

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori *uses and gratification* (kegunaan dan kepuasan). Tahun 1974 (dalam Nurudin, 2015:192) merupakan awal mula dirumuskannya teori pemenuhan kebutuhan dan kepuasan setelah di dapat (*uses and gratification*). Dikemukakan oleh Katz, Blummer, Gurevitch. Teori ini lebih banyak berbicara tentang kepuasan audiens di media massa, bersifat aktif dalam memilih media mana yang mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Ketiganya meyakini masyarakat memilah milah media. Fungsinya tidak saja memenuhi kebutuhan audiens tetapi juga memenuhi kebutuhan setelah melihat media tertentu.

Dalam pengembangan *uses and gratification* ada beberapa tujuan. Salah satunya penggunaan media merupakan cara memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat. Media sekarang lebih ditempatkan pada situasi pemenuhan tercapainya sebuah kebutuhan (Rakhmat, 2016: 117).

Tersedia atau tidaknya media yang diinginkan dan kemudian kemudahan dalam pemanfaatannya merupakan upaya untuk memuaskan kebutuhan kepada masyarakat. Melalui pemanfaatan media orang itu kita dapat memahami interaksi audiens dengan media (*uses*). Dan setelah mendapatkan apa yang audiens mau dan puas atau tidaknya bisa juga biasa disebut kepuasan yang di peroleh (*gratification*).

Ada beberapa gratifikasi yang bersifat umum dalam buku Nurudin sebagai pelampiasan untuk menghilangkan dari rasa khawatir, penghilang rasa kesepian, dukungan emosional, penambah informasi, dan interaksi sosial (Nurudin, 2015: 193).

Motif dan kepuasan merupakan ada hubungan erat dimana motif merupakan keinginan audiens dalam memuaskan kebutuhan dalam memilih suatu media sedangkan kepuasan timbul jika penonton merasa kebutuhan yang mereka cari sudah terpenuhi oleh suatu program tertentu sehingga mereka menghasilkan suatu kepuasan. (Fajrie:2016)

Pengembangan konsep mengenai uses and gratifications. konsep Gratification Sought (GS) dan Gratification Obtained (GO). GS sendiri merupakan kepuasan yang ingin didapatkan audiens pada sebuah media sedangkan GO sendiri merupakan kepuasan yang di peroleh setelah mereka konsumsi media tertentu setelah mereka dapatkan apakah mereka terpuaskan atau tidak (Kriyantono, 2014: 210).

Gratification Sought (GS) lebih pada kepuasan yang di cari oleh masyarakat. sebelum kita berbicara tentang kepuasan masyarakat kita harus terlebih dahulu mengetahui motif atau keinginan apa yang diinginkan masyarakat, program atau hiburan seperti apa yang audience harapkan. Tidak semua audience memiliki kebutuhan dan motif yang sama dalam memilih suatu program di dalamnya. Sehingga kita harus terlebih dahulu mengetahui motif mereka sebelum berbicara tentang kepuasan.

Program siaran dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari isi siaran radio ataupun televisi secara keseluruhan. Sehingga memberikan pengertian bahwa dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarakan, atau dapat dikatakan bahwa siaran keseluruhan satu stasiun penyiaran tersusun dari beberapa program siaran (Djamal & Fachruddin, 2017 : 148). Penelitian ini akan mengamati seluruh segmen yang terdapat pada salah satu program siaran di televisi.

Fenomena dalam penelitian ini adalah Talk show bukanlah hal yang baru lagi saat ini. Hampir setiap harinya stasiun televisi baik stasiun swasta maupun stasiun pemerintah selalu menayangkan talkshow yaitu sebuah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (host). Banyaknya program talkshow di beberapa stasiun televisi membuat stasiun televisi tersebut perlu memberikan konsep acara yang berbeda dari stasiun televisi lain, tetapi juga berusaha memberikan tayangan yang menarik dan bermanfaat bagi pemirsanya

Setiap program talkshow memiliki konsep yang berbeda – beda sehingga apa yang disajikan oleh penonton juga berbeda – beda. Setiap penonton memiliki perbedaan kebutuhan ada yang mencari informasi, hiburan, dan juga mengisi waktu luang. Dalam penelitian ini peneliti ingin membahas apa motif dari penonton melihat tayangan talkshow yang di sajikan oleh setiap stasiun Tv dan setelah penonton melihat program tersebut apakah mereka merasa apa yang mereka cari terpenuhi dalam program tersebut.

Sebagai contoh ada beberapa acara talkshow yang ditayangkan di Indonesia yaitu, acara Uya Kuya Trans Tv, Ini Talks Show di Net Tv, Brownis Trans Tv. Dari semua program program tersebut pernah di tegur KPI tetapi tetap berjalan hingga saat ini.

Program acara Rumah Uya di Trans7, memiliki tujuan utama untuk menjadi mediator sekaligus mencari solusi bagi pihak-pihak yang berseteru. Program ini dikemas dengan memberikan value yang positif lewat kehadiran pemuka agama (Ustadz/Ustadzah) dengan tutur kata yang tidak menggurui dan mudah dipahami. Pembahasan kasus dalam program ini dipenuhi kejutan-kejutan dari berbagai karakteristik klien, treatmenttreatment Pembahasan yang menarik dan rangkuman pembelajaran yang disampaikan oleh Ustadz/Ustadzah. Program ini hadir setiap hari pukul 17.00 WIB. (sumber : www.trans7.co.id/program/ diakses pada tanggal 14 November 2019).

Program acara Rumah Uya telah mendapatkan teguran dari KPI sebanyak enam kali namun program ini masih tetap tayang di channel Trans7. KPI memberikan peringatan tertulis salah satunya karena program ini tidak memperhatikan ketentuan tentang perlindungan anak-anak dan remaja serta penggolongan program siaran sebagaimana diatur dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS) KPI tahun 2012 (sumber : KPI.go.id)

Program acara selanjutnya adalah Ini Talkshow di Net TV. Program ini dikemas dengan suasana santai, membahas isu-isu hangat yang ada di masyarakat

dengan cara yang sederhana. Program ini juga memperlihatkan suasana rumah dan karakter-karakter yang ada di rumah tersebut, yakni peran Sule sebagai host, Andre Taulany sebagai ConsultantHost, didukung oleh Yurike sebagai mama Sule, Sas Widjanarko sebagai Om Sule, Maya Septha sebagai Asisten Rumah Tangga, dan Haji Bolot sebagai Pak RT. Program ini hadir setiap hari pukul 20.00 WIB (sumber : Net Tv)

Salah satunya merupakan program Brownis di TransTV yang menjadi kajian dalam penelitian ini. Brownis merupakan program talk show yang menghadirkan bintang tamu dari kalangan artis untuk berbincang-bincang bersama dengan para host yaitu Ruben Onsu, Ivan Gunawan, Ayu Ting Ting dan Wendy Cagur. Selain berbincang-bincang ada pula tantangan yakni merubah penampilan dan kejutan-kejutan yang diberikan baik untuk para host maupun para selebritis yang diundang hadir dalam program acara tersebut.



Gambar I.1. Brownis Trans TV

(sumber: youtube TransTvofficial)

Program Brownis TransTV tayang setiap hari pukul 13.00 WIB. Pada hari Senin sampai dengan Jumat program brownis menayangkan talkshow dengan para artis bintang tamu di studio, kemudian setiap hari Sabtu sampai dengan Minggu adalah program Brownis Jalan-jalan yang menayangkan keseruan pembawa acara dalam melakukan shooting di luar studio.

Dilansir dari kpi.go.id, KPI memberikan peringatan tertulis yang kedua pada program Brownis TransTV yang tayang pada tanggal 30 Mei 2018 pukul 13.41, yakni pada episode tersebut menayangkan adegan seorang wanita yang menari erotis di depan seorang laki-laki



Gambar I.2. Pelanggaran Brownis 30 Mei 2018

Sumber : Youtube Official Trans Tv.

KPI pusat menilai muatan tersebut tidak dapat ditayangkan karena tidak sesuai dengan norma yang berlaku dalam masyarakat. Jenis pelanggaran ini dikategorikan sebagai pelanggaran atas norma kesopanan dan kesusilaan serta

pelarangan program siaran menampilkan gerakan tubuh atau tarian erotis. Berdasarkan P3 dan SPS KPI, tayangan tersebut melanggar pasal 9 dan pasal 16 P3 dan Pasal 9 Ayat (1) dan Pasal 18 huruf I SPS KPI. Dalam surat teguran kedua itu dituliskan, KPI Pusat telah memberikan sanksi administratif teguran tertulis nomor 74/K/KPI/31.2/02/2018 tertanggal 21 Februari 2018 untuk program yang sama.

Dalam hal ini merupakan alasan penulis mengambil program tv Brownis di Trans tv. Karena program tersebut di rasa menarik untuk diteliti karena sering terkena kontroversi dan teguran dari KPI tetapi para responden masih menonton. Peneliti ingin mengetahui motif penonton untuk menonton program Brownis tersebut dan setelah menonton apakah penonton merasa terpuaskan.

Selain itu Brownis Trans Tv berbeda dengan program sejenis lainnya seperti Rumah Uya dan juga ini Talkshow. Perbedaannya adalah brownis di kemas dengan konsep pembawa acaranya terdiri dari empat orang yaitu Ivan Gunawan, Ruben Onsu, Ayu Ting – Ting dan Wendy Cagur. Setelah itu program ini tidak hanya di studio saja untuk menghibur setiap penontnnya tetapi ada juga segmen diluar studio yaitu segemen Brownis Jalan – Jalan dimana segemn tersebut tidak ada di Talkshow lainnya. Segemen tersebut memperlihatkan liburan para hostnya keseruan mereka jalan – jalan hingga aktivitas keseharian mereka.

Objek penelitian ini adalah Motif dan Kepuasan. Motif sendiri memiliki beberapa elemen – elemen alasan apa saja penonton memilih sebuah program tertentu seperti informasi, hiburan, mengisi waktu luang, dan juga kesenangan.

Dengan begitu peneliti ingin mengetahui motif dari penonton apa yang dia cari dalam sebuah program Brownis Trans Tv.

Diperkuat juga dengan beberapa hasil survey beberapa orang yang menonton program Brownis Trans Tv di Surabaya, seperti kata Mulyani yang saya temui untuk melakukan wawancara, alasan Mulyani menonton Brownis untuk mengisi waktu senggang dan juga acaranya lucu untuk hiburan, alasannya sebagai berikut:

“Kalo aku sih nonton brownis karena acaranya seru banget jadi lumayan bisa buat hiburan pas lagi nganggur”. (Mulyani, perempuan, 41 tahun, wawancara pada tanggal 26 januari 2020)

Jawaban lain juga di berikan kepada Triana Wong (49) Ibu rumah tangga.

“ Nonton Brownis soalnya seneng liat artis – artisnya juga pingin tau informasi – informasinya”. (Triana Wong, 49 tahun, wawancara pada tanggal 26 januari 2020)

Wawancara diatas merupakan Motif Mengapa Masyarakat Surabaya memilih untuk menonton Program Brownis Trans Tv. Setelah Motif selanjutnya Peneliti akan melakukan penelitian mengenai kepuasan. Apakah setelah melihat program tersebut penonton merasa terpuaskan atau tidak. Peneliti mencoba mengambil beberapa komentar dari berbeagai sosial media asli Brownis Trans Tv. Sebagai berikut:

“Ha..ha..ha..Brownis Lucu Banget..Wendy, Ruben n Igun .ha..ha..ha..tapi Ayu kemana, Nich? Aku sdh 5 hari gak nonton Brownis, aku biasa nonton Brownis by Youtube” dengan nama akun Chippy Talula di youtube

“Tontonan siang yang paling menghibur... yah brownis lah... “ ucap salah satu pemilik Instagram yang bernama @bunda_gg_38

“Terimakasih @brownis_tv sllu membuat saya tertawa setiap hari....” Ucapan salah satu akun Instagram bernama @yannieyuliandri

“Att sangat tdk professional... masak lagi live malah sibuk sndri omong dgn org lain.... Gnti ja dee hostwanita ny gk bngeet” ucap followers Instagram bernama @meranasekalimeranasekali

@cakar.khan: Dulu Yuk Kita Smile (YKS) ditegur KPI sampai acaranya stop, sekarang muncul brownies yang lebih parah.. capek deh Trans TV terus-terusan bikin program gimik.

Dari hasil wawancara di atas merupakan alasan peneliti untuk meneliti Motif dan Kepuasan penonton Brownis Trans Tv di Surabaya. Sehingga peneliti ingin mengetahui apa alasan penonton Surabaya melihat program Brownis Trans Tv, peneliti ingin mengetahui apa kebutuhan mereka. Penonton sendiri memiliki beberapa kebutuhan dan terdapat beberapa Indikator yaitu seperti untuk mencari hiburan, waktu luang, informasi dan juga kesenangan dalam hal tersebut semua terangkum dalam Program Brownis Trans Tv dimana terdapat hiburan, informasi terkini mengenai artis artis yang lagi viral, dan waktu untuk

mengisi waktu luang. Setelah itu peneliti ingin mengetahui apakah kebutuhan para penonton terpenuhi dalam program tersebut, jika program tersebut dapat memenuhi kebutuhan yang di cari penonton maka mereka merasa terpuaskan. Dengan alasan tersebutlah peneliti memilih Kepuasan penonton Brownis sebagai penelitian.

Penelitian ini memiliki subjek yaitu penonton Surabaya yang berusia range usia 40 - 54 tahun yang tergolong pada masa dewasa madya. Kota Surabaya dipilih karena merupakan kota terbesar kedua setelah Jakarta selain itu peneliti mengambil range usia ini karena berdasarkan data yang di dapat nielsen, penonton program Brownis Trans TV di kota Surabaya usia 40 - 54 tahun dan berada pada status ekonomi sosial kelas atas, berikut data dari Nielsen :

Tabel I.1. Tabel Nielsen

PROGRAM	TIPE PROGRAM	CHANNEL	TARGET	INDEKS
BROWNIS OBROWLAN MANIS	Entertainment : Talkshow	TRANS	Male	73
			Female	126
			5-9 years	54
			10-14 years	66
			15-19 years	79
			20-29	95

			years	
			30-39 years	89
			40-49 years	126
			50+ years	145
			Upper	124
			Middle	99
			Lower	60

Menurut badan pusat statistik kota Surabaya jumlah penduduk laki-laki dan perempuan di Surabaya yang berada pada usia tersebut sebanyak 745.354 jiwa. Jumlah penduduk inilah yang akan menjadi jumlah populasi yang diambil peneliti untuk menyebarkan kuisisioner Tingkat kepuasan Masyarakat Surabaya Menonton program Brownis di TransTV. Keterangan :

Profil penonton BROWNIS OBROLAN MANIS yang dominan :
Penonton Perempuan, usia 40 tahun keatas, serta penonton dari kelas atas.

Index : angka yang menggambarkan profil pemirsa, yang juga mengidentifikasi efektivitas suatu program pada target pemirsa tertentu.

Jika index <100 kurang efektif

>100 sangat efektif

=100 efektif

Klasifikasi Ekonomi Sosial (SEC) adalah pengelompokan kelas sosial menjadi upper, middle, dan lower berdasarkan pada empat variabel, yaitu pengeluaran bulanan, sumber air minum, daya listrik, dan bahan bakar.

1.2. Rumusan Masalah

Latar belakang yang di uraikan di atas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimanakah Kepuasan masyarakat Surabaya Menonton Program Brownis di Trans Tv.

1.3. Tujuan penelitian

Untuk mengetahui Kepuasan Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Program Brownis Di Trans TV.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat yakni sebagai berikut :

1.4.1. Batasan Masalah

1. Penelitian ini menggunakan objek kepuasan.
2. Subjek Penelitian adalah Penonton program brownis Trans TV. kuisioner merupakan metode yang di gunakan dalam penelitian ini. di bagikan dengan masyarakat yang berumur 15-59 tahun dan sudah pernah Menonton Program Brownis di Trans Tv.4. Pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian explanative adalah jenis pendekatan yang digunakan pada penelitian ini.

I.4.2. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap teori uses and gratifications serta menambah kajian dalam bidang ilmu komunikasi yang berkaitan dengan penelitian kepuasan terhadap program TV. Sehingga penelitian ini tidak hanya bisa mengetahui Kepuasan masyarakat Surabaya Menonton Program Brownis di Trans Tv. tapi juga untuk memberikan pemahaman dan referensi bagaimana teori uses and gratifications dapat diaplikasikan untuk memberikan kepuasan terhadap Masyarakat Surabaya.

I.4.3. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran jelas mengenai Kepuasan masyarakat Surabaya Menonton Program Brownis di Trans Tv.
2. Memberikan informasi mengenai kepuasan apa saja yang diinginkan dan didapat oleh masyarakat Surabaya Menonton Program Brownis di Trans Tv.