TRANS7



(Sumber : www.trans7.ac.id, 27/05/12)

Logo TRANS7 membentuk empat sisi persegi panjang yang merefleksikan ketegasan, karakter yang kuat, serta kepribadian bersahaja yang akrab dan mudah beradaptasi. Birunya yang hangat tetapi bersinar kuat melambangkan keindahan batu safir yang tak lekang oleh waktu, serta menempatkannya pada posisi terhormat di antara batu-batu berlian lainnya.

1.1.4. Program Indonesiaku TRANS7

Indonesiaku adalah program dengan format semi-dokumenter. Program ini tayang setiap hari Senin hingga Rabu pada pukul 17.00. Indonesiaku merupakan program yang menggambarkan berbagai macam problematika yang terjadi di tengah kekayaan negeri Indonesia.

Gambar 1.2.
Logo Program Indonesiaku



(Sumber : <http://www.trans7.co.id>, 28/07/12)

Alur cerita yang disajikan dalam program ini diambil berdasarkan perjalanan tim liputan TRANS7 menelusuri wilayah – wilayah di Tanah Air. Tim liputan TRANS7 memotret kehidupan warga yang selama ini luput dari perhatian. Program Indonesiaku menggunakan pemandangan alam serta kehidupan di berbagai desa di Indonesia untuk menjadi pemanis yang membungkus cerita dengan tujuan menjadi tontonan yang menarik bagi masyarakat yang menyaksikannya.

Program Indonesiaku hadir selama 30 menit di layar televisi masyarakat Indonesia. Program Indonesiaku menghadirkan presenter dalam memandu penonton mengikuti perjalanan tim liputan TRANS7 menelusuri desa dan kehidupan penduduknya. Program Indonesiaku mengadirkan presenter yang berbeda di setiap temanya. Dalam program Indonesiaku, presenter berperan subjektif yaitu presenter berinteraksi dengan penonton.

Gambar 1.3.
Interaksi Presenter dengan Penonton

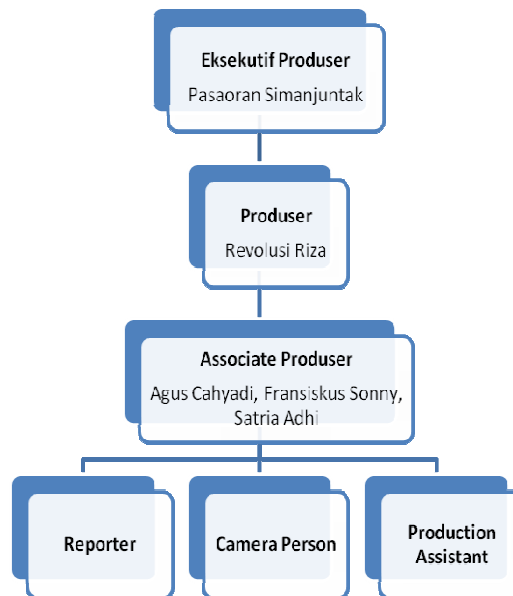


(Sumber : *Screen Grabber* Program Indonesiaku)

1.1.5. Struktur Organisasi

Program Indonesiaku dibentuk oleh beberapa orang yang bekerja dalam satu tim, berikut ini adalah struktur organisasi dari Program Indonesiaku :

Bagan 1.1.
Struktur Organisasi Tim Indonesiaku



(Sumber : hasil wawancara dengan Produser, 03/08/12)

1.1.6. Komunitas Indonesiaku/Trans7 di Facebook

Program Indonesiaku memiliki sebuah grup di *Facebook*. Grup ini bernama INDONESIAKU Transl7. Grup ini diciptakan pada tanggal 25 Mei 2011 oleh Doktorandus Gusti Cahyadi

Pangeran, yang sekaligus menjadi satu – satunya administrasi (admin) grup ini. Saat ini grup INDONESIAKU Transl7 memiliki anggota sebanyak 427 orang (Juli 2012).

Di *Facebook*, grup INDONESIAKU Transl7 adalah jenis grup terbuka (*open group*) yaitu grup yang bisa diikuti oleh semua orang yang ingin bergabung. Oleh karena itu, segmentasi anggota dari grup ini sangat beragam, mulai dari usia, pekerjaan, tempat tinggal, ras, latar belakang hingga pendidikannya.

Gambar 1.4.
Grup INDONESIAKU Transl7 di *Facebook*



(Sumber : <http://www.Facebook.com>, 28/07/2012)

Topik pembicaraan dalam grup INDONESIAKU Transl7 berisi informasi yang di-*posting* oleh admin mengenai judul dan tema program Indonesiaku. Informasi yang di-*posting* oleh admin tersebut berisi *trailer*, sinopsis, maupun cuplikan program Indonesiaku yang akan tayang. Kemudian, anggota dari grup ini bebas untuk mengomentari ataupun memberi tanda suka pada informasi yang di-

posting tersebut. Pada setiap *posting*, anggota grup dan admin bebas bertukar pikiran maupun pendapat.

Gambar 1.5.
Aktifitas grup INDONESIAKU Transl7 di *Facebook*



(Sumber : <http://www.Facebook.com>, 28/07/2012)

1.2. Latar Belakang

Media massa menjadi kunci utama dari komunikasi massa. Media massa adalah hal yang penting bagi komunikasi massa karena dapat menjangkau *audience* yang banyak di berbagai tempat. Rakhmat dalam Ardianto, et al (2008 : 3), menyebutkan “*Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang*”.

Saat ini perkembangan teknologi informasi semakin canggih. Hal ini menyebabkan masyarakat selalu ingin mendapatkan informasi secara cepat. Salah satu alasan media massa menjadi hal yang penting

adalah karena media massa dapat memenuhi keinginan orang yang haus akan informasi secara cepat dan menjadi salah satu media hiburan yang mudah dijangkau oleh masyarakat luas. Dengan jangkauan yang luas, media massa dapat diterima oleh masyarakat dalam jumlah besar di berbagai tempat. Kecepatan media massa dibandingkan dengan media lainnya juga menjadi salah satu daya tarik bagi masyarakat. Dengan media massa masyarakat dapat mengetahui hampir seluruh kejadian atau peristiwa yang terjadi di luar jangkauannya tanpa perlu mendatangi tempat kejadian atau peristiwa itu terjadi secara cepat.

Media massa memiliki fungsi – fungsi yang cukup penting bagi masyarakat atau *audience* atau pemirsa. Secara umum Effendy dalam Ardianto et al (2008 : 18) membagi fungsi media massa menjadi tiga, yaitu sebagai penyebar informasi, pendidikan, dan sebagai pengaruh. Televisi adalah media massa yang memiliki keunggulan dalam fungsinya sebagai penyebaran informasi, pendidikan dan pengaruh. Hal ini karena karakter televisi yang mampu menayangkan informasi dalam bentuk audio visual. Saat ini televisi menjadi media hiburan yang mendapat perhatian lebih dari masyarakat. Oleh karena itu, televisi menjadi agen sosialisasi (penyebaran nilai - nilai) yang memainkan peran penting dalam transmisi sikap, persepsi dan keyakinan.

Saat ini Indonesia memiliki 11 stasiun Televisi Nasional yaitu TVRI, RCTI, SCTV, ANTV, TRANS TV, TRANS 7, MNC TV, METRO TV, tvONE, GLOBAL TV serta INDOSIAR. Kondisi ini

seperti yang disampaikan oleh Sudibyo (2011 : 1) “menyebabkan persaingan dan kompetisi” di antara televisi – televisi nasional tersebut. Para stasiun televisi saling bersaing dengan menyajikan program – program yang disukai oleh masyarakat Indonesia. Semakin banyak masyarakat yang menonton sebuah program televisi, maka semakin tinggi *rating* program tersebut.

Secara langsung, *rating* memberikan peranan yang penting terhadap pemasukan sebuah stasiun TV. Semakin tinggi *rating* sebuah program, maka semakin banyak pula perusahaan yang memasang iklan produknya pada program televisi tersebut. Selain itu, semakin tinggi *rating* sebuah program, maka biaya pemasangan iklan semakin mahal. Hal inilah yang menyebabkan para stasiun televisi menjadikan *rating* sebagai patokan pembuatan sebuah program.

Hal ini menyebabkan fenomena yang sedang marak di dunia pertelevisian Indonesia yaitu *copycat*. *Copycat* adalah penayangan program televisi yang meniru konsep dari sebuah program televisi lain yang telah sukses meraih *rating* tinggi. Jadi, sebuah stasiun televisi memakai konsep yang sudah ada namun mengganti judul dan cara penyampaiannya saja. Dampak dari fenomena *copycat* adalah televisi yang seharusnya menjadi industri kreativitas, mengalami maraknya *re-inovasi* bukan sebuah inovasi baru.

Dari fenomena tersebut, para stasiun televisi perlu dipertanyakan dalam menjalankan fungsinya bagi masyarakat. Padahal jika ditinjau lebih lanjut televisi memiliki peranan sangat kuat

sebagai pemberi informasi kepada masyarakat Indonesia sesuai fungsi televisi yang disampaikan oleh Ardianto et. al. (2008 :137).

Fenomena *copycat* di dunia pertelevisian terjadi di berbagai macam format. Di Indonesia sendiri, fenomena *copycat* terjadi pada program dengan format *reality show*, *comedy*, *talk show*, musik, dan masih banyak lagi. Salah satu contoh fenomena *copycat* dalam format dokumenter adalah saat munculnya program Wow! di ANTV yang menayangkan cuplikan video – video mengenai kejadian yang tidak biasa. Program ini kemudian diikuti oleh stasiun televisi lainnya dalam bentuk yang sama namun dengan judul yang berbeda.

TRANS7 menjalankan fungsinya sebagai media massa. Sesuai dengan salah satu visinya (www.trans7.co.id) yaitu “*menayangkan program berkualitas yang bersifat informatif, kreatif, dan inovatif*”. Program acara yang ditampilkan oleh TRANS7 adalah program – program yang berorientasi pada tayangan *edutainment*, yaitu perpaduan antara edukasi dan *entertainment* (hiburan). TRANS7 tidak hanya memberikan hiburan kepada masyarakat, tetapi juga memasukan pelajaran di dalamnya.

Salah satu program yang ditayangkan oleh TRANS7 adalah Program Indonesiaku. Program Indonesiaku adalah sebuah program yang menginformasikan mengenai sisi lain dari Negara Indonesia. Program Indonesiaku merupakan program yang menggambarkan problematika yang terselip dibalik kekayaan Negeri Indonesia. Program Indonesiaku menunjukkan potret kehidupan penduduk Indonesia yang selama ini luput dari perhatian. Pemandangan alam

serta kehidupan di berbagai desa di Indonesia akan menjadi pemanis yang membentuk cerita sehingga menjadi sebuah tontonan yang menarik bagi masyarakat Indonesia yang menontonnya.

Peneliti meneliti program acara Indonesiaku karena program ini mendedikasikan diri dalam menciptakan sebuah program acara yang berbeda dari program acara lainnya. Perbedaan program Indonesiaku dengan program lainnya sekaligus menjadi keunggulan dari program ini. Perbedaannya terlihat dari tujuan ditayangkannya program ini. Tujuan dari program Indonesiaku adalah menghadirkan sebuah program kepada masyarakat luas yang menitikberatkan mengenai potret kondisi sosial masyarakat Indonesia yang terjadi di daerah – daerah lain di Indonesia.

Program Indonesiaku hampir menyerupai program *reality show* Andai Aku Menjadi. Tetapi, program Indonesiaku lebih memperlihatkan secara keseluruhan mengenai kondisi sosial dan lingkungan hidup masyarakat di daerah tersebut, bukan hanya memperlihatkan satu individu saja.

Keunikan dari program ini adalah pengemasan format program dalam bentuk dokumenter. Dokumenter adalah sebuah format program televisi yang menggunakan penyajian gambar, *editing*, serta penceritaan yang beragam. Untuk menghasilkan sebuah program dokumenter, tim produksi harus terjun langsung menelusuri wilayah Tanah Air dan melakukan pengamatan selama beberapa waktu. Tim produksi melakukan dokumentasi perjalanan dengan mengambil gambar dengan stok sebanyak mungkin dan dengan *angel* yang

sebagus mungkin. Hasil dokumentasi dari perjalanan inilah yang akan diolah melalui proses *editing* untuk menjadi cerita menarik yang disajikan dalam program ini. Jadi dalam program Indonesiaku, selain kecerdasan reporter dan keahlian kameramam, proses editing memiliki peran penting untuk menghasilkan hasil akhir yang menarik yang akan disajikan kepada masyarakat.

Pada tahun pertama, masyarakat memberikan *feedback* yang bagus pada program Indonesiaku. *Feedback* tersebut terlihat dari *rating* program Indonesiaku yang bagus. Program Indonesiaku pernah mendapat *rating* hingga 16% dari seluruh program yang disiarkan pada jam 17.00. Hal ini disampaikan oleh Produser Program Indonesiaku, Revolusi Riza dari hasil wawancara pada tanggal 3 Agustus 2012, “Dari rating 16% ini, program Indonesiaku kira – kira berhasil menarik penonton sekitar 8,5 juta orang di Indonesia.”

Penulis melakukan penelitian terhadap komunitas Indonesiaku/Trans7 untuk mengetahui sikap penonton setelah menyaksikan Program Indonesiaku. Komunitas ini terdapat di salah satu situs sosial yaitu *Facebook* (www.facebook.com). *Facebook* adalah salah satu media komunikasi sosial yang menghubungkan orang dengan segala keterbatasan untuk bertatap muka secara langsung. Dengan kehadiran *Facebook*, jarak, waktu serta ruang tidak berarti lagi untuk berkomunikasi.

Komunitas Indonesiaku/Trans7 hadir satu bulan setelah penayangan program Indonesiaku yaitu pada bulan Mei 2011. Selain untuk sarana promosi, grup tertutup ini dimaksudkan agar penggemar

setia program Indonesiaku dapat terhubung satu dan yang lainnya. Para anggota juga dapat bertukar pikiran dan pendapat serta memberikan kritik, saran dan ide – ide kreatif mereka. Ide – ide kreatif anggota, dijadikan sebagai materi pertimbangan bagi tim TRANS7 dalam membuat episode – episode program Indonesiaku selanjutnya.

Penulis membutuhkan responden yang sudah pasti menonton Program Indonesiaku dalam penelitian ini. Komunitas grup Indonesiaku/Trans7 adalah kumpulan dari masyarakat yang sudah pasti menonton Program Indonesiaku. Oleh karena itu, anggota grup Indonesiaku/Trans7 adalah responden yang tepat dalam penelitian ini.

Dari penjelasan di atas, penulis tertarik mengambil judul “Pengaruh Program Indonesiaku TRANS7 terhadap Sikap komunitas *Facebook*”.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah “Adakah Pengaruh Program Indonesiaku TRANS7 terhadap Sikap komunitas *Facebook*?”

1.4. Identifikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penulis mendapatkan identifikasi masalah, yaitu sebagai berikut :

- 1.4.1. Bagaimanakah penilaian komunitas mengenai unsur – unsur Program Indonesiaku?

- 1.4.2. Bagaimanakah sikap dari komunitas Indonesiaku TRANS7 di *Facebook*?
- 1.4.3. Seberapa besar pengaruh program Indonesiaku terhadap sikap komunitas?

1.5. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1. Maksud

Adapun tujuan utama penulis melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh Program Indonesiaku terhadap sikap komunitas *Facebook*.

1.5.2. Tujuan

Adapun tujuan penulis meneliti tentang Bagaimana hubungan antara penayangan program Indonesiaku di TRANS7 dengan sikap pemirsa komunitas di *Facebook* ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui seberapa besar penilaian komunitas mengenai unsur – unsur Program Indonesiaku.
2. Mengetahui bagaimana sikap dari komunitas Indonesiaku TRANS7 di *Facebook*.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh program Indonesiaku terhadap sikap komunitas *Facebook*.

1.6. Manfaat Penelitian

Dari penjabaran di atas, penulis dapat mendeskripsikan manfaat dari penelitian ini, yaitu :

1.6.1. Manfaat Teoritis

Bagi penulis, penulis berharap dapat menambah pengetahuan serta lebih memahami dan mengerti teori – teori dan indikator penting yang diperlukan dalam membuat sebuah karya yang menarik masyarakat.

1.6.2. Manfaat Praktis

- A. Bagi almamater, penelitian ini dapat berguna untuk menambah bahan referensi untuk penelitian berikutnya dan dapat menjadi informasi berguna dalam bidang komunikasi.
- B. Bagi pembaca, peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber pustaka yang bermanfaat dan memberikan inspirasi dalam menyelesaikan penelitian yang sejenis.

1.7. Sistematika Penulisan Skripsi

Penelitian ini terdiri atas lima bab yang saling berkaitan satu dan yang lainnya :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab satu merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Bab dua mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variable penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis. Bab ini terdiri dari tinjauan pustaka penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis pemikiran serta ruang lingkup penelitian

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab tiga menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian. Bab ini terdiri atas jenis penelitian, operasional variable, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data,

uji validitas dan reliabilitas, teknik analisis data serta kelengkapan akhir.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab empat penelitian dan pembahasan harus diuraikan secara kronologis dan sistimatis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Bab ini terdiri atas karakteristik responden, hasil penelitian, pembahasan hasil penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab lima adalah bab akhir yang terdiri dari kesimpulan hasil penelitian secara keseluruhan dan saran yang didasarkan pada kesimpulan yang telah dikemukakan.