

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Teori S-O-R merupakan singkatan *Stimulus–Organism–Response*. Menurut teori ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Stimulus atau pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka komunikan akan memberikan respon. Dari respon tersebut terjadi kesediaan untuk mengubah sikap (Effendy, 2003, p.255-256).

Martin Fishbein (dalam Liliweri, 2005) mengatakan bahwa sikap adalah sesuatu yang dipelajari, suatu disposisi relatif untuk merespons suatu objek dalam situasi tertentu, mulai dari yang menyenangkan yang ditujukan kepada orang, kelompok, gagasan dan situasi. Secara umum sikap dapat didefinisikan sebagai suatu kecenderungan untuk mengevaluasi sesuatu, gagasan, peristiwa, seseorang atau kelompok orang pada suatu skala, mulai dari yang paling menyenangkan sampai pada yang paling tidak menyenangkan (p. 197).

Definisi sikap cukup beraneka ragam. Baron dan Byrne (1984, p.160) mengatakan bahwa sikap merupakan sekumpulan perasaan, kepercayaan dan kecenderungan perilaku yang diarahkan ke kelompok, objek, gagasan dan orang.

Sedangkan Berkowitz (1972) mendefinisikan sikap kurang lebih berisi tiga puluh unsur yang berbeda-beda. Tetapi yang penting dari semua definisi tersebut adalah bahwa sikap seseorang terhadap objek dapat dipandang sebagai evaluasi dalam sebuah skala, mulai dari ujung yang *favorable* hingga ujung lain yang *unfavorable* (Liliweri, 2005, p.437).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori S-O-R karena peneliti ingin mengetahui respon penonton terhadap suatu tayangan program acara yaitu @Show_Imah di Trans TV. Dimana Stimulus (S) tersebut adalah tayangan program acara @Show_Imah di Trans TV, sedangkan Organism (O) nya adalah penonton, dan Respon (R) yang dimaksud oleh teori tersebut adalah sikap dari penonton terhadap gaya Soimah dalam membawakan acara @Show_Imah di Trans TV.

Azwar (2012, p. 198) mengemukakan bahwa sikap memiliki tiga komponen yang membentuk struktur sikap, yaitu kognitif, afektif dan konatif. Komponen kognitif disebut juga dengan komponen *perceptual* yang berisi kepercayaan yang berhubungan dengan persepsi individu terhadap objek sikap dengan apa yang dilihat dan diketahui, pandangan, keyakinan, pikiran, pengalaman pribadi, kebutuhan emosional dan informasi dari orang lain. Komponen afektif atau biasa disebut dengan komponen emosional, yaitu komponen yang menunjukkan dimensi emosional subjektif individu terhadap objek sikap, baik bersifat positif (rasa senang) atau negatif (rasa tidak senang), dan komponen konatif atau komponen perilaku, yang merupakan predisposisi atau kecenderungan bertindak terhadap objek sikap yang dihadapinya. Sikap dalam penelitian ini adalah sikap kognitif, afektif dan konatif yang terdapat di

masyarakat Surabaya setelah menonton program acara *talkshow* @Show_Imah di Trans TV.

Effendy (dalam Surbakti, 2008, p. 73) menyatakan sadar atau tidak, acara televisi pada umumnya mampu mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi dan perasaan penonton. Hal demikian merupakan hal yang wajar dan logis. Program acara yang mengakibatkan penonton terharu, terpesona atau latah, hal tersebut bukanlah sesuatu yang istimewa atau mengherankan, sebab salah satu pengaruh psikologis dari siaran televisi adalah seakan-akan menghipnotis penontonnya. Akibatnya penonton seolah-olah dihanyutkan oleh suasana pertunjukan televisi.

Dalam penelitian dengan judul Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Tayangan *Talkshow* @Show_Imah di Trans TV, peneliti memilih media massa elektronik televisi sebagai salah satu media massa. Menurut Bland *et. al* (2004, p. 88) televisi adalah suatu media komunikasi yang selalu mencari bahan hiburan. Hampir semua orang dapat memanfaatkan informasi yang disajikan secara massal oleh televisi.

Menurut Surbakti (2008, p. 89) satu hal yang harus dicermati adalah bahwa sebagai media komunikasi, televisi menyampaikan pesan kepada penontonnya secara linear atau searah. Efek komunikasi linear merupakan salah satu penyebab para penyelenggara siaran televisi dianggap kurang tanggap terhadap sejumlah gangguan emosional yang diakibatkan tayangan yang disiarkan secara terus-menerus. Hal demikian dikarenakan penyelenggara siaran televisi sebenarnya sulit sekali untuk mengetahui reaksi penontonnya secara menyeluruh terhadap sebuah program yang sedang ditayangkan. Televisi digambarkan sebagai alat hiburan atau mengakhiri hari,

dan umumnya diasosiasikan dengan kehidupan rumah tangga dan keluarga. Hal ini juga disebutkan oleh Gobe (2001, p. 18) bahwa menonton televisi dikatakan memberikan perasaan bahagia, kenyamanan dan kesenangan.

Daya tarik dari program acara @Show_Imah di Trans TV adalah bahwa acara ini selalu bertemakan lucu dengan mengandalkan kemampuan yang dimiliki *host* yaitu Soimah (<http://www.mytrans.com/program/1/40/165/show-imah>). Program acara @Show_Imah adalah acara *comedy talkshow* yang selalu mengantarkan suguhan yang berbeda, di tayangkan sejak Januari 2012 setiap hari Senin sampai dengan Jumat pukul 16.00 WIB. Daya tarik lainnya yang terdapat di program acara @Show_Imah adalah (1) pasti bersama asisten, baik *opening*, pertengahan maupun akhir acara, juga ketika menyajikan minuman, bagian menjelang jeda dan lainnya; (2) “*juragan mau duduk*”, kata tersebut sering diucapkan Soimah ketika hendak memulai bincang-bincang; (3) badan suka dibungkuk-bungkukkan beberapa kali, adegan ini sering dilakukan Soimah ketika hendak berjalan; (4) “*masalah buat lo*” merupakan *trademark* Soimah yang sedikit sok, dan sempat menjadi tren di twitter; (5) ramalan di bagian akhir @Show_Imah merupakan ramalan yang di isi oleh Ki Kusumo atau Citra Prima (<http://televisiindonesia.wordpress.com/>); dan (6) selain itu, tempat yang digunakan untuk syuting program acara @Show_Imah adalah bertempat di apartemen dengan suasana dan dekorasi yang moderen, dan didukung oleh alat musik tradisional beserta sinden. Ciri khas seorang sinden lebih cenderung di identikkan dengan seorang perempuan dengan menggunakan kebaya, sebagai simbol para perempuan Jawa dengan kepribadian seorang perempuan yang patuh, lemah

comedy talkshow @Show_Imah yang dikemas dengan gaya modern (m.tabloidnova.com /Nova/Selebriti/Aktual/Soimah-Ogah-Ganti-Nama).

Talkshow adalah program yang mengkombinasikan *talk* dan *show*, serta materi acara berupa *structured conversation*, yaitu materi acara yang sudah didesain sedemikian rupa misalnya, tentang tema yang akan disampaikan, kapan dan bagaimana cara menyampaikannya (Lusia, 2006, p. 83). Disebutkan oleh Masduki (2006, p. 45) bahwa *talkshow* mengacu pada arti katanya sendiri yaitu *talk* (obrolan) dan *show* (gelaran). *Talkshow* sejatinya merupakan bincang-bincang atau wawancara dengan narasumber yang mempunyai otoritas atau kapasitas tertentu yang sesuai dengan topik pembahasan. Dalam format *talkshow* yang sebenarnya, narasumber memegang peranan pokok, dan untuk kepentingan industri maka televisi melakukan penyesuaian dalam mengemasnya. *Talkshow* sebagai tayangan mata, maka *talkshow* di televisi harus menarik dan mengangkat topik yang *up to date*. Hal demikian karena *talkshow* telah menjadi pilihan alternatif hiburan para pecinta televisi (http://suamerdeka.com/v1/index.php/read/cetak/2012/02/19/177_641/Talkshow-Tanpa-keseriusan).

Sejak kehadirannya pada 9 Januari 2012, program acara @Show_Imah mendapat tempat tersendiri di hati pemirsanya. Berbagai perubahan pada konsep program acara @Show_Imah terus dilakukan untuk memberikan tayangan yang menarik dan informatif. Rating dan *share* @Show_Imah semakin beranjak naik sampai di tahun pertamanya (www.suamerdeka.com/v1/index.php/read/cetak/2013/04/22/222466/Pesta-Rakyat-Show_Imah). Sedikitnya terdapat dua kali

perubahan konsep pada acara @Show_Imah ini misalkan pada penambahan sesi jalanan tali kasih di mana pada acara @Show_Imah menunjukkan klip atau mengundang seseorang yang “kurang beruntung” dalam kehidupannya dan dihilangkannya acara ramalan.

Tabel 1.1 Top 30 *Rating* Program Televisi Indonesia

No.	Acara	Kategori	Stasiun Televisi
1	Tukang Bubur Naik Haji	Series:Drama	RCTI
2	Opera Van Java	Entertainment:Comedy	Trans 7
3	On The Spot	Information:Documentary	Trans 7
4	Raden Kian Santang	Series:Drama	MNCTV
5	Separuh Aku	Series:Drama	RCTI
6	Love in Paris	Series:Drama	SCTV
7	Jagoan Silat	Series:Drama	MNCTV
8	Ustad Fotocopy	Series:Drama	SCTV
9	Yang Dibawah Umur	Series:Drama	RCTI
10	Hitam Putih	Entertainment:Talkshow	Trans 7
11	Fathiyah Season 2	Series:Drama	MNCTV
12	Tangisan Anak Tiri	Movie:Drama	IVM
13	Aladin	Series:Drama	MNCTV
14	Putri Bidadari	Series:Drama	RCTI
15	Hantu Rambut Indah	Movie:Horror	Trans
16	Super ABG	Series:Drama	SCTV
17	Takdir Cintaku	Series:Drama	IVM
18	Insert Investigasi	Information:Infotainment	Trans
19	Joni Jengki	Movie:Drama	RCTI
20	Pesbukers	Intertainment:Variety Show	ANTV
21	After The Ugly Duckling	Series:Drama	SCTV

22	Reportase Sore	News:Hard	Trans
23	Intens	Information:Infotainment	RCTI
24	Cinta Lewat Getek	Movie:Drama	SCTV
25	Liputan 6 Terkini	Filler:News	SCTV
26	Liputan 6 Siang	News:Hard	SCTV
27	Sumpah I Love Bakso	Movie:Drama	SCTV
28	@Show_Imah	Entertainment:Talkshow	Trans
29	Reportase Siang	News:Hard	Trans
30	Bukan Salah Takdir	Series:Drama	IVM

Sumber: www.facebook.com, 2012

Tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa dua program acara *talkshow* dengan *rating* tertinggi yaitu Hitam Putih dan @Show_Imah, dan *rating* tersebut menunjukkan bahwa program acara @Show_Imah merupakan program jenis *Entertainment:Talkshow* yang digemari oleh sebagian masyarakat Indonesia. Dalam penyelenggaraan *Panasonic Awards* ke 16 pada tanggal 30 Maret 2013 di JCC Jakarta, program acara @Show_Imah di Trans TV masuk sebagai nominator untuk kategori *talkshow* hiburan. Sedangkan untuk *host* @Show_Imah yang dibawakan Soimah juga berhasil masuk sebagai nominator presenter *talkshow* hiburan (<http://jakarta.okezone.com/read/2013/03/04/533/770840/daftar-lengkap-nominasi-panasonic-gobel-awards-2013>).

Setiap tayangan program acara yang disiarkan televisi, sudah pasti akan mempengaruhi sikap penontonnya, baik itu sikap positif, netral dan negatif. Beberapa penelitian tentang sikap terhadap program televisi pernah dilakukan oleh beberapa penelitian sebelumnya. Salah satu di antaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Masril (2011). Peneliti ini melakukan penelitian tentang pengaruh terpaan menonton tayangan Warung Anda terhadap mahasiswa pendatang Universitas Brawijaya. Hasil penelitian yang diperoleh menyimpulkan bahwa tayangan televisi mempengaruhi sikap penonton. Pada penelitian eksperimen yang dilakukan dalam penelitian ini diketahui bahwa terdapat perbedaan sikap antara kelompok kontrol dengan kelompok

eksperimen. Kelompok eksperimen yang diberikan *treatment* berupa tontonan tayangan Warung Anda lebih terpengaruh sikapnya baik aspek kognitif, afektif dan konatif dibandingkan kelompok kontrol yang tidak diberikan tontonan tayangan. Selain itu, penelitian lain tentang sikap terhadap program televisi juga pernah dilakukan terhadap program acara televisi Dahsyat. Penelitian yang dilakukan oleh Trianita (2012) tentang pengaruh tayangan program musik dahsyat terhadap sikap remaja menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang cukup kuat antara tayangan program musik “Dahsyat” di RCTI terhadap sikap remaja Kelurahan Tugu Kelapa Dua, Depok. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi frekuensi intensitas, dan durasi menonton program musik “Dahsyat” di RCTI maka pengaruh terhadap sikap remaja semakin kuat.

Demikian halnya dengan program acara @Show_Imah di Trans TV, terdapat beberapa tanggapan yang disampaikan oleh masyarakat, diantaranya adalah:

Magda Sii Putri Kahyangan @ 6 April 2012

Pertama aku liat acaranya... suka... tpi yg aku tidak suka di show imah... cara jalannya waktu mau duduk itu lho... gak bagus bnget... gak menarik... jdi neg gtu liatnya... sry ea lau aku kritik gtu... majuuu teruuuss show imah.....

http://id-id.facebook.com/pages/SHOW_IMAH-Trans-TV/233218436768364

Dany Mustika Cayou @ 29 Desember 2012

Like this...show imah soo bangeet...emang iya...masalah bwt loe...juragan mau duduk...wkakwakwak gue suka gaya loe asoleley...kocak abiz

www.facebook.com/pages/show_imah/322401884470652

MsLianni @ 7 Februari 2013

Soimah... emang show bangettttt dechhh hee he he

<http://www.youtube.com/watch?v=vZG8AJma1q0>

Dengan memperhatikan komentar atau pendapat yang disampaikan masyarakat terhadap program acara *talkshow* @Show_Imah di Trans TV tersebut diatas, dapat dilihat bahwa terdapat sikap yang saling bertentang antara mereka yang memiliki sikap positif dan negatif, yang ditunjukkan masyarakat terhadap program acara @Show_Imah yang masuk sebagai nominator di ajang *Panasonic Awards* ke 16

pada tanggal 23 Oktober 2012 di JCC Jakarta. Berdasarkan pada sikap positif dan negatif yang ditunjukkan oleh masyarakat, maka peneliti melakukan penelitian tentang gambaran sikap masyarakat Surabaya terhadap tayangan *talkshow* @Show_Imah. Peneliti memilih Surabaya. Berdasarkan data yang didapat oleh peneliti dengan melalui wawancara, 51% penonton *talkshow* secara keseluruhan di Surabaya, terbanyak adalah masyarakat Surabaya (wawancara dengan tim kreatif Trans TV, Budi Supriono, Senin, 20 Mei 2013). Selain itu Surabaya sebagai pusat perekonomian Jawa Timur yang memiliki berbagai ragam sosial, budaya, agama. Dengan keanekaragaman tersebut menjadikan masyarakat Surabaya juga terdapat perbedaan karakteristik, polapikir dan lain-lain, karena dalam setiap tayangan Soimah sebagai *host* seringkali menggunakan bahasa serta logat Jawa, dan di Surabaya dalam kehidupan sehari-hari, masyarakatnya menggunakan bahasa Jawa.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

“Bagaimana Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Tayangan *Talkshow* @Show_Imah?”

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sikap masyarakat Surabaya terhadap tayangan *talkshow* @Show_Imah di Trans TV.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan mengetahui sikap masyarakat Surabaya terhadap tayangan *talkshow* @Show_Imah yang di Trans TV, maka penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat, antara lain adalah:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah acuan perpustakaan dan referensi di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai sikap masyarakat terhadap tayangan *talkshow* @Show_Imah di Trans TV khususnya masyarakat Surabaya, serta sebagai sarana untuk menerapkan, mengaplikasikan dan menguji teori yang berkaitan, sekaligus sebagai tambahan literatur untuk penulisan karya ilmiah yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada stasiun televisi Trans TV mengenai sikap masyarakat Surabaya mengenai program acara @Show_Imah agar dapat berguna untuk tayangan-tayangan program acara *talkshow* di masa yang akan datang, dan menambah wawasan untuk masyarakat umum mengenai program acara *talkshow* yang serupa.

1.5. Batasan Penelitian

Sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap seseorang terhadap suatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak (*favorable*) maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (*unfavorable*) pada objek tersebut. Sikap dalam penelitian ini adalah sikap terhadap acara @Show_Imah. Program acara @Show_Imah adalah acara comedy talkshow yang selalu mengantarkan suguhan yang berbeda, di tayangkan sejak Januari 2012 setiap hari Senin sampai dengan Jumat pukul 16.00 WIB. Subjek penelitian adalah masyarakat Surabaya dan pernah menonton tayangan @Show_Imah di Trans TV minimal dua kali dalam seminggu dengan batasan usia 15-24 tahun.

1.6. Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah pemahaman dari proposal ini, maka peneliti menyediakan kerangka penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang, penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan tentang teori-teori yang mendukung dan berkaitan dengan permasalahan yang diangkat oleh peneliti dalam penelitian. Teori yang digunakan adalah teori SOR, definisi sikap, komponen sikap, faktor-faktor yang mempengaruhi sikap. Selain itu juga terdapat nisbah antar konsep, dan kerangka pemikiran yang merupakan garis besar pemikiran atau dasar penelitian oleh peneliti dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan dan menguraikan metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini dalam pengumpulan data, jumlah sampel, teknik pengukuran serta perangkat yang akan digunakan dalam menganalisis data yang diperoleh dalam penelitian.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan teknik perhitungan data serta hasil analisa data dari kuesioner yang telah dibagikan kepada para responden. Bab ini juga menjelaskan secara singkat mengenai gambaran umum para responden yang menjadi sampel penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini disampaikan hasil kesimpulan akhir dan analisa data yang terdapat pada bab 4 serta menyertakan saran untuk PT. Trans TV yang dapat membangun berkaitan dengan sikap masyarakat Surabaya terhadap acara @Show_Imah.