

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pada zaman modern seperti sekarang ini, tidak diragukan lagi bahwa informasi komunikasi sangat dibutuhkan untuk berbagai kepentingan yang sifatnya sangat mendasar, oleh karena itu peranannya sangat luar biasa. ”Komunikasi merupakan peristiwa sosial dan terjadi ketika manusia berinteraksi terhadap manusia lainnya. Komunikasi merupakan realita pokok kehidupan manusia. Menurut Lasweel, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.”²

Pentingnya peranan media dalam proses komunikasi, disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai komunikan. Surat kabar, radio, atau televisi misalnya, merupakan media yang efisien dalam mencapai komunikan dalam jumlah yang amat banyak. Dari sekian banyaknya media massa itu hanya televisi yang paling banyak dikecam karena media ini memiliki daya tarik yang paling kuat. Lebih kuat dari surat kabar, majalah maupun radio karena pesawat televisi

² Effendy, Onong Uchjana. *Dinamika Komunikasi*, Bandung Remaja Rosdakarya 2002. hal. 10

menyajikan acara aneka ragam yang dapat dilihat, didengar, cepat dan hidup bagaikan melihat sendiri peristiwa yang disiarkannya itu.

Televisi merupakan perkembangan medium setelah radio yang ditemukan dengan karakternya yang spesifik yaitu *audio visual*. Perkembangan teknologi pertelevisian saat ini sudah sedemikian pesat sehingga dampak siarannya menyebabkan seolah – olah tidak ada lagi batas antara satu negara dengan negara lainnya. Media televisi di Indonesia bukan lagi dilihat sebagai barang mewah, seperti ketika pertama kali ada. ”Televisi saat ini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak orang yang menghabiskan waktunya lebih lama di depan pesawat televisi dibandingkan dengan waktu yang digunakan untuk ngobrol dengan keluarga atau pasangan mereka.”³. Hal ini berarti televisi sampai saat ini terbilang kuat dibandingkan dengan radio dan surat kabar. Hal ini terjadi karena kekuatan *audio visual* televisi yang menyentuh segi – segi kejiwaan pemirsa. ”Menurut Prof. Dr. R. Mar’at dari UNPAD, acara televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi, dan perasaan para penonton”⁴.

Televisi juga merupakan sebagai salah satu sumber hiburan. Sekarang ini, stasiun televisi di Indonesia cenderung memiliki format yang sama. Kecenderungan stasiun televisi melakukan perlombaan menguasai khalayak tersebut, pada puncaknya justru menghasilkan keseragaman. Mulai dari sinetron,

³ Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, (Tangerang; Ramdina Prakarsa), hal. 1

⁴ Effendy, Onong Uchjana. *Dinamika Komunikasi*, (Bandung Remaja Rosdakarya 2002), hal. 41

kuis, berita-berita bahkan program reality show yang saat ini lagi bumibumingnya. Dan, *Reality Show* adalah suatu acara yang diselenggarakan di Televisi dan temanya bermacam – macam, bahkan ada yang berupa pertukaran nasib hingga menimbulkan sesuatu hikmah yang dapat diambil dari acara tersebut. Adapun yang membedakannya dari acara – acara televisi lainnya adalah tidak adanya naskah atau jalan cerita yang disiapkan sebelumnya dan orang – orang yang terlibat di dalamnya pun bukankah aktor atau aktris. Di Indonesia, acara ini sebenarnya sudah cukup lama diselenggarakan. Namun istilah *reality show* baru saja dikenal di negeri ini pada tahun 2000-an sampai saat ini⁵.

Adapun program acara televisi yang unik di salah satu stasiun televisi di Indonesia yaitu SCTV, di stasiun inilah yang menayangkan acara yang berjudul *Tukar Nasib*, suatu acara yang benar-benar tidak mungkin bisa menjadi mungkin, datang dari si-Kaya dan si-Miskin bagai dua kutub yang saling bertolak belakang. Jurang pemisah itu semakin terlihat ketika si kaya hidup mapan dengan segala fasilitas yang tersedia, sementara si miskin harus bekerja keras demi sesuap nasi. Bagaimana mencicipi kemewahan dan berleha-leha seperti layaknya keluarga berada? Bagaimana pula rasanya hidup dalam keterbatasan ekonomi? SCTV mempersembahkan sebuah *reality show* bertajuk “Tukar Nasib”. Tayangan ini akan memperlihatkan dua keluarga dari latar belakang berbeda, kaya dan miskin, yang tidak hanya akan bertukar tempat tinggal, tapi juga bertukar profesi, kebiasaan sehari-hari, bahkan pakaian yang biasa dikenakan. Masing-masing

⁵ [http://id.wikipedia.org/wiki/Reality Show](http://id.wikipedia.org/wiki/Reality_Show)

keluarga akan tinggal selama tiga hari dan menjalani hidup sebagaimana layaknya keluarga yang ditinggali. bisa saja *reality show* terbaru ini, yang akan membuka mata hati pemirsa untuk belajar arti hidup, dan mensyukuri nikmat Tuhan yang diberikan kepada makhluk ciptaan-Nya.

Alkisah dua keluarga dengan latar belakang ekonomi yang kontras, diberi kesempatan menukar status mereka. Mulai dari rumah dengan segala isinya, mobil, bahkan pekerjaan ikut ditukar. Semisal seorang tukang kebun bertukar status dengan seorang direktur perusahaan. Maka semenjak hari itu si tukang kebun dan keluarganya akan menempati rumah sang direktur. Terlihat di Televisi bagaimana polos dan bingungnya mereka ketika dihadapkan dengan rumah megah, kasur empuk, bahkan mungkin kolam renang. Ada sebuah adegan (yang menurut saya dibuat-buat), si miskin bingung mendengar bunyi telepon, dan ketika mengangkat gagang telepon pun terbalik. Atau adegan si ibu dan anaknya yang clingak clinguk dengan suasana mewah yang tidak biasa mereka hadapi.

Di sisi lain, sang Direktur dan keluarganya akan menempati gubuk reyot milik si tukang kebun. Berlantakan tanah, kasur bambu, nyamuk sliwer sana sini, dan ada kandang kambing di samping kamar. Si anak menangis karena tidak betah. Sehari-hari mereka berkebun, memelihara kambing, menyabit rumput dan aneka pekerjaan lain yang lumrah dilakukan di pedesaan. Selama beberapa waktu mereka akan tinggal disana, sampai waktu yang ditentukan tiba dan mereka kembali akan "memiliki" rumah mewah mereka. Sedangkan si miskin akan

"berhenti" dari kemewahan yang mereka nikmati beberapa saat dan kembali dengan segala kesusahan hidup yang telah menanti.

Menurut penulis program acara tersebut tidak mendidik. Program ini menjual kemiskinan, lalu apa untungnya bagi penonton dengan melihat seorang miskin menikmati "kemewahan sesaat". Penulis malah tidak tega menonton acara tersebut. Sama seperti acara lain yang mirip program tersebut, di mana seorang yang miskin diberi sejumlah uang yang banyak, kemudian dalam waktu singkat ia harus membelanjakan uangnya secepat mungkin. Kalau uang tidak habis berarti hangus. Maka ia berlari-lari dari toko ke toko membeli barang yang ia impikan. Setelah usai bertukar nasib, bisa jadi keluarga si miskin (anak, istri) lupa bersyukur atas yang telah Allah berikan pada ayah atau suaminya. "Seandainya ayahku direktur, seandainya suamiku memiliki harta banyak," dan pengandaian lain yang hanya memperpanjang angan-angan. Boleh jadi maksud pemilik program ingin membuat si miskin menikmati yang namanya "menjadi kaya" walau sesaat. Namun mudharatnya bagi si miskin dan keluarganya lebih besar lagi.

Mungkin yang cukup jadi penyeimbang adalah hikmah yang dapat dipetik keluarga si kaya, bahwasanya mereka harus mensyukuri nikmat berlebih yang telah diberikan pada mereka. Reality show ini, yang akan membuka mata hati pemirsa untuk belajar arti hidup, dan mensyukuri nikmat Tuhan yang diberikan kepada makhluk ciptaan-Nya. Berbagai persepsi dalam melihat program tayangan ini berlaku dalam masyarakat. Dari fenomena tersebut peneliti tertarik

untuk meneliti persepsi masyarakat Simorejo Timur RT 05 RW 14 Kecamatan Sukomanunggal Kelurahan Simomulyo tentang program acara Tukar Nasib di SCTV.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian yang ada di latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana persepsi masyarakat Simorejo Timur RT 05 RW 14 Kelurahan Simomulyo Kecamatan Sukomanunggal dalam merespon program acara Tukar Nasib di SCTV?

C. TUJUAN PENELITIAN

Dari uraian rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui persepsi masyarakat yang merespon program acara Tukar Nasib di SCTV di Simorejo Timur RT 05 RW 14.

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat penelitian dalam acara Tukar Nasib di sctv ada dua secara praktis dan teoritis,

1. *Secara praktis*

- a. Memberi masukan kepada pihak terkait agar memperhatikan bentuk tayangan reality show tukar nasib di televisi.
- b. Memberikan gambaran kepada masyarakat mengenai perkembangan realityshow di televisi.

2. *Secara teoritis*

- a. Menambah wacana penelitian, khususnya dalam bidang penelitian komunikasi massa.

E. Definisi Konsep

A. *Persepsi*

Persepsi (perception) adalah proses – proses yang semestinya sudah ada, namun informasi yang datang dari organ – organ alat indra kiranya perlu terlebih dahulu diorganisasikan dan diinterpretasikan sebelum dapat dimengerti. Adapun proses – proses tersebut melalui perbuatan melihat, mendengar, membau, merasakan dan menyentuh.⁶

Persepsi bisa dikatakan pengalaman tentang suatu obyek, peristiwa, atau hubungan – hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi bisa didefinisikan memberikan makna pada stimuli indrawi.⁷

⁶ Malcom Hardy, Steve Heyes. Edisi ke 2. *Pengantar Psikologi*, (PT. Erlangga, Jakarta:1998), hal.83

⁷ Jalaludin Rahmat. *Psikologi Komunikasi*, (PT. Remaja Rosda Karya), 1998. Hal. 51

Persepsi yang berhubungan dalam penelitian ini yaitu bagaimana frame yang terbangun dalam benak masyarakat Simorejo Timur RT 05 RW 14 setelah melihat program acara *reality show* Tukar Nasib di televisi. Bagaimana masyarakat di simorejo timur RT 05 RW 14 mempersepsikan atau menafsirkan apakah pesan yang diterima melalui media televisi tentang program acara Tukar Nasib.

B. Pemirsa

“An audiences is best understood as a category rather than as a way of being. Just we are also members of range of social groups. In media studies, the category of audiens refers simply to the act of viewing, reading, or listen to the media text.”⁸

Audiens selalu baik diartikan sebagai kategori daripada pengertian sebenarnya. Dalam pembelajaran media, audiens dapat diartikan secara singkat sebagai perilaku menonton, membaca, atau mendengarkan teks media.

Audiens sebagai kumpulan penonton, pembaca, pendengar, pemirsa. Kumpulan inilah yang disebut audiens dalam bentuknya yang paling dikenali dan versi yang diterapkan dalam hampir seluruh penelitian media itu sendiri. Audiens yang pertama dan terbesar adalah populasi yang tersedia

⁸ Ardianto, Elvinaro, dan Lukiati Komala Erdinaya, 2004, Komunikasi Massa Suatu Pengantar, Simbosia, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004. hal. 17

untuk menerima “tawaran” komunikasi tertentu. Dengan demikian, semua yang memiliki pesawat televisi adalah audiens televisi dalam artian tertentu. Kedua, terdapat audiens yang benar-benar menerima hal-hal yang ditawarkan dalam kadar yang berbeda-beda (pemirsa televisi regular, pembeli surat kabar dan sebagainya). Ketiga, ada bagian audiens sebenarnya yang mencatat penerimaan isi dan akhirnya masih ada bagian lebih kecil yang mengedepankan hal-hal yang ditawarkan dan diterima.⁹

C. *Reality Show*

Reality show adalah suatu acara yang diselenggarakan di televisi dan temanya bisa macam – macam, ada yang berupa pencarian bakat, pertukaran nasib, bahkan hingga ada yang menjebak kekasih dan kawan. Yang membedakan dari acara – acara televisi lainnya adalah tidak adanya naskah atau jalan cerita yang disiapkan sebelumnya dan orang – orang yang terlibat didalamnya pun bukanlah aktor / aktris. Di Indonesia acara ini sebenarnya sudah cukup lama diselenggarakan. Namun istilah *reality show* baru saja dikenal di negeri ini pada tahun 2000-an.¹⁰

⁹ Denis McQuail, (London: Sage, 1987): *Mass Communication Theory: An Introduction* (2nd edn).

¹⁰ http://id.wikipedia.org/wiki/Reallity_Show_Indonesia

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini dibagi dalam lima bab, yang terdiri dari Pendahuluan, Kajian Teoritis, Metodologi Penelitian, Penyajian Data, Analisis Data, Penutup Atau Kesimpulan.

Selanjutnya akan peneliti uraikan sebagai berikut :

BAB I Merupakan Pendahuluan yang berisi tentang gambaran umum yang meliputi : latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep, dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Pustaka atau Perspektif Teoritis. Dalam bab ini akan membahas tentang pengertian persepsi, pemirsa dan program acara reality show. Teori yang relevan dengan fokus penelitian yang dikaji, juga penelitian terdahulu.

Bab III Penelitian dalam bab ini akan menjelaskan tentang Metode Penelitian yang digunakan yang meliputi:pendekatan dan jenis penelitian,lokasi penelitian,jenis dan sumber data, tahapan-tahapan penelitian, tehnik keabsahan data.

Bab IV Dalam bab ini akan menjelaskan gambaran umum mengenai tanggapan pemirsa di Simorejo Timur RT 05 RW 14 Kecamatan Sukomanunggal Kelurahan Simomulyo Surabaya terhadap program reality show Tukar Nasib di SCTV. Deskripsi hasil penelitian, dan teknik analisis data juga pebahasan mengenai keterkaitan antara hasil penelitian dengan teori.

Bab V Pada bab ini merupakan bab akhir yang berisi tentang penutup yang meliputi : kesimpulan dan saran.