

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Penelitian

Uses and Gratifications dalam buku Kriyantono (2009: 206) dijelaskan bahwa khayalak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang mencakup semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan dia berbuat sesuatu. Motif juga sebagai pendorong diri dalam individu, motif juga mencakup pengertian tentang tujuan yang akan dicapai. Ada juga beberapa kategori dalam motif, tetapi dalam penelitian ini digunakan kategori motif menurut McQuail (1987: 72) yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan.

Seperti saat ini dimana zaman sudah mulai berubah menjadi zaman globalisasi, media massa sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk mengetahui berita dan informasi terbaru. Media massa dapat memberikan gambaran mengenai alat komunikasi yang bekerja dalam berbagai skala, mulai dari skala terbatas hingga dapat mencapai dan melibatkan siapa saja dalam masyarakat dalam skala yang sangat luas (Morissan, 2013: 479), yang artinya media massa merupakan suatu alat komunikasi yang dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat dan tidak terbatas. Sedangkan menurut Morissan (2010: 1) dalam buku *Teori Komunikasi Massa* menjelaskan bahwa 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. Kekuatan media massa itu bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada penonton agar mengetahui berbagai informasi dan program televisi juga dapat memberikan hiburan bagi para penontonnya.

Media massa terbagi menjadi dua, yaitu media massa elektronik dan media massa cetak, salah satu media massa elektronik adalah televisi, adanya proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan (massa) melalui sebuah sarana yaitu televisi. Televisi sendiri memiliki kelebihan yaitu mampu mengemas program acara-acara yang menarik mempengaruhi pemirsanya tanpa batas ruang dan waktu. Namun, kehadirannya justru memunculkan kekhawatiran tentang dampak negatif yang akan menerpa khalayak. Kemampuan mendominasi hampir semua waktu luang setiap orang sehingga mampu menggeser waktu aktivitas seseorang serta menghabiskan waktunya menonton televisi.

Banyak stasiun televisi berkembang di Indonesia, termasuk stasiun televisi swasta lokal yang berkembang sangat pesat, salah satunya stasiun televisi Jawa Timur Televisi atau yang biasa disingkat JTV.

Gambar I.1
Logo Jawa Timur Televisi (JTV)



sumber: www.jtv.ac.id

Hal ini seperti yang dilansir dari website resmi jtv.ac.id (10 Agustus 2016) :

“Awal mula berdirinya JTV sendiri pada tahun 2001, JTV merupakan televisi lokal pertama di Indonesia. Tayang perdana pada tanggal 8 November 2001 dengan durasi tayang 10 jam sehari. Sampai tahun ini JTV mengudara selama 22 jam sehari dengan 95 persen produksi sendiri (in house). Ciri khas JTV adalah mengangkat dinamika Jawa Timur dengan tiga bahasa lokal utama, yakni bahasa Suroboyoan, bahasa Madura, dan bahasa Kulonan (Mataraman). Semisal saja tayangan Ndroro bei, Blakrakan,

Ngetoprak, Jatim Awan, Aneh-aneh'e Jagad, dan Menek Blimbing.”

Sama seperti yang diungkapkan oleh Produser Program Berita Pojok Kampung JTV Surabaya Arif Junaidi saat di wawancara:

“Hampir seluruh program di JTV ya menggunakan bahasa lokal, ya lokal Suroboyoan, bukan bahasa Jawa yang halus tapi bahasa Jawa Suroboyoan, salah satunya ya program berita POJOK KAMPUNG ini, yang termasuk memiliki rating tertinggi dari program lain yang ada di JTV. Ratingnya dari dulu stabil diatas terus, dari awal muncul POJOK KAMPUNG memang sudah bagus ratingnya”

Gambar I.2

Logo Program Berita Pojok Kampung



sumber: twitter JTV @JTV_rek

Program yang mulai muncul sejak Juni 2003 ini merupakan program berita yang dikemas secara berbeda, dimana program berita ini memakai bahasa khas Suroboyoan. Bahasa Suroboyoan yang dibawakan oleh pembaca berita dan narrator menjadi ciri khas program berita POJOK KAMPUNG. Bukan seperti berita biasanya, namun lebih seperti berita yang memunculkan bahasa ke khas-an daerahnya, yaitu bahasa Suroboyoan yang artinya, menjunjung tinggi nilai kebudayaan lokal. Program berita POJOK KAMPUNG yang terjadwal tayang setiap hari pada pukul 21.00 wib ini berdurasi selama satu jam ini menyajikan isi berita sekitar Jawa Timur, ada pun berita nasional namun tidak selalu ada disetiap harinya. Berita nasional yang dipilih pun yang masih ada kaitannya dengan daerah Jawa Timur.

Gambar I.3

Contoh Tayangan Berita pada Pojok Kampung



sumber: [google.co.id/search:pojokkampung](https://www.google.co.id/search:pojokkampung)

Program POJOK KAMPUNG merupakan satu-satunya program berita yang menggunakan bahasa Suroboyoan. Jadi, bisa dikatakan bahwa program POJOK KAMPUNG merupakan satu-satunya program berita yang

mengangkat budaya daerah. Alasan utama dari munculnya program ini, seperti hasil wawancara dengan Produser Program Berita POJOK KAMPUNG:

“Ingin memunculkan kembali salah satu budaya kedaerahan yang ada di nusantara yang sekarang keberadaannya sudah terkucilkan. Tapi kan karena POJOK KAMPUNG ini sebuah tayangan, ya maka dari itu harus seluruh elemen masyarakat bisa menikmatinya. Pemilihan bahasanya juga berbeda, dimana bahasa khas Suroboyoan.”

Artinya, ketika anak muda menonton mereka mengetahui bahwa itu adalah bahasa yang sedang populer, namun ketika orang tua menonton meskipun mungkin mereka tidak mengetahui itu bahasa terbaru tapi mereka dapat mengetahui bahwa itu bahasa khas Suroboyoan.

Gambar I.4

Contoh Pembawa Acara Pojok Kampung



sumber: [google.co.id/search:pojokkampung](https://www.google.co.id/search?q=pojok+kampung)

Data dari Produser program berita POJOK KAMPUNG sendiri, rating program POJOK KAMPUNG termasuk bagus, yaitu 0,9 yang artinya termasuk rating tertinggi di JTV.

Tabel I.1
Data Rating Pojok Kampung

Channel	Target	Market	Activity			
JTV	Total Individuals	Surabaya	Non Bedtime Viewing			
Counter	Description (grouped)	Level 2\ Variable	000s	(r) TVR	Share	Index
1	POJOK KAMPUNG BERITA BOSO SBY	News:Hard News	74,576	0.9	4.8	100
2	STASIUN DANGDUT	Entertainment:Music	31,636	0.4	3.2	100
3	BERITA KINI	Filler:News	24,458	0.3	2.0	100
4	POJOK PITU	News:Hard News	23,790	0.3	1.5	100
5	GRAN FONDO JAWA POS	Information:Documentary	23,063	0.3	1.5	100

sumber: Nanang, Wakil Pimpinan Redaksi Program Berita Pojok Kampung

Sebelum peneliti tertarik untuk meneliti motif penonton Surabaya dalam menonton program berita POJOK KAMPUNG, peneliti melakukan wawancara sederhana dengan beberapa orang yang menonton program berita POJOK KAMPUNG, peneliti menanyakan pertanyaan seperti:

“Nonton Pojok Kampung gak? Terus kenapa kok nonton Pojok Kampung?”

Berikut ini beberapa jawaban wawancara sederhana dari responden yang dipilih secara acara tetapi usianya sesuai dengan target audiens dari program berita **POJOK KAMPUNG** sendiri:

“Nonton mbak, kadang-kadang. Ya pengen tau berita sekitaran Jawa Timur ae” (Fauzi, 26 tahun).

“Nonton, soale bosoe iku lho sing suroboyoan aneh-aneh” (Isti Rahayu, 43 tahun).

“Iya nonton kalau lagi nganggur, pengen tau bahasae yang nyeleneh garai ngguyu” (Tati, 40 tahun).

“Iya biar tau berita yang lagi heboh di Surabaya itu apa, sama ingin tau bahasa Suroboyoan sing aneh-aneh biar bisa dibuat guyonan sama teman-temanku biasanya, ndist” (Ari, 23 tahun).

“Liat ndist, soalnya kan yang pertama ada siaran lokal dan informasi yang benar-benar tentang Surabaya dan sekitaran Jawa timur ya jtv doang, terus kalau pembawa acarae ngomong bahasa jowoan gitu kan kayak berasa teman dewe yang ngomong” (Surya Inggrida, 31 tahun).

Fenomena jawaban yang beragam, seperti mereka menonton karena bahasanya ataupun hanya sekedar ingin tahu berita sekitaran Jawa Timur saja, maka itulah yang mendasari peneliti tertarik untuk meneliti apa sebenarnya Motif Penonton Surabaya Dalam Menonton Program Pojok

Kampung Di Jawa Timur Televisi (JTV). Selain itu peneliti tertarik untuk meneliti motif penonton juga karena peneliti merasa di jaman yang *modern* seperti ini masih ada berita yang menggunakan bahasa khas Suroboyoan, lalu apa sebenarnya motif penonton melihat berita berbahasa daerah seperti POJOK KAMPUNG.

Peneliti melakukan penelitian pada masyarakat Surabaya usia 20 – 40 tahun sesuai dengan target audiens program POJOK KAMPUNG. Peneliti tidak menggunakan batasan jenis kelamin dan kelas ekonomi.

Penelitian sejenis yang dilakukan oleh Vanessa Felicia (2014) dari Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dengan judul “Motif Penonton Remaja Surabaya Dalam Menonton Program Acara CCTV Trans7”. Pada penelitian tersebut, Vanessa menggunakan penonton remaja sebagai respondennya, sedangkan penelitian ini menggunakan penonton Surabaya yang berkisar umur 20 – 40 tahun sesuai dengan target audiens untuk melihat motif penontonya.

Ada juga penelitian yang dilakukan oleh Zurrahmi Rilfani Massa (2015) dari Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dengan judul “Kepuasan Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Program Musik Breakout NET”, penelitian tersebut menggunakan teori *Uses and Gratifications* dengan mencari tahapan sampai GO (*Gratification Obtained*) masyarakat Surabaya, beda dengan penelitian ini yang meneliti hanya sampai GS (*Gratification Sought*) saja.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti ingin mengetahui:

“Apa Motif Penonton Surabaya Dalam Menonton Program Pojok Kampung Di Jawa Timur Televisi (JTV)?”

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Motif Penonton Surabaya Dalam Menonton Program Pojok Kampung Di Jawa Timur Televisi (JTV).

I.4 Batasan Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah penonton program pojok kampung di Surabaya yang berusia 20 – 40 tahun yang berada di kota Surabaya, karena usia 20 – 40 tahun sesuai dengan target audiens dari program pojok kampung. Surabaya terdiri dari lima wilayah yaitu Surabaya Pusat, Surabaya Utara, Surabaya Selatan, Surabaya Timur dan Surabaya Barat yang diambil secara *proportional*.

Objek dalam penelitian ini adalah motif penonton program pojok kampung di Jawa Timur Televisi (JTV). Kurun waktu penelitian dari Oktober hingga Desember 2016.

I.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

1. Bermanfaat bagi mahasiswa untuk memperkaya wawasan studi khalayak media dengan menggunakan *Uses and Gratifications* untuk tayangan berita di televisi.
2. Menambah refrensi di bidang motif penggunaan media massa televisi.
3. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan kepustakaan dan bisa digunakan sebagai refrensi pendukung, khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi, bagi rekan-rekan mahasiswa yang akan mengadakan penelitian yang berkaitan dengan Motif, program acara televisi dan *Uses and Gratifications*

b. Manfaat Praktis

1. Menambah wawasan masyarakat dan penulis mengenai Motif Masyarakat Surabaya Menonton Tayangan “Pojok Kampung” di JTV
2. Sebagai media untuk mengimplementasikan ilmu pengetahuan dan teori-teori yang telah diterima selama masa perkuliahan