

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Manusia merupakan makhluk sosial yang setiap saat membutuhkan informasi. Informasi tersebut dapat meliputi bagian kehidupan manusia itu sendiri baik secara pribadi maupun secara umum di dalam lingkungannya. Dengan adanya informasi manusia dapat lebih berekspresi dengan mengakses, menyerap serta menuangkan pendapatnya untuk diapresiasi ke dalam berbagai segi kehidupan yang dijalaninya baik dari segi politik, sosial, budaya, ekonomi, teknologi sampai kepada hiburan dan saat ini hal tersebut juga terjadi saat arus globalisasi menerpa zaman.

Setiap orang membutuhkan informasi sebagai bagian dari tuntutan kehidupannya, penunjang kegiatannya, dan pemenuhan kebutuhannya. Rasa ingin tahu seseorang timbul karena ia ingin selalu berusaha menambah pengetahuannya. Krech, Crutchfield, dan Ballachey (Yusup, 1995:8) lebih jauh menjelaskan karena adanya kebutuhan untuk memecahkan masalah-masalah sosial, seseorang termotivasi untuk mencari pengetahuan, bagaimana caranya agar dapat memecahkan masalah tersebut.

Jogianto, HM (2005:3) menjelaskan bahwa informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerima dan membutuhkannya. Adapun informasi yang baik harus memenuhi tiga kriteria; akurat, tepat waktu, dan relevan.

Semakin bertambah kompleksnya kehidupan masyarakat, keperluan akan informasi yang relevan semakin meningkat. Akhirnya manusia menemukan media komunikasi yang memberikan kemungkinan kepada mereka untuk menyelenggarakan komunikasi dan penyebaran informasi lebih luas dan serentak dan sanggup menjangkau khalayak yang tidak terbatas.

Dari semua media massa yang ada, televisi merupakan salah satu bentuk media massa yang paling berpengaruh dalam kehidupan manusia. Televisi sesuai namanya, *tele* berarti jauh, *vision* berarti pandangan. Televisi berarti bisa dipandang dari tempat yang jauh dari studio TV (Pareno, 2002:141). Televisi merupakan salah satu media komunikasi massa yang memiliki beberapa fungsi. Fungsi informatif artinya melalui isinya seseorang dapat mengetahui, memahami sesuatu. Fungsi edukatif artinya melalui isinya dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan moral seseorang. Fungsi *entertainment* yakni melalui isinya seseorang dapat terhibur, menyenangkan hatinya, memenuhi hobinya, dan mengisi waktu luangnya (Munthe, 1996:11). Kekuatan televisi terletak pada paduan gambar dan suara dalam satu waktu penayangan, sehingga tidak membebani banyak syarat bagi masyarakat untuk menikmatinya. Penonton yang juga pendengar dapat menikmati kombinasi antara

gambar hidup atau bergerak dengan suara seperti berhadapan langsung dengan objek yang ditayangkan. Televisi menciptakan suasana tertentu, yaitu penontonnya dapat melihat sambil duduk santai tanpa kesengajaan untuk menyaksikannya. Dengan adanya televisi maka kita bisa mengetahui suatu informasi dengan cepat tanpa beranjak dari tempat duduk kita.

Kemajuan teknologi dan kebebasan pers telah membawa dunia pertelevisian Indonesia melangkah lebih maju. Hal ini ditandai dengan banyaknya stasiun televisi di Indonesia, baik stasiun televisi milik pemerintah maupun stasiun televisi swasta.

Indonesia memiliki dua macam jenis saluran televisi, yaitu saluran televisi berbayar dan saluran televisi *free to air*. Saluran televisi *free to air* merupakan stasiun televisi yang salurannya dapat ditangkap dengan menggunakan antena *UHF/VHF* (*Ultra-High Frequency/Very High Frequency*) (<http://anneahira.com>). Berikut adalah daftar perolehan *rating* dari stasiun televisi di Indonesia yang menggunakan saluran televisi *free to air*:

Tabel 1.1

Rating Televisi Berdasarkan ABC ALL

Kamis, 07 Maret 2013

No	Stasiun Televisi	Rating
1	RCTI	18.8
2	SCTV	15.3
3	Trans 7	11.4
4	Trans	10.8
5	MNC TV	10.2
6	Indosiar	8.3
7	Global TV	5.9
8	TV One	5.8
9	ANTV	5.0
10	Metro TV	2.5
11	TVRI	1.3

Sumber: <http://abcallaccess.com>

Media televisi menayangkan acara-acara yang dapat menarik perhatian penonton, seperti berita, acara musik, sinetron, film asing, dan sebagainya. Televisi lebih mengutamakan sajian hiburan, dan hampir tiga perempat bentuk siaran televisi setiap hari merupakan tayangan hiburan. Semua acara tersebut dikemas dalam cara yang berbeda-beda dan semenarik mungkin agar disukai oleh penonton.

Salah satu program hiburan yang terkenal di dunia pertelevisian Indonesia adalah sinetron. Sinetron adalah kependekan dari sinema elektronik, yakni sebuah film seri yang ditayangkan melalui media elektronik (televisi). Di Barat, sering dikenal dengan *soap opera* atau opera sabun, atau disebut juga *telenovela* (bahasa Spanyol). Sinetron pada umumnya bercerita tentang kehidupan manusia sehari-hari yang diwarnai konflik, misalnya kehidupan remaja dengan intrik-intrik cinta, kehidupan keluarga yang penuh penistaan, dan bahkan kehidupan alam gaib (Zoebazary, 2009:210). Seperti layaknya drama atau sandiwara, sinetron diawali dengan pengenalan tokoh-tokoh yang memiliki karakter masing-masing. Berbagai karakter yang berbeda menimbulkan konflik yang makin lama makin besar sehingga sampai pada titik klimaksnya.

Lembaga riset *AGB Nielsen* mencatat peningkatan jumlah penonton sinetron hingga 51 persen dari rata-rata 969 ribu orang pada kuartal pertama 2010 menjadi 1,4 juta orang pada periode yang sama tahun 2011. Menurut *Manager Media Client Services Nielsen*, Andini Wijendaru, sebagian besar pemirsa sinetron adalah perempuan berusia 30 tahun ke atas (ibu rumah tangga) dari kelas menengah ke bawah (<http://antaranews.com>).

Melalui tayangan sinetron, ibu-ibu rumah tangga mendapatkan banyak informasi, baik hiburan maupun non hiburan. Selain membutuhkan hiburan dari televisi, mereka juga membutuhkan informasi tentang agama dan mendidik karena ibu rumah tangga merupakan sosok yang penting dalam sebuah keluarga (Ayanita, 2012:58).

Ibu disosialisasikan sebagai pemegang peran perawatan utama dalam keluarga. Situasi tersebut mengarahkan para ibu pada kebutuhan informasinya. Untuk menjalankan tugas dan memenuhi tanggung jawabnya yang besar dalam rumah tangga tentu mereka membutuhkan informasi yang beragam. Pemenuhan kebutuhan informasi tersebut adalah hal yang mendasar, karena dengan dipenuhinya kebutuhan informasi, ibu rumah tangga akan mampu memecahkan masalah atau mengambil keputusan (Denham dalam Gage, 2006:58).

Mooko (dalam Athiyah, 2008:4) menegaskan bahwa perempuan tidak hanya membutuhkan informasi untuk pemecahan masalah tetapi juga untuk mengambil keputusan mengenai diri mereka sendiri dan keluarga mereka.

Pencarian informasi dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan mengkonsumsi suatu produk (Sumarwan, 2004:296). Jika di terapkan dengan penelitian kebutuhan informasi pada tayangan sinetron, maka audiens tayangan sinetron (ibu rumah tangga) adalah konsumen yang membutuhkan informasi dan televisi adalah sumber informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi.

Baru-baru ini bermunculan tayangan sinetron dengan tema keagamaan yang mencoba memperlihatkan hubungan manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa dan menyampaikan sisi positif yang sangat dominan dalam cerita sehingga tidak melenceng dari ajaran agama dan tidak mendapat respon negatif dari masyarakat apabila menampilkan sisi negatif yang berlebihan. Adalah tayangan

sinetron *Tukang Bubur Naik Haji Series*, sinetron religi dengan *television rating* (TVR) tertinggi sejak pertama kali tayang di stasiun televisi *RCTI* pada 28 Mei 2012 yang dapat langsung menarik perhatian masyarakat Indonesia. Ceritanya yang khas dengan bumbu-bumbu perselisihan dan konflik dalam kehidupan sehari-hari dikemas secara menarik oleh *SinemArt, Production House* dari tayangan ini.

Tabel 1.2

Rating Sinetron Berdasarkan AGB Nielsen 26 Juni 2012

No	Sinetron	<i>Production House</i>	<i>TVR</i>	<i>Share</i>
1	<i>Tukang Bubur Naik Haji The Series</i>	<i>SinemArt</i>	4.8	18.8%
2	<i>Yang Masih Dibawah Umur</i>	<i>SinemArt</i>	4.3	18.4%
3	<i>Aladdin</i>	<i>MD Entertainment</i>	3.7	16.1%
4	<i>Air Mata Ummi</i>	<i>SinemArt</i>	3.4	15.1%
5	<i>Putih Abu-Abu</i>	<i>Screenplay</i>	3.3	15.6%
6	<i>Badil dan Blangkon Ajaib</i>	<i>Screenplay</i>	3.2	13.6%
7	<i>Dewi Bintari</i>	<i>MD Entertainment</i>	3.1	12.2%
8	<i>Raden Kian Santang</i>	<i>MD Entertainment</i>	2.9	11.7%
9	<i>Si Biang Kerok</i>	<i>Screenplay</i>	2.4	15.6%
10	<i>Dia Ayu</i>	<i>MD Entertainment</i>	2	11.4%

Sumber: AGB Nielsen 2012

Mengingat tayangan *Tukang Bubur Naik Haji The Series* memiliki rating tertinggi untuk kategori sinetron berdasarkan hasil riset dari *AGB Nielsen* tahun 2012, penulis berasumsi bahwa tayangan sinetron ini menjadi pilihan utama ibu-ibu rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Penulis tertarik untuk menelaah tayangan ini lebih jauh dan seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan dari tayangan sinetron ini terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mengenai agama bagi ibu-ibu rumah tangga di Kecamatan Batununggal, kota Bandung.

Peneliti meneliti terpaan media karena televisi merupakan alat dari komunikasi. Pemirsa televisi lebih tertarik bukan pada apa yang mereka lakukan pada media, tetapi apa yang media lakukan terhadap mereka. Inilah yang disebut sebagai efek komunikasi massa. Peneliti memilih pemenuhan terhadap kebutuhan informasi menurut Yusup (1995:13) dalam bukunya yang berjudul *Pedoman Praktis Mencari Informasi* yang menyatakan bahwa informasi tidak terbatas pada salah satu bidang atau aspek saja, melainkan menyeluruh, hanya bobot dan manfaatnya yang berbeda karena disesuaikan dengan kondisi yang membutuhkannya.

. Untuk itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Tayangan Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Agama Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Batununggal”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

Seberapa besar pengaruh dari tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi agama ibu rumah tangga di Kecamatan Batununggal, kota Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi agama ibu rumah tangga di Kecamatan Batununggal.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi agama ibu rumah tangga di Kecamatan Batununggal.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Aspek Khusus

Penelitian ini memiliki kegunaan khusus untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi agama ibu rumah tangga di Kecamatan Batununggal.

1.4.2 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi penyedia informasi mengenai kebutuhan informasi agama di kalangan ibu rumah tangga.

1.4.3 Aspek Praktis

1. Bagi penulis, sebagai sarana pembelajaran, baik dalam memperoleh pengetahuan maupun pengalaman. Menambah kemampuan mengidentifikasi dan menganalisis suatu pengaruh dari program televisi khususnya sinetron
2. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas penulisan karya tulis.
3. Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk pembuatan karya tulis lainnya.

1.5 Tahapan Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti membagi proses menjadi beberapa tahapan yang dilakukan dalam jangka waktu kurang lebih 6 bulan. Tahapan dalam melakukan penelitian tersebut diantaranya:

1. Observasi

Mencari pokok permasalahan yang akan diangkat menjadi topik dalam penelitian. Setelah topik ditemukan selanjutnya menentukan judul penelitian.

2. Mengidentifikasikan masalah

Judul penelitian yang telah ditentukan diturunkan menjadi rumusan masalah melalui pertanyaan-pertanyaan yang mengidentifikasi masalah. Hal ini untuk membatasi masalah agar penelitian yang dilakukan tetap fokus.

3. Menentukan variabel X dan variabel Y

Penentuan variabel bebas dan variabel terikat berkaitan dengan objek yang dimasukkan ke dalam judul. Variabel X sebagai variabel bebas, sedangkan variabel Y sebagai variabel terikat.

4. Pencarian dan pengumpulan data

Data penelitian didapatkan dari survey yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Selain itu, data juga didapat dari penelitian terdahulu serta data-data yang diperoleh dari perusahaan terkait.

5. Pengolahan data

Data yang telah terkumpul kemudian diolah dengan langkah tabulasi data terlebih dahulu, kemudian diolah dengan menggunakan rumus-rumus statistik.

6. Analisis data

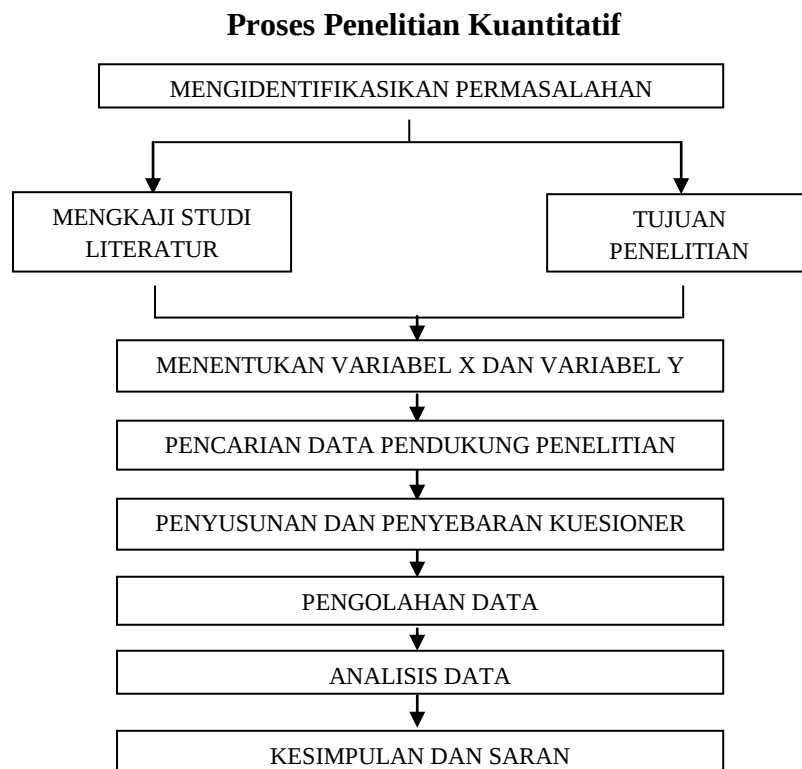
Dari hasil data yang telah dihitung secara sistematis kemudian disajikan dan dibahas secara detail dengan penambahan interpretasi yang berlandaskan teori-teori yang mendukung penelitian.

7. Kesimpulan dan saran

Menyimpulkan seluruh proses penelitian beserta hasil yang dapat menjawab rumusan masalah. Pemberian saran berupa alternatif yang ditawarkan kepada perusahaan mengenai masalah yang diangkat, selain itu saran juga ditujukan kepada penelitian selanjutnya.

Tahapan penelitian tersebut penulis gambarkan melalui sebuah gambar sebagai berikut:

Gambar 1.1



Sumber: Riduwan (2010:4)

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Batununggal, Kota Bandung. Lokasi penelitian dipilih karena Kecamatan Batununggal merupakan kecamatan di kota Bandung dengan jumlah rumah tangga terbesar (Badan Pusat Statistik Kota Bandung 2011). Penulis juga memilih kota Bandung sebagai tempat dilakukannya penelitian karena menurut penelitian yang dilakukan oleh lembaga riset *AGB Nielsen*, disebutkan bahwa pemirsa di kota Banjarmasin, Makassar dan Bandung sebagai pemirsa yang paling setia menonton tayangan sinetron (<http://antaranews.com>).

Penulis melakukan penelitian terhadap ibu-ibu rumah tangga karena ibu rumah tangga merupakan bagian besar dari pemirsa sinetron (<http://antaranews.com>). Penulis berasumsi bahwa ibu-ibu rumah tangga khususnya di kota Bandung, lebih cepat mendapatkan informasi dikarenakan terpaan media yang cukup besar.

Penelitian ini akan dilakukan dari bulan Juli sampai dengan Desember 2013.