

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, media massa merupakan suatu sarana untuk mendapatkan informasi dan hiburan yang telah menjadi satu kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan lagi dalam kehidupan sehari-hari. Saat ini informasi dan hiburan telah menjadi komoditas yang dapat menghasilkan uang bagi pengelola media massa. Sejalan dengan pertumbuhan teknologi komunikasi, media massa telah tumbuh menjadi industri yang cukup vital bagi suatu negara. Salah satu ciri penting dalam era globalisasi saat ini adalah perkembangan komunikasi yang sangat cepat, seperti munculnya parabola, TV kabel, internet, *tele conference*, dan lain-lain, yang mengakibatkan hilangnya batas wilayah suatu negara akibat jangkauan media massa yang hampir tak terbatas.

Di Indonesia sendiri, dunia pertelevisian berkembang sangat pesat. Hal ini bisa dibuktikan dengan bermunculannya televisi-televisi swasta, bersamaan dengan dilaksanakannya deregulasi di bidang pertelevisian Indonesia oleh pemerintahan, sejak tanggal 24 Agustus 1990. Sejak saat itu pemerintah mengeluarkan izin untuk televisi swasta, mulai dari RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia), kemudian SCTV (Surya Citra Televisi), setelah itu AN-TV (Cakrawala Andalas Televisi), dan yang terakhir, izin tersebut diberikan kepada Indosiar (Indosiar Visual Mandiri) pada tahun 1995. Di samping itu, TVRI Stasiun Pusat Jakarta juga ikut menyemarakkan kehadiran TV-TV swasta tersebut dengan menyiarkan Program II, yang mayoritas bermaterikan hiburan, dengan jam siar yang pendek (18.00-21.00 WIB). Langkah ini kemudian diikuti oleh TVRI Stasiun Surabaya. Dengan demikian, semakin maraklah persaingan media televisi di Indonesia, baik antar televisi lokal, maupun dengan televisi internasional seperti yang disebut di atas tadi. Hal ini akan membawa pengaruh pada pemasangan iklan di media televisi (Kuswandi, 1996, p.33).

Seiring dengan bermunculan televisi-televisi swasta di Indonesia, maka lahirlah tradisi baru dalam pola hidup masyarakat kita. Munculnya media televisi dalam kehidupan manusia, menghasilkan suatu peradaban baru, khususnya yang menyangkut proses komunikasi juga melahirkan efek sosial yang bermuatan nilai-

nilai budaya manusia. Media televisi mengakibatkannya munculnya istilah baru yang disebut “*mass culture*”. Manusia cenderung menjadi kosumen budaya massa melalui televisi yang menghasilkan *audio* (suara) dan visualisasi (gambar bergerak). Di samping itu, individu juga dihadapkan pada realitas sosial yang tertayang di televisi (Kuswandi, 1996, p.33)

Perkembangan teknologi komunikasi yang sangat pesat mendorong perkembangan teknologi media ikut semakin cepat berkembang juga. Hal ini sebagai tuntutan kehidupan dan kebutuhan masyarakat yang berhubungan dengan tujuan yang hendak dicapai khususnya dalam mengakses kebutuhan akan informasi. Untuk mencapai atau memperoleh informasi yang dibutuhkan, manusia dapat melakukannya dengan berbagai cara salah satunya adalah dengan berkomunikasi melalui hubungan interaksi yang dilakukan dengan dua orang atau lebih dimana masing-masing peserta komunikasi dapat memberikan respon atau tanggapan secara langsung maupun tidak langsung baik verbal maupun non verbal. Dalam ilmu komunikasi ini lebih dikenal sebagai komunikasi interpersonal (Liliweri, 1991, p.75). Selain itu komunikasi dapat juga dilakukan melalui media baik cetak maupun media elektronika atau lebih dikenal dengan komunikasi massa, seperti halnya Surat Kabar, Majalah, Radio, Televisi, dan Film.

Menjamurnya beberapa stasiun televisi, membuktikan bahwa masyarakat kita membutuhkan media yang bisa memberikan informasi sekaligus hiburan yang beragam yang sudah berusaha ditampilkan oleh media televisi. Bersamaan dengan perkembangan masyarakat saat ini khususnya dalam menyeleksi segala macam informasi, banyak media audio visual memilih untuk memberikan sebuah tayangan yang bersifat menghibur daripada mendidik. Hiburan mencoba dijadikan satu kekuatan untuk menarik perhatian khalayak sehingga tidak aneh jika keberadaan hiburan dieksploitasi sedemikian rupa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian dan daya tarik dari khalayak media yaitu masyarakat atau pemirsa itu sendiri. Hiburan ringan yang tidak membutuhkan banyak konsentrasi dan ketegangan, saat ini adalah menjadi alternatif tayangan yang dianggap paling menguntungkan bagi media televisi. Hal tersebut selaras dengan salah satu fungsi media televisi sebagai media hiburan. Sebagai media hiburan, televisi

menyediakan hiburan untuk pengalihan perhatian dan sarana relaksasi serta meredakan ketegangan-ketegangan sosial. (Alatas, 1997, p.21).

Sebagai salah satu media penghibur, Trans TV berusaha menyajikan satu bentuk tontonan yang dikemas dalam sebuah program *variety show* menjadi hiburan yang unik dan menarik. Program *variety show* merupakan sebuah program acara di televisi yang memadukan antara berbagai jenis acara hiburan panggung televisi seperti lawak, lagu dan drama (Sasa, 1994, p.27). Apabila dilihat berdasarkan karakteristik tersebut maka acara *Extravaganza* yang ditayangkan setiap Senin pukul 21.00 sampai dengan pukul 22.00 dan Sabtu pukul 20.00 sampai dengan pukul 22.00 ini merupakan salah satu bentuk acara *variety show*, yang mampu menyedot perhatian bagi banyak khalayak mulai dari golongan anak-anak, remaja, dewasa maupun orang tua.

*Extravaganza*, sebuah acara *variety show* yang menampilkan berbagai cerita seru dalam bentuk sketsa komedi, yang diangkat dari kisah keseharian, film, bahkan legenda masa silam. Dimana dalam komedi *Extravaganza* itu sendiri mencoba untuk menampilkan tokoh-tokoh parodi yang diharapkan dapat menghidupkan suasana dalam *setting* tayangan ini, dengan episode dan tema cerita yang berbeda-beda. Dibintangi oleh para pemain serba bisa yang tidak hanya bisa berakting, tetapi juga bernyanyi, terdiri dari: Tora Sudiro, Ronal Surapradja, Indra Birowo, Tike Priatnakusumah, Mieke Amalia, Sogi Indra Dhuaja, Rony Dozer, Virnie Ismail dan Aming. Didukung pula oleh bintang tamu ternama idola, seperti: Didi Petet, Meriam Belina, Nadya Hutagalung, Marshanda, Jihan Fahira, Roger Danuarta, Dian Nitami dan lain-lain. Selain itu pemirsa Trans TV juga dimanjakan oleh penampilan penyanyi dan band-band papan atas, seperti: Peterpan, Christian Bautista, Keith Martin, Seriuess, Gigi, Audy, Slank, dan lain-lain ([www.transtv.co.id/index/kategori/Extravaganza.html](http://www.transtv.co.id/index/kategori/Extravaganza.html)). Inilah yang memberikan daya tarik tersendiri pada acara *Extravaganza* sehingga tak heran kalau tayangan ini mampu menarik perhatian para penonton.

Daya tarik utama yang membuat acara ini menarik perhatian penonton, dimana hal tersebut salah satunya dibuktikan dengan pemindahan jam tayang yang semula ditayangkan pada jam 11 malam menjadi jam 8 malam pada hari Sabtu, dan juga yang mulanya hanya seminggu sekali menjadi seminggu dua kali

adalah keunikan dari para aktor dan artisnya yang mampu memainkan kisah-kisah parodi dengan penghayatan dan mimik muka yang unik. Disamping itu berdasarkan forum diskusi di [www.transtv.co.id](http://www.transtv.co.id) menunjukkan bahwa karakter utama aktor Aming yang menjadikan para penonton betah menonton sampai habis acara tersebut. Respon penonton yang bagus atas acara Extravaganza tersebut juga disampaikan oleh produser dari acara tersebut Firman Ardiansyah ([www.transtv.co.id/forum.html](http://www.transtv.co.id/forum.html)), yang menyatakan bahwa pada bulan Mei sampai dengan Juli 2005 acara Extravaganza masuk kedalam lima besar rating tertinggi berdasar survey dari AC Nielsen dengan point sebesar 15.3 pada tanggal 1 Oktober 2005 ([www.suarakaryaonline.com/content/rating.html](http://www.suarakaryaonline.com/content/rating.html)) dan merupakan satu-satunya acara *variety show* yang masuk ke dalam lima besar rating televisi sampai dengan saat ini (Maret 2006). Lebih lanjut Firman menyatakan bahwa dengan adanya kondisi tersebut menjadikan tantangan bagi Extravaganza untuk terus menjadi tayangan yang selalu dinanti para khalayak.

Dari hal tersebut diatas, dapat diketahui betapa besarnya minat masyarakat akan tayangan Extravaganza, semua hal diatas menunjukkan kesetiaan pemirsa terhadap acara ini walau. Dengan alasan inilah peneliti ingin mengetahui apakah yang menjadi motif khalayak menonton acara Extravaganza di Trans TV.

Berkaitan dengan perilaku menonton acara Extravaganza, tindakan seseorang dalam menggunakan isi sebuah media massa, seperti halnya menonton acara Extravaganza ini tentulah didasarkan pada kebutuhan yang mendorongnya hingga sampai pada penggunaan sebuah isi media massa. Menurut Blumler penggunaan sebuah isi media menimbulkan harapan tertentu dari pengguna media massa atau sumber-sumber lain, yang berakibat pada pola terpaaan media yang berlainan (atau keterlibatan-keterlibatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain yang mungkin tidak diinginkan (Rahmat, 2002, p.205).

Berdasar asumsi bahwa penggunaan isi sebuah media massa mendorong terciptanya pemenuhan kebutuhan (gratifikasi media atau kepuasan) atau akibat yang tidak diinginkan (ketidakpuasan), maka penggunaan isi sebuah media massa seperti menonton acara Extravaganza diprediksi akan menimbulkan dampak tertentu dalam diri khayalak berupa gratifikasi media atau tingkat kepuasan yang

diperoleh sebagai akibat menonton acara Extravaganza tersebut. Dalam konteks ini pembuktian secara empiris diperlukan mengingat pola penggunaan yang berbeda pada khayalak yang berbeda akan menimbulkan dampak gratifikasi media yang berbeda pula. Dalam rangka melakukan pengamatan secara empiris tersebut, akan dipergunakan mahasiswa sebagai subyek penelitiannya karena mahasiswa merupakan khalayak yang sangat aktif dalam menggunakan media massa baik cetak, maupun elektronik (Rahmat, 2001, p.97), yang mana hal ini akan sangat membantu dalam mengidentifikasi alasan-alasan atau motif-motif mereka dalam menonton acara Extravaganza. Untuk memenuhi kriteria siapa saja yang bisa menjadi responden selain mereka harus terdaftar sebagai mahasiswa/i di Surabaya, mereka juga harus pernah menonton acara Extravaganza minimal dalam seminggu terakhir, hal ini dimaksudkan untuk menyaring responden, yang mana hanya penonton aktif dari acara Extravaganza yang mana tayang tiga kali dalam seminggu, selain itu ingatan mereka masih segar akan acara Extravaganza yang baru ditontonnya. Lebih lanjut syarat-syarat ini dibuat untuk mendapatkan responden penonton Extravaganza aktif. Aktif ini maksudnya adalah penonton yang sering menonton acara tersebut. Dari tingkat perhatian dan frekuensi menonton inilah terlihat adanya kebutuhan bagi individu tersebut.

Dalam mengidentifikasi motif-motif yang mendorong *audience* menonton acara Extravaganza peneliti melakukan pada pembatasan kurun waktu yaitu selama bulan Maret – Juni 2006, selama masa Extravaganza masih ditayangkan dan eksekusi dari penyebaran kuesioner penelitian ini. Pembatasan ini diperlukan untuk memberikan perspektif yang sama atas hasil penelitian ini dan mengurangi bias penafsiran yang diakibatkan oleh perbedaan kurun waktu.

Perlunya melakukan pembuktian secara empiris juga diperlukan bagi produser acara Extravaganza tersebut, dimana dalam pengujian ini akan didapatkan beberapa hasil khususnya yang berkaitan dengan tingkat perhatian penonton pada acara tersebut dan seberapa sering acara Extravaganza ditonton oleh khalayaknya serta bagaimana acara tersebut mampu memenuhi kebutuhan khalayak (memuaskan ataukah tidak), akan memberikan dasar bagi produser acara untuk melakukan evaluasi atas keberhasilan acara Extravaganza.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Dari uraian diatas, permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

“Motif-motif apa sajakah yang mendorong khalayak untuk menonton acara Extravaganza yang ditayangkan di Trans TV ?”

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah yang bertujuan untuk mengetahui motif-motif yang mendorong khalayak untuk menonton acara Extravaganza yang ditayangkan di Trans TV.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini untuk mengetahui penerapan pendekatan *uses and gratification*, dimana dalam penelitian ini peneliti berusaha untuk mengidentifikasi motif-motif yang menjadi pendorong khalayak untuk menonton suatu tayangan televisi.

Dari penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan studi komunikasi serta mampu memperkaya varian, alternatif rujukan serta sebagai kasanah referensi dalam penelitian-penelitian tentang khalayak di masa mendatang terhadap industri komunikasi dan informasi.

### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi pengelola Trans TV mengenai jenis-jenis kebutuhan yang dicarikan pemuasannya melalui menonton acara Extravaganza.

## **1.5. Batasan Penelitian**

Penelitian ini dibatasi pada:

1. Motif-motif yang mendorong khalayak untuk menonton acara Extravaganza di Trans TV.

2. Batasan responden pada penelitian ini adalah mahasiswa/mahasiswi yang masih terdaftar pada universitas di Surabaya, pernah menonton acara Extravaganza dalam jangka waktu seminggu.
3. Tayangan acara Extravaganza yang ditayangkan oleh Trans TV pada periode Maret sampai Juni 2006. Pembatasan ini diperlukan untuk memberikan perspektif yang sama atas hasil penelitian ini dan mengurangi bias penafsiran yang diakibatkan oleh perbedaan kurun waktu.

### **1.6. Sistematika Penulisan**

Pada setiap karya tulis ilmiah dibutuhkan sistematika penulisan yang baku dimana dalam pembuatan skripsi ini disusun sebagai berikut:

**BAB 1 : PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, sistematika penulisan

**BAB 2 : LANDASAN TEORI**

Berisi tentang konsep komunikasi massa, daya tarik televisi, pendekatan uses and gratification, teori motif kebutuhan terhadap media massa, hipotesis penelitian, nisbah antar konsep, dan kerangka pemikiran.

**BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN**

Berisi tentang definisi konseptual, definisi operasional, populasi penelitian, metode pengumpulan data, sumber data, teknik pengumpulan data, jenis penelitian, dan teknik analisis data

**BAB 4: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Berisi tentang olahan analisis dari kuesioner pada sumber / informan yang digunakan untuk mengetahui motif-motif yang mendorong khalayak untuk menonton acara Extravaganza

**BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian beserta saran-saran dari peneliti.