1. PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Menurut teori Kultivasi, televisi menjadi media atau alat utama dimana para penonton televisi belajar tentang masyarakat dan kultur di lingkungannya. Persepsi apa yang dibangun di benak penonton tentang masyarakat dan budaya sangat ditentukan oleh televisi. Ini artinya, melalui kontak penonton dengan televisi, ia belajar tentang dunia, orang-orangnya, nilai-nilainya, serta adat kebiasaannya. Dominic (1990) mengungkapkan teori Kultivasi ini diawal perkembangannya lebih memfokuskan kajiannya pada studi televisi dan *audience*, khususnya memfokuskan pada tema-tema kekerasan di televisi. Akan tetapi dalam perkembangannya, teori tersebut bisa digunakan untuk kajian diluar tema kekerasan. Misalnya, seorang mahasiswa Amerika di sebuah universitas pernah mengadakan pengamatan tentang para pecandu opera sabun (*heavy soap opera*). Mereka yang tergolong pecandu opera sabun tersebut lebih cenderung melakukan *affairs* (menyeleweng), bercerai, dan menggugurkan kandungan daripada mereka yang bukan termasuk pecandu opera sabun (Nurudin, 2007, p.167). Teori Kultivasi digunakan dalam penelitian ini sebagaimana dasar dari teori ini yang menyatakan bahwa semakin seseorang menjadi pecandu berat televisi (*heavy viewers*) maka akan lebih mempengaruhi sikap dan persepsinya mengenai objek yang dilihatnya di televisi. Sebaliknya seseorang yang bukan pecandu berat televisi (*light viewers*), sikap dan persepsinya tidak mudah terpengaruh oleh tayangan televisi.

Media massa elektronik televisi merupakan salah satu media yang sangat berpengaruh terhadap sikap dan perbuatan pemirsa melalui berbagai acara yang ditayangkan maupun berita yang disiarkan. Pengaruh tersebut bisa dalam hal politik, ekonomi, sosial, budaya, bahkan dalam bidang pertahanan dan keamanan negara (Wahyudi, 1994, p.32).

Skronis (1965), membandingkan televisi dengan media massa lainnya seperti radio, surat kabar, majalah, buku, dan sebagainya. Televisi nampaknya mempunyai sifat istimewa. Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar yang bersifat politis, informatif, hiburan dan pendidikan atau bahkan

gabungan dari ketiga hal tersebut. Televisi menciptakan suasana tertentu, yaitu para pemirsanya dapat melihat sambil duduk santai tanpa kesengajaan untuk menyaksikannya. Penyampaian pesan seolah-olah langsung antara komunikator dan komunikan. Informasi yang disampaikan oleh televisi, akan mudah dimengerti karena jelas terdengar secara audio dan terlihat secara visual (Kuswandi, 1996, p.8).

Program televisi saat ini cukup beragam. Para pemirsa banyak disuguhkan berbagai program televisi yang menarik, baik yang informatif seperti program berita ataupun hiburan seperti kuis, *talk show*, acara musik, *reality show* yang salah satunya program pencarian bakat (*talent search*) yang saat ini sedang banyak diminati oleh para pemirsa televisi. Hampir semua stasiun TV berlomba-lomba menggelar acara yang mirip satu sama lain. *Talent search* termasuk acara *reality show* dikarenakan pada *talent search* menggambarkan adegan yang seakan-akan benar-benar berlangsung tanpa skenario, dengan pemain yang umumnya khalayak umum biasa, para peserta talent search diliput kesehariannya, keadaan keluarga, masa lalunya diungkapkan menjadi salah satu bagian dari ajang talent search tersebut

Persaingan acara pecarian bakat ini dimulai ketika Indosiar menayangkan Akademi Fantasi Indosiar (AFI) pada 2002, lalu diikuti oleh RCTI dengan Indonesian Idol, TPI dengan Kontes Dangdut Indonesia (KDI), Mamamia (Indosiar), Kondang-In (Indosiar), Idola Cilik (RCTI), *Let's Dance* (Global TV), The Master (RCTI), hingga saat ini yang masih segar dalam ingatan adalah Indonesia Mencari Bakat (Trans TV) serta *Indonesia's Got Talent* (Indosiar) yaitu sebuah acara yang mendapat lisensi dari *Fremantle Media* dimana konsep acaranya sama dengan *America's Got Talent*, *Britain's Got Talent* dan sebagainya. Indonesia mencari Bakat dan *Indonesia's Got Talent* menuai kontroversi di masyarakat.karena dianggap saling "meniru".

Berdasarkan data AGB Nielsen, tayangan Indonesia Mencari Bakat menempati peringkat pertama untuk kategori *talent search*. *Rating*-nya mencapai 4,2% dengan *share* 14,6% pada jam tersebut. Berdasarkan data AGB Nielsen pula, program ini telah menduduki peringkat pertama untuk kategori *talent search*

("Indonesia Mencari Bakat" teratas, 2010). Berdasarkan data tersebut maka peneliti tertarik untuk memilih "Indonesia Mencari Bakat" di Trans TV sebagai obyek penelitian. Kaitannya rating tersebut dengan kultivasi adalah proses penilaian rating dilakukan dengan cara melihat seberapa sering dan lama acara tersebut dilihat oleh responden yang menjadi subjek penelitian, sesuai dengan teori kultivasi maka semakin sering seseorang mendapatkan terpaan dari televisi dalam hal ini program IMB 2 maka akan memberikan dampak pada persepsi, sikap, dan nilai-nilai orang (Severin dan Tankard, 2005, p.319).

"Indonesia Mencari Bakat" merupakan ajang pencarian bakat putra putri bangsa yang dikemas menjadi suatu tayangan yang menarik dalam sebuah program acara televisi di Trans TV. Tujuan dari program ini adalah dapat menjadi sebuah kampanye untuk membangkitkan semangat anak bangsa, memotivasi setiap generasi, dan mendobrak pesimisme bangsa ini (Indonesia Mencari Bakat, 2010) Berikut adalah gambar logo dari program "Indonesia Mencari Bakat" yang ditayangkan di Trans Tv.

Gambar 1.1. Logo program Indonesia Mencari Bakat

Sumber: Olahan Peneliti.

Bakat dan kreativitas yang ditampilkan para peserta Indonesia Mencari Bakat generasi pertama cukup beragam. Beberapa peserta diantaranya adalah grup tari Rumingkang (yang menampilkan tarian-tarian tradisional dari seluruh daerah di Indonesia) kemudian Funky Papua yang menampilkan tarian *hip hop* modern namun selalu dengan gerakan ciri khas tarian daerah Papua mereka. Putri Ayu dengan bakat menyanyi seriosa. Tak ketinggalan pula si kecil Brandon yang

memukau para juri dan pemirsa dengan ketrampilannya membawakan tarian *hip hop*.

Setelah meraih sukses di program IMB generasi pertama, Trans TV membuat program IMB generasi kedua. Seperti programnya yang pertama, para finalis juga masih didominasi oleh bakat menyanyi, menari ataupun bermain alat musik. Beberapa finalis tersebut antara lain Ale Soul, Sanggar Aneuk Ceria, Uma Tobing, Liwet, Nawawi Ansamble, dll. Para peserta dalam acara yang ditayangkan secara langsung setiap hari Sabtu dan Minggu jam 7 malam ini saling bersaing untuk memperebutkan hadiah utama berupa trophy dan uang sebesar Rp. 100 juta untuk juara pertama.

Berkaitan dengan program acara Indonesia Mencari Bakat yang ditayangkan di Trans TV maka peneliti berusaha untuk mengetahui adanya hubungan antara terpaan media dengan terbentuknya sikap remaja. Terpaan media menunjukkan frekuensi, durasi serta atensi audiens terhadap sebuah tayangan acara di televisi. Frekuensi penggunaan media menunjukkan berapa kali audiens menggunakan media dalam beberapa periode pengamatan sedangkan durasi penggunaan media menunjukkan berapa lama audien bergabung dalam media tertentu (berapa jam sehari) dan atensi menunjukkan seberapa perhatian audien mengikuti program (Ardianto dan Erdinaya, 2004, p.164).

Menurut Severin dan Tankard, sikap pada dasarnya adalah tendensi manusia terhadap sesuatu. Rasa suka dan tidak suka terhadap sesuatu. Lebih lanjut, Severin dan Tankard (2005) juga menjelaskan bahwa "konsep lain yang berhubungan dengan sikap adalah keyakinan, atau pernyataan-pernyataan yang dianggap benar oleh seseorang" (p.177).

Subyek dalam penelitian ini adalah para remaja. Menurut Golinko (1984) kata "remaja" berasal dari bahasa Latin yaitu *adolescere* yang berarti *to grow* atau *to grow maturity* (dalam Rice, 1990). Alasan dipilihnya remaja sebagai subyek penelitian karena Indonesia mencari Bakat Generasi Kedua dibuat untuk menggali bakat-bakat terpendam yang dimiliki oleh remaja Indonesia sehingga sangat cocok jika remaja digunakan sebagai subjek dalam penelitian ini karena sasaran utama dari program IMB 2 adalah remaja walaupun ditonton oleh segala umur.

Dengan demikian, peneliti akan memfokuskan penelitian pada hubungan terpaan program "Indonesia Mencari Bakat Generasi Kedua" Trans TV dengan sikap remaja Surabaya. Pemilihan lokasi kota Surabaya sendiri disebabkan oleh karena kota Surabaya menurut data dari AGB Nielsen Media Research pada tahun 2010 merupakan kota dengan penonton program Trans TV terbanyak setelah Jakarta dengan jumlah penonton mencapai 9.291.200 penonton dan hanya kalah dari DKI Jakarta sebanyak 28.384.700. Alasan lain pemilihan Surabaya sebagai lokasi penelitian juga mengingat kota Surabaya merupakan kota metropolitan kedua di Indonesia, dimana terdapat remaja yang memiliki berbagai bakat seni, terlihat dari banyaknya pagelaran seni yang diadakan baik di gedung pemerintahan maupun di acara kampung atau acara sekolah. Oleh karena itu, Surabaya dipandang cocok sebagai lokasi penelitian. Dengan adanya penelitian ini dapat diketahui lebih lanjut apakah ada hubungan terpaan program Indonesia Mencari Bakat generasi kedua di Trans TV dengan sikap remaja Surabaya.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka yang menjadi rumusan masalah, apakah ada hubungan terpaan program "Indonesia Mencari Bakat" Generasi Kedua di Trans TV dengan sikap remaja Surabaya?

1.3.Tujuan Penelitian

Adapun tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya hubungan terpaan program "Indonesia Mencari Bakat" Generasi Kedua di Trans TV dengan sikap remaja Surabaya.

1.4.Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1.4.1. Manfaat Akademis

Agar dapat memberikan kontribusi terhadap teori-teori yang digunakan serta menambah pengetahuan di bidang ilmu komunikasi, khususnya mengenai hubungan terpaan program medium televisi dengan sikap remaja Surabaya.

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada stasiun televisi di tanah air sehingga mereka dapat mengemas *talent search* menjadi suatu tayangan yang menarik dan dapat membuat remaja Indonesia lebih ingin menggali bakat dan talenta yang dimilikinya lebih dalam lagi.

1.5.Batasan Penelitian

Supaya penelitian ini lebih terfokus dan lebih mudah dipahami sesuai dengan tujuan pembahasan, maka perlu diberikan pembatasan penelitian sebagai berikut:

1. Batasan penelitian orang yang diteliti adalah remaja yang tinggal di Surabaya dengan rentang usia antara 11 sampai 24 tahun dan belum menikah dengan asumsi mereka pernah menonton program Indonesia Mencari Bakat Generasi Kedua di Trans TV minimal 1 kali dalam kurun waktu 3 bulan terakhir karena menurut Engel, Blackwell & Miniard (2006) daya ingat jangka pendek seseorang terhadap suatu objek dapat dilihat dari ingatan seseorang yang melihat objeknya terakhir kali 3 bulan yang lalu (p.586).
2. Usia 11 tahun ditentukan sebagai batasan awal karena di banyak masyarakat Indonesia, usia 11 tahun sudah dianggap akil balik, baik menurut adat maupun agama, sehingga masyarakat tidak lagi memperlakukan mereka sebagai anak-anak (kriteria sosial). Sedangkan batasan usia 24 tahun merupakan batas maksimal. Orang-orang yang sampai pada batas usia 24 tahun belum dapat memenuhi persyaratan kedewasaan secara sosial maupun psikologik, masih dapat digolongkan remaja. Dan belum menikah, karena seseorang yang sudah menikah pada usia berapa pun dianggap dan diperlakukan sebagi orang dewasa penuh, baik secara hukum maupun dalam kehidupan masyarakat dan keluarga (Sarwono, 2001, p.14-15).
3. Penelitian yang dilakukan berfokus kepada komponen sikap remaja Surabaya kepada program "Indonesia Mencari Bakat" generasi kedua di Trans TV yang diukur berdasarkan aspek kognitif, afektif dan konatif (Azwar, 1995, p.24).

1.6.Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah:

BAB I

Pada bab ini dijabarkan fenomena serta berbagai fakta yang ada yang dijadikan sebagai latar belakang masalah. Selain itu juga terdapat tujuan dan manfaat dari dilakukannya penelitian ini. Dan diberikan pula batasan penelitian untuk memudahkan penelitian. Serta sistematika penulisan dari penelitian ini.

BAB II

Bab ini berisikan teori-teori yang mendukung pembahasan penelitian. Teori yang digunakan adalah teori Kultivasi sebagai teori utama, terpaan media, televisi sebagai media massa, format acara televisi, *reality show*, sikap, serta teori remaja. Selain itu juga dijelaskan nisbah antar konsep, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III

Pada bab ini berisikan metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini. Metode yang digunakan hendaknya selaras dengan tujuan yang ingin dicapai.

BAB IV

Bab ini berisikan hasil analisa peneliti berdasarkan pada hasil kuesioner yang telah disebarkan untuk kemudian menjadi hasil data dalam bentuk statistik.

BAB V

Pada bab terakhir dari penelitian ini berisikan kesimpulan peneliti atas penelitian ini dan juga saran-saran yang diberikan untuk kemudian diadakan peneitian yang lebih mendalam berikutnya.