

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Setiap usaha dan tindakan manusia selalu berlandaskan motif. Motif menjadi alasan untuk mengerjakan atau melakukan sesuatu, seperti kegiatan belajar, bekerja, mendengarkan musik, atau ketika kita memutuskan untuk menggunakan media massa sebagai sarana informasi, edukasi, dan hiburan. Teori Uses & Gratifications menyatakan khlayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Menurut para pendirinya, Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevith, pada dasarnya *uses and gratifications* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, barangkali termasuk juga yang tidak kita inginkan. (Kriyantono:2008).

Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media sebagai pemuas kebutuhan manusia, dari sini timbul istilah *uses and gratifications*. Rakhmat, dalam bukunya tahun 2007, mengatakan bahwa dalam asumsi ini tersirat pengertian bahwa komunikasi massa berguna (*Utility*); bahwa konsumsi media diarahkan oleh motif (*intentionality*); bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*); dan bahwa khalayak sebenarnya kepala batu (*stubborn*). Karena penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi.

Sebagian besar perilaku *audience* akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan (*interest*). Hal ini mengandung pengertian bahwa penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis seseorang, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi. Konsep untuk mengukur motif dan kepuasan ini disebut GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*). Gratification Sought adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengonsumsi suatu jenis media tertentu (radio, TV, koran). *Gratification Sought* adalah motif yang mendorong seseorang mengonsumsi media. Dengan kata lain, *gratification sought* dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai apa yang media dapat berikan dan evaluasi seseorang mengenai isi media. (Kriyantono:2008).

Saat ini tidak bisa dipungkiri bahwa semua orang mengonsumsi televisi. Media audio visual televisi muncul karena perkembangan teknologi. Media terlevisi ada setelah radio dan media cetak. Skornis dalam bukunya “*Television dan Society. An Incuest and Agenda*”. (1965), menyatakan televisi mempunyai sifat istimewa dibandingkan media massa lainnya (radio, surat kabar, majalah, buku, dan sebagainya). Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar. Sifat politisnya sangat besar karena bisa menampilkan informasi, hiburan dan pendidikan, atau gabungan dari ketiga unsur tersebut secara kasat mata.

Saat ini, di Indonesia, televisi sudah berkembang dengan pesat. Hal ini terbukti dengan adanya 11 stasiun televisi nasional yang sekarang mengudara di Indonesia, antara lain: RCTI, SCTV, Global TV, ANTV, MNC TV, TV One, Trans 7, Trans TV, Metro TV, Indosiar, dan NET TV. Munculnya stasiun televisi ini juga memunculkan berbagai program

yang disajikan oleh televisi, mulai dari jenis program berita, musik, olahraga, kuliner, film dan juga sinetron hadir untuk menghibur para penonton televisi.

Televisi menyuguhkan beraneka program acara dari banyaknya variasi program televisi yang ada, sinetron masih mendominasi seluruh layar kaca pertelevisian. Cerita sinetron banyak diambil dari sisi kehidupan keseharian masyarakat yang tidak pernah lepas dari cerita cinta yang ada di dalamnya. Salah satu sinetron yang sangat disukai di Indonesia saat ini adalah sinetron “Tukang Bubur Naik Haji” yang sampai saat ini tayang lebih dari 1500 episode. Jumlah episode ini mengalahkan jumlah episode sinetron Tersanjung dan Cinta Fitri, dimana kedua sinetron ini dipecah menjadi 7 seri.

Ditengah banyaknya stasiun televisi yang menampilkan sinetron serupa, RCTI kembali menghadirkan suatu sinetron terbaru yang mulai tayang perdana pada 12 Oktober 2015 yaitu “Anak Jalanan”. Kehadiran Anak Jalanan sebagai sinetron baru ini membawa angin segar bagi para pencinta sinetron. Namun sayangnya sinetron Anak Jalanan harus menyelesaikan ceritanya dan tamat pada tanggal 1 Februari 2017 lalu. Penonton setia sinetron Anak Jalanan pun kecewa mengenai tamatnya sinetron Anak Jalanan ini, namun pihak *production house* sinetron ini mengatakan bahwa akan ada lanjutan dari sinetron Anak Jalanan tetapi judul dari sinetron ini akan berbeda tidak lagi Anak Jalanan. Semenjak beredarnya kabar sinetron Anak Jalanan akan segera tamat dan berpindah ke stasisun televisi yang lain, pada Januari lalu stasiun televisi SCTV sudah menyiarkan iklan dari sinetron lanjutan dari sinetron Anak Jalanan yaitu Anak Langit.

Sinetron Anak Langit resmi tayang pada tanggal 20 Februari 2017. Perpindahan sinetron ini dari stasiun televisi RCTI ke SCTV dikarenakan *production house* sinetron ini yaitu SinemArt yang pindah ke SCTV. Sinetron lanjutan Anak Jalanan ini sebelumnya memilih nama sinetron ‘Ali Topan Anak Jalanan’ namun karena suatu dan lain hal akhirnya SinemArt pun mengganti judul sinetron tersebut menjadi Anak Langit. Tidak kalah dengan sinetron terdahulunya, sinetron Anak Langit sukses mendarat di puncak rating pada episode perdananya pada tanggal 20 Februari 2017. Dengan jam tayang sinetron Anak Langit yang berada di jam *primetime* yaitu pukul 18.30, sinetron Anak Langit memperoleh TVR 7,1 dan *Share* 29,7%. Di hari berikutnya, prestasi Anak Langit terus meningkat dengan mengunci posisi pertama TVR dan *share* menembus 7,9 dan 33,2%.



Gambar 1 Rating Sinetron Anak Langit
Sumber: showbiz.liputan6.com

Cerita sinetron Anak Langit tidak jauh berbeda dengan sinetron Anak Jalanan yang mengangkat cerita mengenai geng motor, persahabatan dan percintaan yang berbeda hanyalah pemeran utama dari sinetron ini dan beberapa pemain lainnya. Bergantinya sinetron Anak Jalanan ke Anak Langit tidak membuat sinetron ini kalah dengan Anak

Jalanan, namun justru penonton setia dari sinetron Anak Jalanan menjadi penonton Anak Langit. Alasan dari penonton Anak Jalanan tetap menonton sinetron Anak Langit karena mereka mengatakan bahwa mereka tidak rela bahwa Anak Jalanan tamat atau berakhir, maka dari itu kehadiran Anak Langit sangat dinantikan oleh penonton setia Anak Jalanan.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti mengenai sinetron Anak Langit, ada yang mengatakan bahwa dirinya memang mengikuti sinetron Anak Jalanan dan menyukai alur cerita sinetron Anak Jalanan, maka dari itu dia juga menunggu dan mengikuti sinetron lanjutan dari Anak Jalanan yaitu Anak Langit. Selain itu ada yang mengatakan bahwa pemain yang tergabung dalam sinetron Anak Langit lebih menarik dari sinetron Anak Jalanan. Memang kebanyakan pemain sinetron Anak Jalanan dan sinetron Anak Langit sama, namun dia mengatakan bahwa dia lebih suka dengan para pemeran sinetron Anak Langit. Selain itu, kemunculan Anak Langit juga menjadi satu hal yang sangat ditunggu oleh penonton setia Anak Jalanan yang tidak ingin kehilangan cerita sinetron seperti sinetron Anak Jalanan. Walaupun kemunculan sinetron Anak Langit ini juga mendapatkan pro kontra, namun sinetron ini tetap diminati oleh pemirsa yang menyukai sinetron, dan juga diawal kemunculan sinetron ini, Anak Langit mampu menduduki perolehan rating teratas selama 3 hari berturut-turut di awal kemunculan.

Kehadiran sinetron Anak Langit sangat ditunggu oleh para penontonnya. Jelas saja terbukti dari awal kemunculan sinetron ini, Anak Langit mampu berada di puncak rating teratas. Selain pemerannya yang menjadi daya tarik bagi sinetron ini, jalan cerita sinetron Anak Langit ini berbeda dengan beberapa sinetron yang lain. Sinetron yang mempunyai

jalan cerita seperti sinetron Anak Langit hanyalah Anak Langit, walaupun memang Anak Langit ini adalah sinetron lanjutan dari Anak Jalanan. Cerita dari sinetron Anak Langit ini tidak jauh dari cerita mengenai balapan geng motor, mengenai cinta, kekeluargaan dan juga persahabatan, namun tidak semua cerita dalam sinetron ini mengajarkan hal yang buruk, dalam sinetron ini pun juga ada sisi positif yang bisa kita contoh untuk kehidupan sehari-hari. Contohnya apa yang dilakukan oleh tokoh Al yang diperankan oleh Ammar Zoni yang selalu mengutamakan keluarga di situasi apapun.

Dalam wawancara yang peneliti lakukan, peneliti memilih anak remaja untuk diwawancarai. Peneliti memilih remaja karena segmentasi dari sinetron Anak Langit sendiri adalah untuk para remaja, dimana peneliti memilih umur dari 15-25 tahun. Dari beberapa fenomena yang sudah dipaparkan oleh peneliti, maka dari itu peneliti mengambil judul yaitu motif remaja Surabaya menonton tayangan sinetron Anak Langit. Penelitian ini menggunakan metode survei yaitu metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya yang bertujuan untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu, sedangkan pengumpulan datanya melalui kuesioner.

I.2. Rumusan Masalah

Apa motif remaja Surabaya menonton tayangan sinetron Anak Langit?

I.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah menemukan motif remaja Surabaya menonton tayangan sinetron Anak Langit.

I.4. Batasan Masalah

Berdasarkan judul penelitian yaitu Motif Remaja Surabaya Menonton Tayangan Sinetron Anak Langit batasan yang diambil oleh peneliti adalah:

- Subjek yang diambil oleh peneliti adalah remaja Surabaya, dimana target segmentasi dari sinetron ini adalah anak remaja
- Objek yang akan diteliti adalah motif
- Lokasi: Surabaya

I.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat bagi mahasiswa yang ingin memperkaya ilmunya dengan teori *Uses and gratifications* dalam kajian ilmu komunikasi

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan akan membantu industri media untuk selalu memberikan program-program yang menarik bagi khalayaknya.