

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu macam riset *Uses and Gratifications* yang saat ini berkembang adalah yang dibuat oleh Phillip Palmgreen dari Kentucky University. *Uses and Gratifications* memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang memengaruhi penggunaan media (Kriyantono, 2014: 210). Palmgreen kendati juga menggunakan dasar yang sama yaitu orang menggunakan media di dorong oleh motif-motif tertentu, namun konsep yang diteliti oleh Palmgreen ini lebih tidak berhenti disitu, dengan menanyakan apakah motif-motif khalayak puas setelah menggunakan media.

Dengan kata lain, apakah khalayak puas setelah menggunakan media. Konsep mengukur kepuasan ini disebut GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*). Penggunaan konsep-konsep baru ini memunculkan teori yang merupakan varian dari teori-teori dari *Uses and Gratifications*, yaitu teori *Expectancy Values* (Nilai Pengharapan). *Gratification Sought* adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengkonsumsi suatu jenis media tertentu (Radio, Televisi, atau Koran). *Gratification Sought* adalah motif yang mendorong seorang mengonsumsi media. Sedangkan *gratification obtained* adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh setelah mengonsumsi suatu jenis media tertentu (Kriyantono, 2014: 210-211).

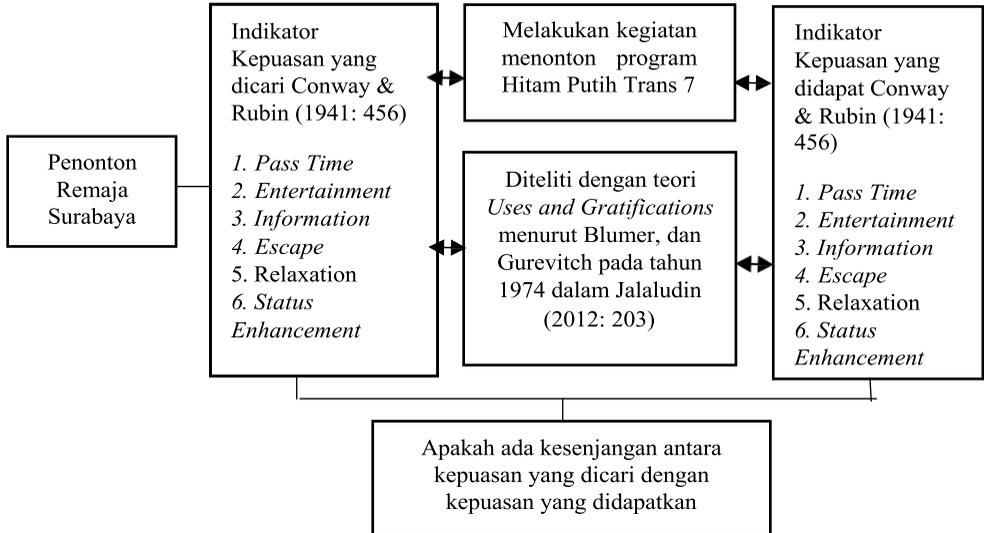
Komunikasi massa adalah komunikasi kepada khalayak luas dengan menggunakan saluran-saluran komunikasi (radio, televisi, surat kabar) (West,

2014: 41). Efek media massa dapat pula mengubah perilaku nyata individu atau khalayak, Larson Otto Nathan membagi efek perilaku nyata menjadi dua, yaitu efek yang menggerakkan dan menonaktifkan perilaku nyata (Wiryanto, 2006: 80). Seperti yang dikatakan oleh Larson, Azwar juga berpendapat mengenai efek media massa yang juga sama halnya bahwa media massa membawa pula pesan-pesan yang berisi sugesti yang dapat mengarahkan opini seseorang (Azwar, 2013: 34). Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi, keduanya dikenal sebagai media elektronik (Romli, 2016: 2).

Menurut Morissan (2015: 218) program informasi memberikan banyak informasi untuk memenuhi rasa ingin tahu penonton terhadap sesuatu hal. Tidak hanya melulu program berita yang disajikan oleh presenter atau penyiar, tetapi segala bentuk penyajian informasi termasuk juga *talk show* (perbincangan), misalnya wawancara dengan artis, orang terkenal atau dengan siapa saja. Program talk show atau perbincangan adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*Host*). Mereka yang diundang adalah orang-orang yang berpengalaman langsung dengan peristiwa atau topik yang diperbincangkan atau mereka yang ahli dalam masalah yang tengah dibahas. (Morissan, 2015: 221-222)

Berikut kerangka pikir penelitian yang mengungkapkan bahwasannya motif dan kepuasan mempengaruhi penggunaan media pada responden. Sehingga penelitian ini perlu di garis bawahi sebagai tindak kepuasan pada program Hitam Putih Trans 7. Kerangka pikir penelitian bertujuan untuk memperjelas penelitian.

Bagan I.1
 Kerangka Pikir Penelitian (Olahan Peneliti)



Sumber: Olahan Peneliti (2019)

Menurut Williams, Phillips, dan Lum (Ruggeiro, 2000) dalam Masa (2015: 2-3) bahwa setiap peneliti ingin mengetahui apakah media baru dapat memenuhi khalayak yang sama dengan media konvensional yang telah diuji sebelumnya. Ruggeiro (2000) menganggap bahwa dengan banyak pilihan media di masyarakat maka perlu diteliti alasan khalayak untuk terus mengkonsumsi media tertentu dan gratifikasi apa yang mereka dapatkan dari penggunaan media tersebut.

Kemudian dalam penelitian perbandingan, antara media baru (*new media*) dan televisi. Menurut Effendy (2007: 177) TV mempunyai daya tarik yang kuat tak perlu di jelaskan lagi kalau radio mempunyai daya tarik yang kuat disebabkan unsur unsur kata-kata, musik dan *sound effect*. Maka TV

selain ketiga unsur tersebut juga memiliki unsur visual berupa gambar, dan gambar ini bukan gambar mati melainkan gambar hidup yang mampu menimbulkan kesan yang mendalam pada penonton. Menurut Pramiyanti (2014: 95) dalam konteks perkembangan media baru, remaja dewasa ini dikategorikan sebagai *digital native*, yaitu generasi Internet, *net generation*, *digital generation*, atau para *millenials*. Generasi ini mengakses teknologi jejaring digital, serta memiliki keterampilan dan pengetahuan tentang komputer.

Dalam Flew (2005: 3) menurut Pramiyati (2014: 96) sebagai *digital native*, interaksi remaja dengan media lebih tertuju pada media baru (*new media*). Dalam sebuah penelitian saat ini, dapat dikaitkan bahwasannya *new media* juga berpengaruh dalam setiap kehidupan saat ini, apalagi dengan adanya generasi *millenials* yang juga menggunakan media internet sebagai bentuk pencarian sumber-sumber baru untuk hiburan, informasi, dan juga berita-berita terbaru yang ada di dunia saat ini. Kemudian televisi sebagai bentuk media yang memang juga berpengaruh pada setiap hal yang dilakukan tidak hanya untuk khalayak *millenials*, tentunya juga untuk semua kalangan masyarakat yang hanya mempunyai televisi sebagai bentuk sarana mereka untuk mencari sebuah hiburan dan informasi. Menurut Effendy (2007: 191) pengaruh televisi terhadap sistem komunikasi tidak lepas dari pengaruh terhadap aspek-aspek kehidupan pada umumnya.

Hitam Putih adalah salah satu program *talkshow* dengan format program yang fleksibel, dengan tema-tema yang mendidik, informatif, dan inspiratif. Dengan tema-tema *showbiz*, *current*, viral dan unik hal ini menjadi kekuatan lain dari program Hitam Putih, sehingga format fleksibilitas ini tidak dimiliki program *talkshow* lain. Kemudian melalui karakter Deddy

Corbuzier sebagai salah satu *host* utama dari program Hitam Putih, ia memiliki karakter yang *smart*, logis dan *update* pada sebuah isu-isu atau permasalahan yang ada di Indonesia saat ini.

Gambar I.1

Program *Talkshow* Hitam Putih Trans 7



Sumber: *Official Website* Hitam Putih Trans 7 (2019)

Sisi keunikan dari program Hitam Putih sendiri ini lebih kepada bintang tamu yang diundang pada program ini. Bintang-bintang tamu ini tentunya tidak melulu artis papan atas yang hanya lebih mengedepankan kuantitas program, bukan sebuah kualitas program. Oleh sebab itu, *host* (pembawa acara) haruslah mengerti akan isu-isu atau permasalahan yang ada di Indonesia saat ini, seperti Deddy Corbuzier. Kemudian ada terdapat 7 (tujuh) acara *talkshow* Indonesia yang saat ini masih aktif dan memiliki format yang berbeda, diantaranya adalah:

Tabel I.1Program-program *talkshow* Indonesia aktif pada tahun 2019

NAMA PROGRAM	CHANNEL	PERBEDAAN
Hitam Putih	TRANS 7	<i>Talkshow; Entertainment</i> sebuah program talkshow yang menyuguhkan bintang tamu fenomenal serta penuh sensasional
Ini Talkshow	NET TV	<i>Talkshow; Infotainment</i> lebih mengarah juga pada komedi dan bintang tamu yang hanya artis papan atas
Pagi-Pagi Pasti Happy	TRANS TV	<i>Variety show; Talkshow</i> lebih mengarah pada acara gossip di pagi hari
Rumah Uya	TRANS 7	<i>Variety Show; Talkshow</i> menghadirkan sebuah rangkaian acara berupa konsultasi mengenai kegiatan asmara pada remaja-remaja saat ini
Mata Najwa	TRANS 7	<i>Talkshow; Infotainment Education</i> bintang tamu para pejabat tinggi yang berdebat
Kick Andy	METRO TV	<i>Talkshow; Information</i> sebuah program kontributif, dimana terjadi sebuah diskusi antara bintang tamu dan para penonton di studio
Indonesia Lawyers Club	TV ONE	<i>Variety show; Talkshow</i> adanya kegiatan diskusi antar pejabat negara

Sumber: Olahan Peneliti (2019)

Program-program *talkshow* yang ada pada Tabel I.1 adalah program pembanding dari Hitam Putih Trans 7 dengan format acara yang sama yaitu *talkshow*. Dari semua program *talkshow* yang ada pada tabel tersebut, Hitam

Putih memiliki sisi keunikan dimana bintang-bintang tamu yang dihadirkan sangatlah berbeda dari program *talkshow* lain. Sisi sensasional, informatif dan inspiratif terkandung dalam Hitam Putih melalui bintang tamu yang diundang dalam program tersebut. Hal ini menjadi titik poin penting dalam program Hitam Putih, sebab menjadi sebuah keunikan yang khas dari program ini. Seperti misalnya, program Hitam Putih mengundang salah satu dari anak Pramodya Ananta Toer yang bernama Soesilo Ananta Toer. Beliau adalah seorang doktor yang saat ini menjadi pemulung, sebab banyaknya tuduhan bahwa dirinya termasuk ayah beliau adalah salah seorang PKI sehingga banyak masyarakat yang menjauhi bahkan melakukan *judgemental social* pada beliau.

Kemudian baru-baru ini diundangnya juga Rahmawati Kekeyi Putri, salah satu *beauty blogger* yang memberikan sebuah *tutorial* untuk melakukan rias hanya dengan Rp 25.000,- saja serta berbagai macam langkah-langkah untuk merias wajah dengan sederhana dan dengan *budget* yang murah. Ia juga mengalami berbagai hujatan dari para *netizen* karena dirinya yang memang tidak memiliki standar kecantikan seperti para *beauty vlogger* lainnya. Pada dasarnya semua acara *talkshow* di Indonesia hanya mengundang artis melulu dan tidak mengundang bintang tamu yang unik. Sehingga banyak sekali para khalayak yang tertarik melihat program Hitam Putih, dengan keunikan yang program ini sajikan.

Program Hitam Putih juga menerima penghargaan yaitu *Indonesia Awards TV Of The Year* sebagai salah satu juara kandidat program *talkshow* terbaik pada tahun 2014 dan menjadi nominasi selama 4 tahun berturut-turut. Hitam Putih memiliki kandidat kompetitor kuat pada saat memiliki jam tayang yang hampir sama, yaitu program Ini Talkshow NET TV.

Kedua program ini tayang di jam yang hampir sama yaitu pada pukul 18:30 WIB pada saat awal dari jam utama atau *prime time*. Hal ini juga dapat ditunjukkan pada data *rating* dan *share* menurut *Nielsen Company*. Berikut data rating terkait program *talkshow* Hitam Putih, Kick Andy dan Ini Talkshow.

Tabel I.2

Data *rating* dan *share* pada Hitam Putih, Kick Andy, dan Ini Talkshow

NIELSEN COMPANY					
Program	Program Type	Channel	Average number of Audience	Rating (%)*	Share (%)**
HITAM PUTIH	ENTERTAINMENT TALKSHOW	TRANS 7	72,680	0.85	4.48
KICK ANDY	INFORMATION TALKSHOW	METRO TV	32,267	0.38	1.70
INI TALKSHOW	ENTERTAINMENT TALKSHOW	NET TV	50,467	0,59	2.83

Sumber: *Nielsen Company* (2019)

Hal ini dapat menjadi sebuah petunjuk terkait fenomena objek yaitu, kepuasan. Dimana program Hitam Putih memiliki *rating* dan *share* tinggi diantara dua program yaitu Kick Andy dan Ini Talkshow. Tentunya program Hitam Putih lebih pada kualitas acara daripada kuantitas, sehingga tidak terkesan monoton.

Kemudian ada juga data dimana memiliki keterangan berupa data *index* efektivitas khalayak yang aktif pada daerah Surabaya. Efektivitas ini adalah sebuah profil dari penonton yang aktif menonton program Hitam Putih, sehingga pada dasarnya acuan data tersebut dapat digunakan secara signifikan mengingat Hitam Putih menyasar pada target-target tertentu.

Tabel I.3

Efektivitas khalayak aktif (*index*) program Hitam Putih wilayah Surabaya

Program	Program Type	Channel	Target	Keterangan Warna	Index
HITAM PUTIH	ENTERTAINMENT TALKSHOW	TRANS 7	Pria		96
			Wanita		104
			5-9 Tahun		49
			10-14 Tahun		87
			15-19 Tahun		102
			20-29 Tahun		76
			30-39 Tahun		93

			40-49 Tahun		126
			50+ Tahun		189
			Keatas		119
			Menengah		102
			Bawah		51

Sumber: *Nielsen Company* (2019)

Dalam data yang ada pada *Nielsen Company*, menghitung bahwa populasi di Surabaya memiliki total 8.520.752 jiwa. Penonton dominan yang ada pada program Hitam Putih sendiri ada pada jenis kelamin perempuan pada rasio umur 15-19 tahun dan 40-49 tahun dengan kelas sosial atas dan menengah. Hal ini menunjukkan, bahwasannya penonton laki-laki tidak termasuk dalam profil penonton pada program Hitam Putih. Sehingga hal ini menjadi perhatian peneliti terkait penonton pria yang memang kurang berminat menonton program Hitam Putih Trans 7. Khalayak pada umur 15-19 tahun adalah remaja yang pada umumnya mencari sebuah kesenangan, relaksasi, atau bahkan informasi. Mengingat Hitam Putih adalah program dengan esensi berupa informatif, inspiratif dan sensasional.

Hitam Putih sendiri hampir secara resmi tidak tayang lagi pada tanggal 10 Januari 2014. Kemudian pada tanggal 3 Februari 2014, program ini kembali tayang pada hari Senin – Jumat pukul 18:30 WIB. Dengan program yang ada di jam tayang *prime time*, Ini Talkshow hadir pada pukul 19:00 WIB yang merupakan program kompetitor dari Hitam Putih. Program ini juga salah satu *talkshow* andalan dari NET TV yang mengangkat isu-isu

yang viral dan update. Tak kalah menarik juga, Ini Talkshow juga menghadirkan inovasi *talkshow* terbaru yaitu *Double Casting*. Dimana pembawa acara juga turut meramaikan dengan menjadi bintang tamu yang akan di undang. Tetapi dalam program Ini Talkshow lebih kepada program *intermezzo* yang selalu mengedepankan unsur hiburan dan komedi. Kemudian ada terdapat data program Hitam Putih yang mencangkup 11 kota besar di Indonesia, yaitu: Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan, Makassar, Yogyakarta, Semarang, Denpasar, Palembang, Banjarmasin, dan Surakarta.

Index adalah angka yang menggambarkan profil pemirsa, yang juga mengidentifikasi suatu program pada target pemirsa tertentu. Jika *index* <100 artinya adalah kurang efektif, sementara >100 artinya sangat efektif, kemudian jika =100 artinya adalah efektif. Berikut data yang akan dikutip oleh peneliti.

Tabel I.4

Efektivitas khalayak yang aktif (*index*) pada program Hitam Putih mencakup 11 Wilayah di Indonesia.

Program	Program Type	Channel	Target	Keterangan Warna	Index
HITAM PUTIH	ENTERTAINMENT TALKSHOW	TRANS 7	Pria		85
			Wanita		114
			5-9 Tahun		65
			10-14 Tahun		94
			15-19 Tahun		110
			20-29 Tahun		96
			30-39 Tahun		85
			40-49 Tahun		106
			50+ Tahun		133

			Keatas		96
			Menengah		107
			Bawah		70

Sumber: *Nielsen Company* (2019)

Total populasi yang mencakup 11 kota di Indonesia (Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan, Makassar, Yogyakarta, Semarang, Denpasar, Palembang, Banjarmasin, dan Surakarta) yaitu 48.843.649, tetapi program Hitam Putih masih di dominasi pada rasio usia 15-19 tahun, 40-49 tahun dan 50 tahun ke atas, tetapi memiliki kelas sosial yang berbeda, yaitu hanya pada kelas sosial menengah. Pada data Tabel I.3 ditunjukkan jika efektivitas (*index*) penonton wanita adalah 104, sementara pada data di 11 kota Tabel I.4 memiliki efektivitas yaitu 114. Kemudian pada kelas sosial tabel I.3 memiliki efektivitas (*index*) penonton kelas menengah adalah 102, sementara pada data di 11 kota pada Tabel I.4 memiliki efektivitas (*index*) yaitu, 107. Hal ini menunjukkan, jika efektivitas terbanyak dari 11 kota adalah kota Surabaya. Kemudian Surabaya meraih data terbanyak dalam sistem populasi yang aktif dalam data profil penonton program Hitam Putih.

Secara keseluruhan, Program Hitam Putih sendiri memiliki banyak sekali keunikan di dalamnya. Keunikan tersebut dapat dikatakan merupakan hal yang paling berbeda diantara semua program *talkshow*. Hitam Putih menyajikan sebuah acara dengan bintang-bintang tamu yang inspiratif, inovatif dan tentunya sensasional. Bicara soal sensasional, hal ini menjadi perbincangan yang dapat menjadi hal yang tak penting dan bahkan menjadi sebuah program yang penuh akan hal yang bertele-tele dan dapat dibilang

membosankan. Program Hitam Putih sendiri tidak memberikan sebuah inovasi yang jelas dan dapat dikatakan program Hitam Putih sendiri terlalu baku untuk dijadikan sebuah program *talkshow*. Berbeda dengan Kick Andy yang jelas merupakan program *talkshow* dan lebih mengedepankan informatif.

Konten acara pada program Hitam Putih sendiri memang dapat dikatakan menjadikan hal yang kecil menjadi sebuah sensasional. Terlepas dari sensasi hal ini juga menjadi sebuah informasi terkait fenomena-fenomena masyarakat semua kalangan yang mengalami tindak marginalisasi dari kalangan sosial atas. Hal ini pun menjadi sebuah permasalahan akan tingkat kepuasan penonton remaja pada program Hitam Putih, dimana program tersebut berisikan hal-hal yang tidak penting sehingga membuat banyak penonton remaja tidak berminat untuk menonton program Hitam Putih Trans 7. Keunikan dari program Hitam Putih sendiri adalah program ini adalah salah satu program *talkshow* yang memiliki berbagai macam sensasional dengan bintang-bintang tamu yang tidak hanya di kalangan artis papan atas, melainkan dari kalangan masyarakat biasa.

Sehingga memang pada dasarnya beberapa acara *talkshow* memang menyajikan informasi, tetapi dalam program Hitam Putih sendiri program ini mengundang narasumber yang tidak sembarangan dan tentunya berbeda dari yang lain. Sebab program ini menampilkan sebuah hal yang tidak biasa dan jarang terjadi. Sehingga penonton juga harus mengetahui fenomena yang memang jarang diketahui oleh masyarakat. Narasumber yang diundang juga tidak sembarangan, sehingga tidak terkesan aneh juga pada saat diundang. Hal seperti ini mendatangkan sebuah unsur sensasional, dimana penonton remaja pada umur 15-19 tahun dengan jenis kelamin perempuan ingin

mengetahui setiap materi-materi yang berbobot dan memiliki hal yang baru dalam setiap pengetahuan yang diberikan oleh televisi. Pada akhirnya program Hitam Putih merupakan program yang diminati oleh penonton perempuan dengan kelas sosial atas dan menengah yang ada pada daerah Surabaya.

Peneliti ingin mengukur tingkat kepuasan remaja Surabaya, dengan beberapa kesenjangan berupa penonton yang jarang atau tidak pernah menonton program tersebut karena memang pada dasarnya program Hitam Putih memberikan materi yang tidak jelas bagi penonton remaja serta tidak memiliki esensi yang berupa materi yang jelas, singkat dan padat namun memiliki tingkat informasi yang dapat diterima oleh penonton remaja. Obyek dari penelitian ini adalah kepuasan, sementara subyek dari penelitian ini adalah penonton remaja Surabaya dengan jenis kelamin perempuan dengan rasio umur 15-19 tahun, dengan kelas sosial menengah ke atas dengan kajian penelitian yaitu program Hitam Putih.

Peneliti pada program Hitam Putih Trans 7 ini menggunakan metode kuantitatif. Kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Periset lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi (Kriyantono 2014: 55). Kemudian peneliti menggunakan metode penelitian dengan menggunakan cara kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus di isi oleh responden. Disebut juga dengan angket. Kuesioner bisa dikirim melalui pos atau peneliti mendatangi secara langsung responden. (Kriyantono 2014: 97) dalam sebuah riset dan penyebaran angket yang dilakukan peneliti, peneliti

melakukan tindakan penyebaran pada wilayah-wilayah yang penuh dengan anak-anak yang berdomisili di Surabaya dengan rasio umur yang telah ditentukan peneliti yaitu 15 – 19 tahun, dengan minimal pernah menonton 2 kali dalam program Hitam Putih. sesuai dengan program yang diteliti.

I.2 Rumusan Masalah

Pada bagian ini, peneliti memuat pertanyaan pada hal yang akan diteliti. Hal itu adalah Bagaimana kepuasan penonton remaja Surabaya dalam program Hitam Putih Trans 7?

I.3. Tujuan Penelitian

Pada Bagian ini, peneliti harus menunjukkan pernyataan yang berisi tentang tujuan yang ingin dicapai melalui berbagai proses penelitian. Tujuan penelitian peneliti adalah untuk mengetahui kepuasan penonton remaja Surabaya dalam program Hitam Putih Trans 7.

I.4 Batasan Masalah

I.4.1 Subjek Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah yang ada dengan dukungan data dari *Nielsen Company*. Subjek penelitian yang diteliti adalah penonton remaja Surabaya dengan rasio umur 15 – 19 tahun.

I.4.2 Objek Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah yang diteliti memiliki objek yaitu Kepuasan. Lalu untuk kajian dari penelitian ini adalah Program Televisi Hitam Putih Trans 7.

I.5. Manfaat Penelitian

I.5.1 Manfaat Praktis

Memberikan informasi terkait kepuasan penonton remaja Surabaya dalam Program Hitam Putih Trans 7. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran yang jelas mengenai tontonan mana yang bisa memuaskan penonton. Memberikan masukan-masukan pada program Hitam Putih Trans 7 tentang kepuasan pada remaja kota Surabaya. Memberikan masukan pada pengelola acara Hitam Putih Trans 7 dan kepuasan penonton remaja kota Surabaya.

I.5.2 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi dan sumbangan pemikiran pada ilmu komunikasi terkait kepuasan pada penonton remaja Surabaya pada program Hitam Putih Trans 7 dengan profil penonton, yaitu jenis kelamin perempuan pada umur 15 – 19 tahun. Serta memberikan sebuah edukasi baru terkait tontonan *talkshow* yang ada di Indonesia. Kiranya dapat menjadi sebuah pedoman baru berupa data-data dan teori yang digunakan oleh peneliti sebagai landasan dalam membangun sebuah kerangka penelitian.