

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang ada kaitannya dengan masalah hubungan ada pula yang mengartikan saling tukar menukar pikiran atau pendapat.¹

Komunikasi massa termasuk salah satu bentuk komunikasi yang berguna untuk menyebarluaskan suatu pesan atau informasi kepada komunikan dalam jumlah besar. Berbicara tentang komunikasi tidak ada definisi yang benar atau salah sebelum kita memberi patokan pada komunikasi kepada orang lain, kita harus tahu dahulu masalahnya dan harus lihat manfaatnya untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasi sehingga jelas arah yang kita bicarakan, oleh karenanya unsur unsur menurut Harold D.Lasswell seperti source, message, channel, dan receiver serta efek harus dipersiapkan secara matang.²

Salah satu bentuk komunikasi yang sering dijadikan sebagai teman keluarga, sahabat anak adalah media massa baik itu koran, majalah, radio, televisi, bahkan internet. Kita memang tidak bisa hidup tanpa media, apalagi jika melihat nilai positifnya. Bagaimanapun juga informasi yang ditawarkan media dalam

¹ Djoenaesih Sunarjo.*Pengantar Ilmu Komunikasi*.Liberty.Yogyakarta.1990.Hal 1

² Wiryanto.*Teori Komunikasi Massa*.Grasindo.Jakarta.2000.Hal 3

bentuk apapun pasti bermanfaat untuk kita, bisa menambah wawasan, mengetahui perkembangan zaman serta persoalan yang dihadapi masyarakat. Yang kita perlukan ialah bersikap kritis terhadap media agar tidak terpengaruh dampak buruknya. Jika pun terpengaruh itu putusan yang diambil secara rasional bukan sekedar ikut ikutan. Salah satu contoh media massa yang banyak mempengaruhi khalayak yaitu televisi.

Televisi adalah sebuah alat penangkap siaran bergambar, kata televisi berasal dari kata *tele* dan *vision*.³ Pada jaman modernisasi ini televisi merupakan salah satu medium terfavorit bagi para pemasang iklan di Indonesia. Media televisi merupakan industri yang padat modal, padat teknologi, dan padat sumber daya manusia, namun sayangnya kemunculan berbagai stasiun televisi di Indonesia tidak diimbangi dengan tersediannya sumber daya manusia yang memadai dan hanya dibangun berdasarkan semangat serta modal besar saja.⁴

Sebagai media massa, televisi dengan segala kelebihan yang dimilikinya bukan menjadi saingan bagi media massa lainnya. Televisi yang merupakan salah satu dari media elektronik juga merupakan bentuk dari komunikasi massa yang merupakan paduan radio (broadcast) dan film (moving picture) dan sebagai suatu media elektronik.⁵ Daya tarik televisi sangatlah kuat karena disebabkan unsur kata-kata, musik, *sound effect*, dan visual berupa gambar yang dapat menimbulkan kesan pada para penonton sehingga televisi dapat mempengaruhi sikap,

³ www.lintasberita.com

⁴ Morissan. *Media Penyiaran*. Ramdina Prakarsa Tangerang. 2005. Hal 8

⁵ Onong Effendy. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Alumni. Bandung. 1986. hal 197

pandangan, persepsi dan perasaan para penonton. Sampai pada saat ini televisi telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia.⁶

Sesuai dengan cara penyampaian pesan informasinya, televisi dalam proses komunikasinya hanya berjalan satu arah saja, artinya si penerima pesan (Komunikan) tidak dapat berhubungan langsung dengan pengirim pesan (Komunikator). Televisi sebagai media massa mempunyai beberapa peranan, dimana setiap peranan tidak dapat dipisah-pisahkan dan bahkan akan saling mengisi. Fungsi tersebut yaitu sebagai institusi pencerahan masyarakat, media informasi, serta media hiburan.⁷

Banyak orang yang ada di dunia ini menganggap televisi sebagai sarana pokok dan dapat dikarenakan sebagai teman untuk maju, kita dapat mengetahui isi dunia dengan hanya memencet remote televisi. Perangkat televisi dapat menghadirkan berbagai macam bentuk informasi dan juga hiburan dengan bentuk gambar yang bergerak dipancarkan melalui suatu satelit yang diatur oleh para pelaku broadcast yang mempunyai kretifitas tinggi

Pola masyarakat yang mencari kemudahan untuk mendapatkan hiburan dan informasi dengan memilih televisi sebagai alternatif merupakan hal yang paling mudah dan murah, jadi jangan heran jika kita dapat melihat televisi di kolong jembatan, rumah gubuk yang reot, serta di rumah yang paling megah sekalipun

⁶ Morissan.*Jurnalistik Televisi*.Ramdina prakarsa.Jakarta.2005.hal 1

⁷ Burhan Bungin.*Sosiologi Komunikasi*.Kencana.Jakarta.hal85

Dapat dipahami bila banyak sekali individu menjadikan media massa televisi sebagai media dalam mencari hiburan. Penyebabnya bukan saja karena televisi merupakan media hiburan yang murah meriah, tetapi juga karena penetrasi televisi ke rumah-rumah sudah sedemikian dasyat.

Pada masa era reformasi saat ini program acara di televisi pun banyak dihiasi oleh acara-acara dengan tema seputar kehidupan remaja yang target audiensnya adalah remaja. remaja melingkupi periode atau masa kanak-kanak kemasa dewasa, secara kasarnya masa remaja dapat ditinjau sejak mulai seseorang menunjukkan tanda-tanda puberitas dan berlanjut hingga dicapainya kematangan seksual, telah dicapainya tinggi badan secara maksimum dan pertumbuhan mentalnya secara penuh yang dapat diramal.

Pada masa remaja, umumnya remaja sangat menggemari acara-acara yang bercerita tentang liku-liku kehidupan mereka yang penuh warna, yang dapat ditonton dimana saja baik di televisi, bioskop maupun di VCD atau DVD yang dapat dengan mudah ditemui. Hal ini mengakibatkan media televisi memasang strategi agar tidak ditinggalkan oleh penonton dengan cara menampilkan atau menayangkan program remaja dengan inovasi baru.

Tayangan televisi yang setiap hari hadir di layar kaca pun semakin hari menjadi semakin bervariasi. Format acara pada pertelevisian seperti sinetron, kuis, variety show, news dan sebagainya dapat disaksikan hampir setiap hari selama 24 jam pada layar televisi. Dari banyak jenis format inilah televisi memiliki peranan yang berbeda terhadap berbagai tingkat sosial pada siaran yang sama. Dan dalam hal ini kaum remaja menjadi sasaran utama bagi para pengelola televisi. Maka

tidak heran jika tayangan hiburan yang membidik pasar remaja mengalir deras, tidak hanya sinetron, gosip-gosip dan film horror saja yang menyapa kaula muda, tetapi program musik pun tak mau ketinggalan dihadirkan untuk para remaja.

Diantara banyaknya program hiburan untuk remaja di televisi, program musik lah yang saat ini banyak digandrungi oleh remaja. Hampir semua stasiun televisi memiliki program ini, variannya juga bermacam-macam. Program musik saat ini sangat ditentukan oleh kemampuan artis menarik audien tidak hanya dalam kualitas suara tapi dalam mengemas penampilan agar menjadi lebih menarik.

Global TV salah satu stasiun televisi swasta yang banyak menyajikan program acara reality show salah satunya yaitu Musisi Jalanan yang ditayangkan setiap hari rabu pukul 15.30 WIB berdurasi 30 menit. Program yang masuk dalam kategori *Music Television* ini secara keseluruhan dalam perhitungan AC Nielsen memiliki rating sebesar 0,9 dan share sebanyak 3%.⁸ Program ini juga dikemas dalam bentuk reality show karena program ini mencoba untuk menantang musisi jalanan untuk berkarya ditempat mereka bekerja, dan ditampilkan sebagai hiburan bagi masyarakat yang mempertunjukan aksi aksi musisi jalanan yang biasa kita lihat ditempat umum seperti bis kota, tempat makan, bahkan didepan rumah kita sendiri. Menyikapi hal ini Global TV akan menyajikan program tentang musisi jalanan. Tidak sembarang musisi jalanan yang ditampilkan di program ini, mereka

⁸ <http://books.google.co.id/books?id=pa210&dg=ac+nielsen+tv+rating+mtv&source>

mempunyai kemampuan untuk menyanyi, tidak asal membunyikan alat musik atau bernyanyi saja, mereka didampingi oleh host yang mengerti tentang musik dan membuat musik yang dibawakan berbeda dengan musik aslinya dengan mengubah aransemen lagu yang akan ditampilkannya.

Penulis sengaja mengambil tema mengenai persepsi dengan alasan karena persepsi setiap orang pasti berbeda-beda sekalipun orang itu kembar, sehingga dari perbedaan itulah penulis dapat melakukan penelitian, dalam penelitian ini persepsi diambil karena untuk mengukur program yang akan diteliti terhadap audience apakah program itu positif atau negative untuk disaksikan. Selain itu pentingnya mengetahui persepsi karena penulis dapat mengetahui pandangan khalayak terhadap suatu program acara pertelevisian, sehingga dapat dilihat keberhasilan serta menariknya suatu program tersebut. Alasan penulis mengambil program musik Musisi Jalanan sebagai penelitian karena program ini menimbulkan beragam pendapat, pandangan, atau persepsi terhadap orang yang menyaksikannya entah itu pandangan bahwa program ini sangat bagus untuk memperlihatkan musisi jalan yang berbakat serta mempertunjukkan bahwa Musisi jalanan tidak kalah bagus dengan musisi yang sudah terkenal lainnya, atau sebaliknya program ini dapat dinilai terkesan biasa yang hanya menampilkan sisi hiburan saja. dan penulis mengambil siswa SMA 23 sebagai objek penelitian karena target audience dari program Musisi Jalanan ialah remaja.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis buat, maka perumusan masalahnya adalah "Sejauh mana persepsi siswa SMA 23 terhadap program MTV Musisi Jalanan di Global TV?"

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana persepsi siswa SMA 23 terhadap pengaruh dari program MTV Musisi Jalanan

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi Akademis

Sebagai bahan pengembangan Ilmu Komunikasi (Ilmu Broadcasting) khususnya terhadap program reality show. Selain itu juga diharapkan dapat memberikan ilmu dalam kajian jurnalistik mengenai pengaruh acara hiburan musik di media televisi swasta.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Untuk memberikan kontribusi kepada dunia musik Indonesia umumnya dan bagi para pengelola televisi swasta Global TV khususnya dalam hal pengaruh penyayangan terhadap para pelajar. Pengelola televisi Global TV harus lebih selektif dalam penyayangan acara hiburan yang bermanfaat bagi remaja.