

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Televisi selain sebagai sarana hiburan, televisi dapat menjadi sarana pendidikan dan informasi. "Kotak ajaib" yang biasa disebut dengan televisi ini dapat menciptakan suasana tertentu, yaitu para pemirsanya dapat menyaksikan suguhan yang menarik, menyegarkan sambil duduk santai tanpa keluar rumah dan penyampaian isi pesan seolah-olah disampaikan secara langsung oleh komunikator kepada komunikan. Dulu, hanya ada lima stasiun televisi swasta (RCTI, SCTV, INDOSIAR, ANTV, TPI) ditambah TVRI, sekarang sudah lebih dari sepuluh stasiun televisi (GLOBAL TV, LATIVI, TRANS TV, METRO TV, JTV). Ini menunjukkan bahwa perkembangan dunia pertelevisian di Indonesia semakin berkembang pesat. Dengan banyaknya stasiun televisi yang ada membuat persaingan semakin ketat diantara stasiun televisi lainnya yang mana antar stasiun televisi saling bersaing untuk mendapatkan jumlah penonton atau rating acara yang tinggi. Untuk menghadapi persaingan ini, stasiun televisi yang ada berusaha untuk memberikan kualitas terbaik bagi pemirsanya. Mereka saling bersaing untuk mendapatkan simpati dari publik melalui program-program acara yang akan ditayangkan. Pihak pengelola stasiun televisi haruslah peka terhadap keinginan dan kebutuhan dari pemirsa dan mereka dituntut untuk jadi lebih kreatif dari hari ke hari. Bila tidak, maka mereka tidak akan mampu bersaing dengan stasiun televisi lainnya. Wahyudi (1994 : 17) menjelaskan

pengelola siaran harus selalu berorientasi pada pasar, yaitu pendengar dan pemirsa. Pengelola siaran harus mengetahui selera pasar dengan secara periodik mengadakan penelitian selera khalayak atau *audience profile research*, dan menyesuaikan materi siaran sesuai selera khalayak. Memenuhi selera khalayak adalah salah satu tugas pengelola media televisi agar televisi tersebut dapat bertahan dan membiayai program acara yang ada serta operasionalnya dengan cara menarik perhatian perusahaan untuk mengiklankan produknya pada stasiun televisi tersebut.

Salah satu cara untuk menarik perhatian khalayak yaitu dengan mengemas program acara yang ada menjadi program acara yang digemari khalayak. Oleh karena itu, setiap stasiun televisi mempunyai format acara televisi yang mana ini dapat menjadi sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreatifitas dan desain produk yang akan terbagi dalam beberapa kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut (Naratama, 2004:63).

Global TV merupakan salah satu stasiun televisi swasta Indonesia yang berdiri pada tahun 2001 dan mulai mengudara pada tahun 2003. Pada awalnya, Global TV ini merupakan saluran bagi distribusi acara-acara MTV Indonesia, maka dengan sendirinya acara yang disiarkan seratus persen (100%) merupakan acara-acara dari MTV (www.Suarapembaharuan.com) dengan format acara yang dibagi menjadi 2 yaitu: musik (format acara yang menyajikan suguhan-suguhan video klip musik dari berbagai jenis aliran musik yang ada, dari dalam dan luar negeri dan dikemas secara

menarik dan unik) dan *lifestyle* (format acara yang mengulas tentang suatu keadaan yang dijadikan gaya hidup atau *lifestyle* dari berbagai kalangan misalnya kalangan selebritis atau kalangan dari anak muda)

Seiring dengan perkembangan stasiun televisi swasta yang menunjukkan perkembangan kinerja yang bagus dan keinginan untuk menaikkan rating dan jumlah penonton maka Global TV pun mempertimbangkan untuk melakukan perubahan format acara yaitu memiliki acara sendiri disamping tambahan acara dari MTV yang mana acara-acara ini disesuaikan dengan target *audience* yang hendak dibidik. Target *audience* televisi ini adalah pemirsa muda usia 15-34 tahun, 5-14 tahun (tambahan), dan pemirsa berjiwa muda (www.kompas.com)

Global TV yang semula hanya merupakan saluran distribusi MTV Indonesia, kini mempunyai acara *mixed*. Dan sejak tanggal 15 Januari 2005 Global TV mulai membagi waktu tayang dengan MTV, menambah warna baru dalam gaya hidup *entertainment* dengan kombinasi program-program luar negeri dan lokal. Format acara yang ditayangkan Global TV dapat dibagi menjadi 3 antara lain drama (sebuah format acara televisi yang diproduksi dan diciptakan melalui proses imajinasi kreatif dari kisah-kisah drama atau fiksi yang direkayasa dan dikreasi ulang), nondrama (format acara televisi yang diproduksi dan dicipta melalui proses pengolahan imajinasi kreatif dari realitas kehidupan sehari-hari tanpa harus menginterpretasi ulang dan tanpa harus menjadi dunia khayalan) dan *news* (format acara televisi yang

diproduksi berdasarkan informasi dan fakta atas kejadian dan peristiwa yang berlangsung pada kehidupan masyarakat sehari-hari) dengan pengaturan 8 jam acara MTV, 8 jam program acara Global TV sendiri dan 8 jam acara film kartun Nickledeon (yang mana mulai 1 Februari 2006 Nickledeon yang selama ini tayang di Lativi pindah *channel* ke Global TV) (www.Globaltv.com)

Dengan adanya perubahan-perubahan yang terjadi pada format acara dari Global TV yang semula format acaranya musik dan *lifestyle* menjadi drama, nondrama dan *news*, maka besar kemungkinan akan menimbulkan pula perubahan sikap dari para pemirsanya. Sebagai contoh, *audience* mungkin memiliki sikap yang lebih mendukung terhadap acara Global TV yang terdiri 100% MTV dan sikap yang tidak mendukung acara *mixed* Global TV atau sebaliknya.

Sikap terhadap produk tentu saja hanyalah salah satu dari banyak jenis sikap yang berbeda yang harus menjadi perhatian pasar. Sikap yang dipegang oleh seorang *audience* terhadap sebuah media massa seperti halnya televisi (misalnya, sikap terhadap format acaranya, terhadap pilihan jam tayang, terhadap segmen yang dipilihnya) memainkan peranan penting dalam menentukan apakah para *audience* tersebut tetap menggunakan media massa yang bersangkutan (Assael, 1994 : 204).

Dengan adanya latar belakang masalah yang menurut peneliti menarik untuk diteliti maka peneliti merasa ingin meneliti lebih jauh mengenai sikap dari pemirsa Surabaya terhadap format acara pada saat masih Global TV “100% MTV” dan pada saat Global TV “*mixed*”.

1.2. Rumusan Masalah

Mendasarkan pada latar belakang masalah yang diajukan didepan, maka dapat disampaikan permasalahan penelitian sebagai berikut :

Bagaimana sikap pemirsa terhadap format acara Global TV "100% MTV" dan Global TV "*mixed*" ?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

Mengetahui sikap pemirsa terhadap format acara Global TV "100% MTV" dan Global TV "*mixed*".

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat membantu untuk mengetahui lebih detail dan mendalam, tentang sikap dan persepsi mereka terhadap Global TV.

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini terbagi dalam dua bagian yaitu :

1. Manfaat akademis

Dapat menambah kajian ilmu komunikasi yang berkenaan dengan studi khalayak terhadap suatu isi media. Dengan penelitian dan penulisan ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dan untuk menambah perbendaharaan kepustakaan bagi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, serta sebagai masukan bagi rekan-rekan mahasiswa yang mengadakan penelitian terhadap masalah yang sama di masa yang akan datang.

2. Manfaat praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi pengelola Global TV mengenai realitas penerimaan khalayak pemirsanya, sehingga dapat dijadikan rujukan untuk melakukan pengembangan program acaranya di masa yang akan datang.

1.5 Batasan Penelitian

Responden pada penelitian ini adalah masyarakat yang berusia 15-34 tahun, dimana usia ini (15-34 tahun) merupakan bagian dari target *audience* Global TV. Selain berusia 15-34 tahun, masyarakat tersebut pernah menonton Global TV (100% MTV dan Global TV *mixed*) dan berdomisili di Surabaya, terbagi menjadi: Surabaya Pusat, Surabaya Timur, Surabaya Barat, Surabaya Utara, Surabaya Selatan.

1.6. Sistematika penulisan

Sistematika penulisan dalam pembuatan skripsi ini disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan penelitian masalah, batasan penelitian, sistematika penelitian.

BAB II: LANDASAN TEORI

Berisi tentang konsep sikap, konsep format acara televisi, konsep khalayak aktif, nisbah antar konsep, kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi tentang definisi konseptual, definisi operational, jenis penelitian, sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisa data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang Global TV dan perkembangannya dan acara-acara yang dimilikinya. Serta berisi tentang hasil data-data temuan peneliti berupa deskripsi sikap responden terhadap format acara Global TV hasil dari kuesioner dan pengujian hipotesis.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

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