

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Tingkat kesukaan atau afektif merupakan salah satu komponen proses komunikasi massa yaitu efek. Efek adalah hasil yang dicapai dari usaha penyampaian pernyataan umum pada sasaran yang dituju (Ardianto & Erdiyana, 2005 : 34). Tingkat kesukaan atau afektif merupakan perasaan yang menyangkut aspek emosional yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap objek. Rasa senang merupakan hal yang positif, sedangkan rasa tidak senang merupakan hal yang negatif (Wawan & Dewi, 2010 : 32).

Tingkat kesukaan atau komponen afektif menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap. Komponen afektif ini sama dengan perasaan yang dimiliki terhadap sesuatu. Ketika seseorang memiliki perasaan negatif terhadap suatu objek artinya seseorang itu tidak suka dengan objek tersebut. Sebaliknya, jika seseorang memiliki perasaan positif terhadap suatu objek artinya seseorang itu suka terhadap objek tersebut (Azwar, 1995 : 26). Tingkat kesukaan atau afektif merupakan perasaan suka dan tidak suka terhadap suatu objek. Tingkat kesukaan ini merupakan salah satu efek komunikasi massa. Jadi tingkat kesukaan ini akan muncul setelah seseorang mengalami proses komunikasi massa.

Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa harus menggunakan media massa. Dalam proses komunikasi massa memerlukan berbagai komponen atau unsur penunjang. Proses komunikasi massa menurut metode komunikasi

Lasswell , bahwa terdapat lima unsur yang disebut komponen dalam proses komunikasi, yaitu (Ardianto & Erdiyana, 2005 : 33) :

Who (siapa) → *Says what* (berkata apa) → *In which channel* (melalui saluran apa) → *To whom* (kepada siapa) → *With what effect* (dengan efek apa)

Who (siapa) merupakan komunikator atau orang yang menyampaikan pesan dalam proses komunikasi massa. Komunikator ini bisa perorangan atau mewakili suatu lembaga, organisasi, maupun instansi. Pada penelitian ini, yang bertindak sebagai komunikator adalah program acara Ngoro Bei. *Says what* (apa yang dikatakan) merupakan pernyataan umum, dapat berupa suatu ide, informasi, opini, pesan dan sikap. Yang menjadi pesan dalam penelitian ini adalah konten atau ide cerita yang ditayangkan dalam program acara Ngoro Bei. *In which channel* (melalui saluran apa) yaitu media komunikasi atau saluran yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan komunikasi. Televisi merupakan media komunikasi yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan komunikasi dalam penelitian ini. *To whom* (kepada siapa) yaitu komunikan atau audiens yang menjadi sasaran komunikasi. Kepada siapa pernyataan tersebut ditujukan. Pada penelitian ini, yang menjadi komunikan adalah penonton surabaya. *With what effect* (dengan efek apa) merupakan hasil yang dicapai dari usaha penyampaian pernyataan umum itu pada sasaran yang dituju. Dalam efek komunikasi massa terdapat tiga efek, yaitu efek kognitif (perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsi khalayak), efek afektif (timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak), dan efek behavioral/konatif (merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku) (Rakhmat, 2011 : 217). Pada penelitian ini, berhenti pada efek afektif yaitu tingkat kesukaan

Komunikasi massa harus menggunakan media massa. Media massa memberikan sebuah gambaran mengenai alat komunikasi yang bekerja dalam berbagai skala, mulai dari skala terbatas hingga skala yang luas yang melibatkan siapa saja di lingkungan masyarakat. Seperti yang dikatakan Denis McQuail (dalam Morissan, 2010 : 1), media massa memiliki sifat atau karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas, bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa. Peran media massa sangat besar. Sehingga membuat media massa menjadi pusat perhatian di kalangan masyarakat.

Media komunikasi yang termasuk media massa adalah media elektronik yaitu radio dan televisi, dan media cetak yaitu surat kabar dan majalah. Salah satu media massa elektronik adalah televisi. Televisi merupakan media massa yang menyuguhkan audio visual dalam setiap programnya. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiencenya . Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audience tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran apakah itu radio atau televisi. Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya sangat beragam. Pada dasarnya apa saja bisa dijadikan program untuk ditayangkan di televisi selama program itu menarik dan disukai audiens, dan selama tidak bertentangan dengan kesusilaan, hukum dan aturan yang berlaku (Morissan, 2008 : 2017).

Jawa Pos Media Televisi (JTV) merupakan televisi lokal pertama di Indonesia yang tayang perdana tanggal 8 November 2001. Stasiun televisi swasta yang berkantor pusat di Surabaya ini mempunyai banyak program acara, salah satunya adalah *variety show*. Program acara Ngoro Bei merupakan program acara jenis *variety show* yang isinya perpaduan antara komedi, jogetan dan musik, serta *moment today*. Ngoro Bei merupakan

jenis program acara *variety show* yang berisi alur cerita, hiburan musik yang juga mengetengahkan tema tiap episodenya. Tema yang diusung adalah tema sederhana sebagai pengantar utama dalam lagu-lagu campursari yang akan dimainkan. Suguhan hiburan ini diceritakan sebuah keluarga dengan peran utama Percil, Hengky, dan Purbo. Kehadiran bintang tamu, yang muncul di adegan drama dan juga menyanyi campursari, dapat turut membangun suasana. Tayangan komedi yang diberi warna dan dicampur dengan musik campur sari ini menampilkan ciri khas dinamika Jawa Timur dengan tiga bahasa lokal utama, yakni bahasa Suroboyoan, bahasa Jawa Timuran, dan bahasa Kulonan (Mataraman). Ide dasar tayangan ini adalah memunculkan kembali seni tradisional yang ada di Nusantara khususnya Jawa Timur yaitu dagelan. Tayangan ini unik karena mengangkat kembali seni tradisional Jawa Timur yang saat ini kurang diminati oleh kaum muda, namun pemainnya sendiri menggunakan anak muda. Hal ini terlihat jelas pada judulnya sendiri yaitu Ngoro Bei yang berarti anak muda bangsawan keraton. Penggunaan talent unik, yang menggunakan orang Jawa Timur asli. Tayangan ini tayang selama hari Jumat dan Sabtu pukul 18.00-19.00 WIB. (wawancara dengan Produser program acara Ngoro Bei, Arif, Selasa, 29 November 2016).



Gambar I.1. Logo Jawa Pos Media Televisi (JTV)



Gambar I.2 Program Acara Ngoro Bei di JTV

(kiri ke kanan : Amel, Percil, dan Hengky)

Banyak program acara *variety show* seperti Ngoro Bei di televisi lain. Namun yang membuat Ngoro Bei ini berbeda dengan *variety show* lain yang serupa adalah Ngoro Bei berusaha mengomunikasikan budaya Jawa Timur melalui penggunaan bahasa lokal Jawa Timur, banyak nilai kedaerahan yang terkandung mulai dari kostum yang selalu mengenakan pakaian adat Jawa Timur, latar tempat rumah khas Jawa Timur, dan mengedepankan lagu campur sari. Banyak program acara yang serupa dengan Ngoro Bei, salah satunya adalah Opera Van Java di Trans 7 (sudah tidak tayang) dan Srimulat (sudah tidak tayang) di Indosiar. Kedua acara tersebut juga bertema kebudayaan, namun tidak seterusnya menggunakan pakaian adat dan dalam komunikasinya menggunakan bahasa Indonesia.

Dalam penelitian ini memilih penonton Surabaya dengan target usia 25-50 tahun sebagai subyek yang diteliti karena penonton Surabaya yang menonton program acara Ndroo Bei justru berjumlah sedikit, namun yang menonton adalah orang-orang yang berasal dari daerah Jawa timur pinggiran (Blitar, Kediri, Malang, Madiun, Bojonegoro, Ngawi, Magetan, dan Ponorogo) yang jumlah penonton program acara Ndroo Bei lebih besar, namun tinggal di Surabaya. Dari situlah peneliti ingin mengetahui bagaimana tingkat kesukaan penonton Surabaya tersebut mengenai program acara Ndroo Bei. Sehingga akan membentuk perasaan suka atau tidak suka penonton Surabaya baik positif maupun negatif. Alasan itulah yang membuat peneliti memilih penonton Surabaya sebagai subyek dan tingkat kesukaan sebagai obyek.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka muncul pertanyaan. Sehingga, penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut : bagaimana tingkat kesukaan penonton Surabaya mengenai tayangan “Ndroo Bei” di Jawa Pos Media Televisi (JTV) ?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka secara umum maksud dan tujuan penelitian ini adalah : untuk mengetahui tingkat kesukaan penonton Surabaya mengenai tayangan “Ndroo Bei” di Jawa Pos Media Televisi (JTV).

I.4 Batasan Penelitian

1. Subyek : Penonton Surabaya usia antara 25-50 tahun.
2. Obyek : Tingkat Kesukaan

I.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan batasan penelitian di atas yang telah diuraikan oleh penulis, memberikan manfaat akademis : penelitian ini memperkaya kajian komunikasi media pada umumnya dan model komunikasi Lasswell pada khususnya.

Manfaat praktis :

1. Penelitian ini dapat memberikan masukan pada tayangan “Ngoro Bei” di Jawa Pos Media Televisi (JTV).
2. Mengetahui tingkat kesukaan penonton Surabaya mengenai tayangan “Ngoro Bei” di Jawa Pos Media Televisi (JTV).