

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Di era yang serba *modern* ini, khalayak umum sangat mudah untuk mengakses segala informasi yang terkait untuk kebutuhan hidupnya. Penelitian kali ini membahas mengenai “Motif Penonton Surabaya dalam Menonton Program Acara Heits Abis di Trans 7”. Penelitian ini mendeskripsikan mengenai suatu program infotainment yang aktifitas-aktifitas terkini yang dilakukan oleh sejumlah selebritis tanah air. Peneliti menggunakan topic penelitian motif dikarenakan acara tersebut baru dimulai di tahun 2018 dan memperoleh jumlah penonton yang cukup banyak dari salah satu episode yang sempat *viral*. Dimana dalam episode tersebut mendapatkan teguran dari KPI karena telah melanggar salah satu UU dalam penyiaran serta mendapat protes keras dari pihak pecinta binatang. Penelitian ini berangkat dari teori *Uses and Gratification*.

Motif menurut Sobur (2003:232) adalah adanya dorongan, hasrat, dan keinginan yang timbul dari dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu. Teori *Uses and Gratification* menurut Herbert Blumer dan Elihu Katz dalam buku Nurudin (2014:192) mengatakan pengguna media dapat memainkan peran aktif dalam memilih serta menggunakan media tersebut. Dengan arti lain, pengguna media merupakan paling aktif dalam proses

komunikasi. Yang dimana pengguna media berusaha memilih mana media yang paling baik dalam memenuhi kebutuhannya.

Dalam teori *uses and gratification* ini terdapat 2 macam teori dari Palmgreen yang membahas dalam mengukur tingkat kepuasan setiap individu yaitu *Gratification sought* dan *Gratification Obtained*. Menurut Palmgreen dalam buku Kriyantono, *Gratification sought* merupakan tingkat kepuasan yang dicari oleh seseorang dalam menggunakan media. Sedangkan *gratification Obtained* merupakan tingkat kepuasan yang nyata yang didapat oleh seseorang setelah menggunakan jenis media tertentu. *Gratification Sought* dapat dibentuk melalui kepercayaan seseorang terhadap apa yang diberikan oleh media dan memberikan evaluasi dari seseorang terhadap isi media (Kriyantono, 2006:211). Namun, pada penelitian kali ini peneliti hanya menggunakan *Gratification Sought*, karena berkaitan dengan variable peneliti yakni Motif.

Media menurut Gagne merupakan berbagai jenis komponen dalam lingkungan siswa, yang dapat merangsangnya untuk belajar (Sadiman, 2007:3). Di Indonesia sendiri merupakan tempat dimana media berkembang dengan sangat pesat. Salah satu media yang berkembang pesat di Indonesia yaitu Televisi.

Pengertian televisi sendiri dalam buku Haronas Kutanto (2017:01) merupakan salah satu media massa yang menampilkan sajian gambar dan suara (*Audio-Visual*) program-program yang berisikan informasi dan

hiburan. Televisi umumnya baru ditemukan di tahun 1928 oleh pria Amerika Serikat yang bernama Vladimir Zworykin. Dimana pria tersebut menemukan sebuah tabung kamera yang dapat merekam gambar dan mengirim gambar tersebut sehingga disebut dengan televisi (Morrisan, 2008:6).

Dengan adanya perkembangan media massa seperti televisi dapat memberikan 2 efek. Menurut Steven H. Chaffe dalam buku Andi Alimuddin Unde (2014:36) melalui teori *uses and gratification*, beranggapan bahwa : *Pertama*, audiens dianggap aktif dalam memilih media yang sesuai dengan kebutuhannya. *Kedua*, media massa dapat menimbulkan perasaan tertentu, seperti perasaan positif dan perasaan negatif dari sebuah media itu. Aspek positif itu sendiri meliputi informasi, mendidik, menghibur, serta mengadakan kontrol sosial. Sedangkan aspek negatif dari media itu sendiri menganggap sebagai ancaman karakter, nilai, dan rasionalitas manusia. Sedangkan menurut Van den Haag dalam buku Andi Alimuddin Unde (2014:36) media massa dapat menimbulkan depersonalisasi dan dehumanisasi manusia.

Siaran pertama Televisi di Indonesia mulai tahun 1962 dimana hanya TVRI yang menjadi satu-satunya TV yang ada di Indonesia. Memasuki awal tahun 2000, mulai muncul berbagai macam *channel* TV Swasta seperti (Metro, Trans, Trans7, Lativi dan Global TV) serta beberapa stasiun tv daerah lainnya. Bahkan, ada beberapa stasiun Televisi tertua yang

sampai sekarang masih melakukan siaran selain TVRI, seperti RCTI, SCTV, ANTV, serta INDOSIAR (Morrisan, 2008:9-10).

Salah satu stasiun Televisi yang akan dibahas dalam penelitian kali ini yaitu Trans7. Trans7 semula bernama TV7 mulai mengudara pada tanggal 22 Maret 2000 yang diumumkan oleh dalam Tambahan Berita Negara Nomor 8687 Tahun 2001 tanggal 28 Desember 2001 sebagai PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh. Pada tanggal 4 Agustus 2006 Kelompok Kompas Gramedia membangun kerjasama strategis dengan CT Corp dan sejak itu TV7 berubah menjadi Trans7. (<http://www.trans7.co.id/about>), diakses tanggal 5 November 2019)

Di Trans7 sendiri memiliki banyak program acara yang menarik bahkan ada salah satu program yang sempat memperoleh teguran dari KPI terhadap program yang ditayangkan terhadap masyarakat luas. Dimana program acara ini bergenre *Infotainment*, yaitu Heits Abis. Heits Abis merupakan program infotainment yang membawakan sebuah seputar kehidupan-kehidupan selebritis tanah air. Program tersebut ditayangkan setiap hari Senin-Jumat pukul 17.15 – 17.45 di Trans7.

Dari segi konten, program acara Heits Abis ini juga pernah melakukan kontroversi atau pernah melanggar UU dalam sebuah penyiaran. Dimana itu ditunjukkan ketika Atta Halilintar meminta pawang buaya untuk datang ke rumahnya dan meletakkan seekor buaya diatas tubuh adiknya Thariq yang sedang tidur.

## Gambar I.1

### Rating dan Share Program Heits Abis

TV PROGRAM RATING & PROFILE: HEITS ABIS (TRANS7), All People 5+, 11 Cities  
1 JANUARY 2018 - 12 NOVEMBER 2019

Analysis : Programmes  
Selected date(s) : 01/01/2018 - 12/11/2019;  
Selected channel(s) : TRANS7  
Selected day part(s) : 02.00.00 - 25.59.59 (SMTWTFs);  
Selected market(s) : Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan, Makassar, Yogyakarta, Semarang, Denpasar, Palembang, Banjarmasin, Surakarta  
Selected target(s) : People 5+  
Total Individuals (People 5+, 11 Cities) : 49,660,006 Individuals

#### Program Rating - People 5+, 11 Cities

| Program    | Program Type             | Channel | Average number of audience | Rating (%)* | Share (%)** |
|------------|--------------------------|---------|----------------------------|-------------|-------------|
| HEITS ABIS | Information:Infotainment | TRANS7  | 502,950                    | 1.0         | 6.8         |

Source : Nielsen TV Audience Measurement

\* Percentage of average number of audience towards TV population

\*\*Percentage of average of audience towards total tv viewers in a specific period of time

Sumber: PT Nielsen Company

Berdasarkan data yang diperoleh dari Nielsen Company, program Heits Abis merupakan tipe program Infotainment yang disiarkan di Trans7 yang mulai disiarkan sejak 2018. Rating dan share program Heits Abis di Trans7 mendapatkan 1.0% dan 6.8%. Selain itu program ini juga mendapat rata-rata jumlah penonton yang melihat sekitar 502.950 orang.

## Gambar I.2

### Rata-rata Usia *Audience* program Heits Abis

Program Profile - HEITS ABIS (TRANS7), People 5+, 11 Cities

| Program    | Program Type             | Channel | Target      | Index |
|------------|--------------------------|---------|-------------|-------|
| HEITS ABIS | Information:Infotainment | TRANS7  | Male        | 85    |
|            |                          |         | Female      | 114   |
|            |                          |         | 5-9 years   | 66    |
|            |                          |         | 10-14 years | 108   |
|            |                          |         | 15-19 years | 86    |
|            |                          |         | 20-29 years | 84    |
|            |                          |         | 30-39 years | 103   |
|            |                          |         | 40-49 years | 117   |
|            |                          |         | 50+ years   | 120   |
|            |                          |         | Upper       | 129   |
|            |                          |         | Middle      | 90    |
|            |                          |         | Lower       | 73    |

Profil penonton HEITS ABIS yang dominan: penonton wanita dan penonton dengan usia 10-14 tahun dan 30 tahun ke atas serta penonton dari kelas atas

Source : Nielsen TV Audience Measurement

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 nafia tiga variabel yaitu pengeluaran bulanan, sumber air minum dan bahan bakar

Sumber: Nielsen Company

Berdasarkan data diatas, rata-rata penonton yang menonton program Heits Abis di Trans7 yaitu perempuan berjumlah 114 orang. Sedangkan rata-rata perempuan yang menonton program Heits Abis di Trans7 yaitu diusia 10-14 tahun sekitar 108 orang, 30-39 tahun sekitar 103 orang, 40-49 tahun sekitar 117 orang, dan 50+ keatas sekitar 120 orang. Data kelas sosial yang didapat dari beberapa jumlah penonton diatas adalah dari kelas atas.

Alasan peneliti menggunakan program acara ini karena baru berjalan 1 tahun dan memiliki konsep yang berbeda dengan program Infotainment lainnya, dimana program ini tidak menggunakan *host*

melainkan menggunakan *voiceover*. tidak membahas gosip-gosip selebritis dan hanya membahas seputar *trend* atau kegiatan *hits* dikalangan selebritis.

### Gambar I.3

#### Data Pembandingan Program Infotainment

|                      |                         |
|----------------------|-------------------------|
| Kiss Pagi (1.7/16.0) | Insert Siang (1.4/10.6) |
|----------------------|-------------------------|

**Sumber:** Instagram @dunia\_tv

Data diatas merupakan sebagai pembandingan dari Program yang peneliti pilih. Program Kiss Pagi di Indosiar memperoleh rating 1.7% serta share 16.0%, sedangkan program Insert Siang TransTV memperoleh rating 1.4% dan memperoleh share sebesar 10.6%. Walau dua pembandingan diatas memperoleh data rating serta share lebih tinggi, peneliti lebih memilih program Heits Abis yang baru setahun tayang telah mendapatkan teguran dari KPI dari salah satu tayangannya.

Selain milik peneliti, ada banyak penelitian terdahulu yang menggunakan variabel motif. Dalam jurnal milik Sherlycin Angkari yang berjudul “*Motif Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Program Good Morning Hard Rockers On SBO*” motif merupakan suatu variabel independen yang mempengaruhi penggunaan media (Kriyantono, 2009). Yang membedakan penelitian ini dengan milik peneliti yaitu terletak pada program yang akan dibahas. Dimana penelitian milik Sherly menggunakan program *Good Morning Hard Rockers On SBO*, sedangkan milik peneliti

menggunakan program *Heits Abis* di Trans7. Hal yang membedakan program milik Sherly dengan peneliti yaitu terletak pada indikator motifnya. Motif yang paling berpengaruh dalam program tersebut yakni informasi. Karena program tersebut memberikan beberapa informasi dari berbagai bidang, bahkan memberikan informasi seputar game online.

Kemudian dalam jurnal milik Herlina dan Diana Amalia yang berjudul "*Motif Pemirsa Menonton Reality Show Be A Man Di Global TV*" pengertian televisi juga merupakan salah satu media yang dapat menarik banyak simpati dan perhatian dari masyarakat luas dikarenakan memiliki gabungan dari unsur audio dan visual, sehingga membuat televisi menjadi media yang efektif daripada media lainnya (Sastro, 1992:23). Yang membedakan jurnal milik Diana dan Herlina Amalia dengan peneliti adalah terletak pada program televisi. Diana meneliti mengenai program *Be A Man* di Global TV, sedangkan milik peneliti meneliti tentang program *Heits Abis* di Trans7. Hal yang membedakan program milik Herlina dan Diana Amalia dan peneliti yaitu terletak pada motif informasi. Karena program tersebut dapat memberikan informasi serta wawasan tentang waria, dan dapat menyesuaikan diri dengan lingkungannya.

Sedangkan dalam penelitian lainnya milik Erick Yuwono yang berasal dari Universitas Kristen Petra berjudul "*Kepuasan Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Program Variety Show "Dahsyat" di RCTI*". Dalam penelitian tersebut memiliki variabel yang berbeda dengan peneliti. Variabel yang digunakan yaitu Kepuasan, dimana dalam kepuasan tersebut



memiliki 2 variabel *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*, sedangkan variabel milik peneliti hanya motif. Selain itu, program milik Eric Yuwono mendapatkan seluruh kepuasan terhadap indikatornya yaitu Informasi, Pengalihan, Kegunaan Sosial, Identifikasi Sosial, dan Hiburan.

Pada penelitian milik Ivendo Siswanto yang berasal dari Universitas Kristen Petra berjudul “Motif Masyarakat Surabaya Menonton Program Acara Indonesia Lawak Klub di Trans7”. Dalam penelitian tersebut yang membedakan dengan milik peneliti adalah terletak dibagian program acara. Selain itu dari program tersebut, motif yang dominan adalah motif Informasi, untuk mencari kata-kata bijak dan motivasi oleh pembawa acara.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah diatas, dapat disimpulkan menjadi pertanyaan :

“Apa Motif Penonton Surabaya dalam Menonton Program Acara Heits Abis di Trans7?”

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Seperti dalam penulisan rumusan masalah diatas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bertujuan sebagai “Motif Masyarakat Surabaya dalam Menonton Program Heits Abis di Trans7”.

#### **I.4 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah yang dilakukan oleh peneliti, seperti :

1. Subjeknya berupa Penonton Surabaya. Terutama bagi yang menyukai Program Acara seperti Heits Abis di Trans7.
2. Objek : Motif.
3. Metode Penelitian yang akan digunakan dalam meneliti fenomena diatas yaitu : Metode Survei.

#### **I.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dalam melakukan penelitian diatas dibagi menjadi:

a. Manfaat Akademis

Dimana manfaat ini lebih mengarah kepada kajian Komunikasi Massa, serta menggunakan teori *Uses and Gratification* dalam mencari Motif Penonton Surabaya dalam Menonton Program Acara Heits Abis di Trans7.

b. Manfaat Praktis

Adapun memberikan saran terhadap *crew* dari program Infotainment tersebut agar dapat membuat program yang lebih sesuai dengan motif penontonya.