



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Riset Terdahulu

Dalam program *talk show*, tidak hanya dari bagaimana cara *host* membawakan acara tersebut, tetapi pesan yang diberikannya juga harus bermakna, berguna dan edukatif untuk audiensnya. Di dalam penelitian terdahulu ini, penulis melihat adanya persamaan dan perbedaan diantara masing-masing penelitian.

Pada penelitian ini, penulis melakukan pengamatan dengan mencari beberapa penelitian yang sebelumnya sudah pernah dibuat dengan adanya beberapa kesamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, rencana judul penelitian yang akan penulis pilih adalah **Persepsi Mahasiswa Terhadap Penayangan Program Talk Show “Hitam Putih” Di Trans 7**. Di penelitian ini, penulis ingin melihat bagaimana persepsi dari audiens yaitu mahasiswa yang berada di wilayah Tangerang dalam melihat tayangan program *talk show* “Hitam Putih” di Trans 7.

Dalam **penelitian pertama**, berasal dari salah satu mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan penelitian mengenai Persepsi Mahasiswa Terhadap Program Talkshow Mata Najwa Di Metro Tv oleh Aris Santoso pada tahun 2016.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi mahasiswa LPM Pabelan Universitas Muhammadiyah Surakarta terhadap program talkshow Mata Najwa di Metro TV periode 18 November 2015 - 15 Maret 2016. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Teori utama yang digunakan peneliti adalah teori S-O-R, dimana penulis menggunakan teori yang sama.

Pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan menyebarkan kuesioner yang dibagikan kepada sampel sebagai instrument pengumpulan data. Teknik samplingnya menggunakan teknik total sampling yakni jumlah sampel yang diteliti adalah keseluruhan dari anggota populasi yang ada berjumlah 30 mahasiswa LPM Pabelan Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selanjutnya, teknik analisis yang digunakan adalah menggunakan teknik analisis data analisis deskriptif statistik. Sedangkan di penelitian ini, penulis menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam terhadap informan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menyatakan bahwa persepsi mahasiswa LPM Pabelan UMS terhadap Mata Najwa adalah positif dengan mean 3.22. Temuan ini menunjukkan bahwa Mata Najwa adalah program *talk show* yang baik karena tidak terpengaruh unsur politik (Santoso, 2016, p.13)

Mata Najwa tetap kritis sebelum atau sesudah pemilihan presiden 2014 karena menjunjung tinggi peran media secara netral tidak memihak salah satu kubu, meskipun pemilik media Surya Paloh bergabung dipemerintahan Jokowi.

Berdasarkan metode yang digunakan, sudah bisa terlihat perbandingan antara peneliti tersebut dengan penulis menggunakan metode yang berbeda. Dan juga memilih program yang berbeda dalam menarik kesimpulan.

Lalu dalam **penelitian kedua**, terdapat penelitian yang membahas mengenai Persepsi Audiens Pada Tayangan Talkshow Rumpi “No Secret” di Trans Tv terhadap persepsi ibu rumah tangga Lagoa Jakarta Utara oleh Endar Diah Mayangsari salah satu mahasiswa Universitas Islam Indonesia pada tahun 2016.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan Teknik Focus Group Discussion (FGD). Peserta penelitian ini adalah Ibu Rumah Tangga dengan berbagai latar belakang. Teori yang digunakan adalah teori S-O-R dan teori Persepsi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, hasil yang didapatkan menyatakan bahwa tayangan Rumpi "No Secret" merupakan tayangan yang kurang baik. Dikarenakan Rumpi merupakan tayangan yang berlebihan dalam mengulik kehidupan artis serta ada juga yang mengemukakan tayangan ini berbeda dari gosip lainnya (Mayangsari, 2016, p.4)

Peserta FGD mengemukakan beragam persepsinya ketika ditanyakan mengenai apa yang mereka pikirkan ketika disebutkan kata Rumpi "No Secret". Ada yang mengatakan bahwa Rumpi "No Secret" merupakan Tayangan yang mengulik kehidupan artis secara detail dan ada juga yang mengatakan bahwa. Dan juga dalam persepsi terdapat hubungan antara persepsi dengan usia, persepsi dengan pendidikan, serta persepsi dengan pengalaman menonton.

Persamaan antara peneliti tersebut dan penulis adalah menggunakan metode yang sama yaitu kualitatif tetapi menggunakan teknik yang berbeda dalam mendapatkan hasil data dari narasumber. Lalu penulis menggunakan salah satu teori yang sama dengan peneliti tersebut, yaitu teori S-O-R. Setelah itu, perbedaan yang dapat disimpulkan adalah penulis mengangkat program yang berbeda dan memilih informan yang berbeda.

Untuk **penelitian yang ketiga**, berjudul Motivasi Menonton dan Persepsi Khalayak tentang Program Talk Show Hitam Putih Trans7 pada Masyarakat Desa Rurban oleh Karina Heza Pratama, mahasiswa Institut

Pertanian Bogor pada tahun 2013. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis motivasi menonton dan persepsi khalayak beserta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Penelitian dilakukan pada masyarakat Kelurahan Sukahati yang berusia 17 hingga 60 tahun yang menonton siaran tersebut.

Persamaan yang bisa terlihat antara peneliti tersebut dan penulis adalah sama-sama menggunakan program yang sama yaitu program “Hitam Putih” di Trans 7. Tetapi, informan yang digunakan oleh masing-masing penelitian berbeda. Peneliti tersebut menjadikan masyarakat Sukahati sebagai informan, sedangkan dalam penelitian ini, penulis menjadikan mahasiswa yang khususnya berada di wilayah Tangerang sebagai informan.

Selanjutnya, teori yang digunakan juga berbeda diantara 2 penelitian ini. Untuk penulis sendiri, menggunakan teori S-O-R, sedangkan peneliti tersebut menggunakan teori Uses and Gratification sebagai teori utamanya. Selain itu, peneliti tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif yang didukung data kualitatif. Metode yang digunakan adalah survei yaitu penelitian dilakukan dengan mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

Motivasi menonton khalayak tergolong tinggi terutama untuk motivasi informasi, integrasi dan interaksi, dan hiburan. Akan tetapi, tidak untuk motivasi identitas pribadi. Frekuensi menonton responden tergolong sering

dalam menonton televisi dengan durasi yang cukup lama, suasana menontonnya dalam keadaan tenang, cara menontonnya lebih banyak yang bersama orang lain, dan lokasi menonton sebagian besar di rumah (Pratama, 2013, p.41)

Sementara untuk persepsi, seluruh responden berpersepsi bagus terhadap kualitas tayangan, unsur dalam siaran, dan unsur materi siaran. Motivasi responden diarahkan oleh faktor internal, motivasi menonton berhubungan dengan keterdedahan khalayak, dan keterdedahan khalayak juga berhubungan dengan persepsi tentang siaran televisi.

Hasil yang bisa disimpulkan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu, media yang digunakan dari beberapa peneliti ataupun penulis adalah media televisi, lalu metodenya bersifat kualitatif dan juga kuantitatif. Yang membedakan semua penelitian yang ada dari penelitian yang dilakukan ialah menggunakan teknik yang berbeda.

Dari semua penelitian terdahulu tersebut, bahwa media yang digunakan adalah media televisi, dan mengambil sudut pandang yang kurang lebih sama, yaitu untuk melihat persepsi yang diberikan oleh masing-masing informan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Teori S-O-R

Teori S-O-R (*Stimulus Organism Respon*) yang dikemukakan oleh Houland, et. al pada tahun 1953 ini lahir karena adanya pengaruh dari ilmu psikologi dalam ilmu komunikasi. Hal ini bisa terjadi karena psikologi dan komunikasi memiliki objek kajian yang sama, yaitu jiwa manusia; yang meliputi sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi. Asumsi dasar teori S-O-R adalah bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung ada kualitas rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme (Teori S-O-R (Teori Stimulus Organism Respons), 2017)

Teori ini pada dasarnya menjelaskan bahwa reaksi audiens pada saat menerima pesan yang diberikan oleh media massa merupakan stimulus respon, sehingga nantinya penulis bisa melihat kesetaraan antara pesan yang diberikan dan juga respon atau persepsi yang diberikan oleh audiens (informan). Teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response) merupakan proses komunikasi yang menimbulkan reaksi khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Unsur-unsur pada model ini adalah: (Effendy, 2003, p. 254)

- a. Pesan (Stimulus)
- b. Komunikan (Organism)
- c. Efek (Response)

Stimulus merupakan bentuk fisik, visual, atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan sebuah komunikan atau individu yang menerimanya. Maka dari itu, tayangan dari episode mengenai perjuangan anak pelajar ke sekolah dalam program “Hitam Putih” di Trans 7 merupakan pesan atau stimulus (perangsang).

Setelah itu, mahasiswa yang berada di wilayah Tangerang berperan sebagai komunikan di dalam kasus ini. Sehingga nantinya, pada saat komunikan sudah menerima pesan atau rangsangan, mereka akan menghasilkan sebuah respon yang nantinya terbentuk dalam sebuah persepsi.

Respon yang nantinya terjadi di dalam penelitian ini, menurut Steven. M. Chaferespon dalam Rahmat, dibagi menjadi 3, yaitu:

- a. Kognitif

Yang dimaksud dengan respon kognitif adalah respon yang berkaitan erat dengan pengetahuan keterampilan dan informasi seseorang mengenai sesuatu. Respon ini timbul apabila adanya perubahan terhadap yang dipahami oleh khalayak.

b. Afektif

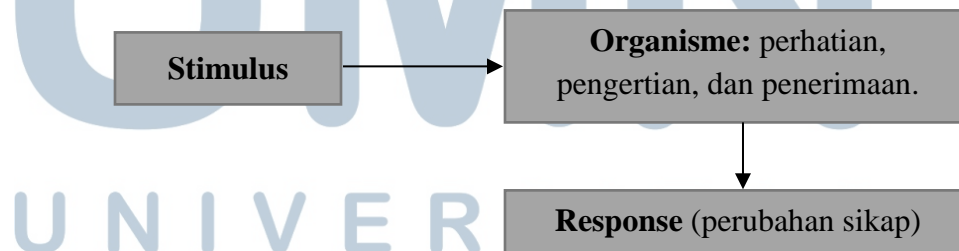
Yang dimaksud dengan respon afektif adalah respon yang berhubungan dengan emosi, sikap, dan menilai seseorang terhadap sesuatu.

c. Konatif

Yang dimaksud dengan psikomotorik adalah respon yang berhubungan dengan perilaku nyata yang meliputi tindakan atau kebiasaan (Rahmat, 1999, p.118)

Selain itu, asumsi dasar dari teori ini adalah media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. *Stimulus Response Theory* atau *S-R theory* memiliki kapasitas sebagai perangsang (S) dan menghasilkan tanggapan (R) yang kuat pula. Effendy menambahkan dalam proses komunikasi yang berkenaan dengan perubahan sikap, aspek yang utama adalah aspek “how” bukan “what” atau “why” (Effendy, 2003, p.255)

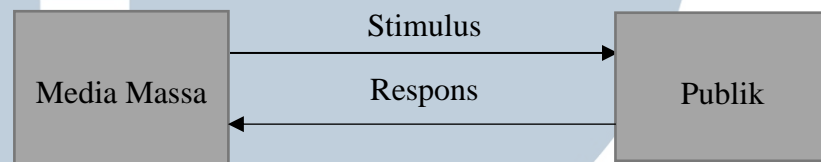
Gambar 2.1 Teori S-O-R



Sumber: Effendy, 2003

Selain itu, Morissan mengemukakan bahwa teori ini menggambarkan proses komunikasi secara sederhana yang hanya melibatkan 2 komponen, yaitu media massa dan penerima pesan yaitu khalayak (audiens). Media massa mengeluarkan stimulus, dan penerima menanggapi dengan menunjukkan respons.

Gambar 2.2 Model Komunikasi S-R



Sumber: Morissan, 2008

Pada kenyataannya, bahwa setiap proses yang berada dalam efek media pada masing-masing individu harus diawali dengan adanya sebuah perhatian atau paparan dari beberapa pesan media. Pesan yang diberikan oleh sumber yang kredibel, hasilnya akan cenderung lebih efektif. Seperti halnya, sumber tersebut memiliki konten yang menarik, serta pesan tersebut bisa melekat dengan penerimanya. Namun, Model S-O-R ini bersifat jangka pendek, serta individualis (Mcquail, 2010, p.468)

McGuire (1973) dalam McQuail (2010) menyatakan bahwa jenis variabel utama dari model S-O-R ini berkaitan dengan sumber, konten, saluran, penerima, serta tujuan dari pesan yang akan diberikan (McQuail, 2010, p.468)

Konsep dari model S-O-R tersebut kurang lebih memiliki maksud dan tujuan mengenai efek media. Meskipun, perbedaan antara respon (menunjukkan beberapa interaksi dengan penerima dan juga adanya proses pembelajaran), dan reaksi (yang dimana menunjukkan tidak adanya pilihan atau interaksi pada bagian penerima, dan pada dasarnya merupakan refleksi dari perilaku penerima) terlihat signifikan (McQuail, 2010, p.468)

Maka dari itu, penulis memilih teori ini karena sesuai dengan tema yang dipilih, dan juga menjadi landasan penulis yang penting untuk fenomena yang akan dibahas. Dimana penulis ingin melihat persepsi yang diberikan oleh informan, bagaimana mereka menyikapinya, dan apakah dampak yang diterima bersifat positif atau negatif.

2.2.2 Persepsi

Persepsi pada umumnya timbul karena adanya tindakan melihat atau mengalami sesuatu yang terjadi pada saat itu juga, persepsi timbul dengan sendirinya melalui akal stimulus. Persepsi bisa bersifat negatif dan juga positif, tergantung dari hal yang dialami sebelumnya.

Umumnya istilah persepsi digunakan dalam bidang psikologi. Secara terminologi pengertian persepsi adalah tanggapan langsung dari suatu serapan atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui penginderaan. Sedangkan dalam kamus besar psikologi, persepsi diartikan sebagai suatu

proses pengamatan seseorang terhadap lingkungan dengan menggunakan indra-indra yang dimiliki sehingga ia menjadi sadar akan segala sesuatu yang ada dilingkungannya (Asrori, 2009, p.21)

Eysenck dalam Asrori menyatakan bahwa persepsi sesungguhnya memerlukan proses belajar dan pengalaman. Hasil proses belajar dan interaksi seseorang akan memberikan pengalaman bagi dirinya untuk dapat membandingkan keadaan yang dihadapi (Asrori, 2009, p.21)

Menurut Mulyana, persepsi meliputi sensasi, atensi dan interpretasi. Yang dimana sensasi merupakan proses awal menangkap rangsangan melalui pengindraan. Lalu, Atensi sebagai tindakan yang memberikan perhatian pada rangsangan. Selanjut, Interpretasi yang menjadi proses pengolah informasi untuk mendapatkan makna dari rangsangan (Mulyana, 2013, p.181)

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang menurut Miftah Toha adalah sebagai berikut:

- a. Faktor internal: perasaan, sikap dan kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi.
- b. Faktor eksternal: latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan,

pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketidak asingan suatu objek (Miftah Toha, 2003, p.154)

Apa yang kita persepsikan tergantung dari sebagian pada rangsangan mana yang terlihat dalam atensi kita, dan pada kecenderungan kita mempersepsi berbagai hal menurut keyakinan dan pengharapan kita. Atensi selektif melibatkan pemusatan pada aspek spesifik sebuah pengalaman dan mengabaikan aspek yang lain (King, 2010, p.283)

Tentunya persepsi yang dimiliki oleh seseorang adalah bersifat subjektif, karena ditafsirkan secara berbeda oleh setiap orang. Cara seseorang menunjukkan persepsi tersebut diantaranya adalah dari sikap atau perilaku, dan juga pendapat yang dikemukakannya.

Selanjutnya, persepsi seseorang dibentuk oleh 3 hal. Yang pertama, merupakan karakteristik dari stimulus itu sendiri. Lalu, hubungan antara stimulus dengan lingkungannya. Dan yang terakhir, terbentuk karena kondisi yang ada di dalam diri seseorang (Sangadji & Sopiah, 2013, p.64)

Slameto mengatakan bahwa persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia, melalui persepsi manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat inderanya, yaitu indera pengelihat, pendengar, peraba, perasa, dan pencium (Slameto, 2010, p.102)

Selain itu, Walgito menyatakan bahwa faktor-faktor yang berperan dalam persepsi dapat dikemukakan beberapa faktor, yaitu:

a. Objek yang dipersepsi

Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangkutan yang langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor.

b. Alat indera, syaraf dan susunan syaraf

Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus, di samping itu juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan motoris yang dapat membentuk persepsi seseorang.

c. Perhatian

Untuk menyadari atau dalam mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, yaitu merupakan langkah utama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan atau

konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu sekumpulan objek (Walgito, 2004, p.89-90)

Chaplin mengatakan bahwa tujuan dari adanya sebuah persepsi dikarenakan untuk mengetahui atau mengenali objek dan kejadian objektif dengan bantuan indera. Sehingga nantinya dapat mengetahui kesadaran intuitif mengenai kebenaran langsung atau keyakinan yang serta merta mengenai sesuatu (Chaplin, 2005, p.358)

2.2.2.1 Proses Persepsi

Persepsi yang diberikan oleh seseorang, hal tersebut timbul dengan adanya proses yang dijalani oleh masing-masing individu. Menurut Miftah Toha, proses terbentuknya persepsi didasari pada beberapa tahapan, yaitu:

a. Stimulus atau Rangsangan

Terjadinya persepsi diawali ketika seseorang dihadapkan pada suatu stimulus/rangsangan yang hadir dari lingkungannya.

b. Registrasi

Dalam proses registrasi, suatu gejala yang nampak adalah mekanisme fisik yang berupa penginderaan dan syarat seseorang berpengaruh melalui alat indera yang dimilikinya. Seseorang dapat mendengarkan atau melihat informasi yang terkirim kepadanya, kemudian mendaftarkan semua informasi yang terkirim kepadanya tersebut.

c. Interpretasi

Interpretasi merupakan suatu aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting yaitu proses memberikan arti kepada stimulus yang diterimanya.

Proses interpretasi tersebut bergantung pada cara pendalaman, motivasi, dan kepribadian seseorang (Miftah Toha, 2003, p.145)

Selain itu, Devito mengemukakan bahwa terdapat 3 proses terjadinya sebuah persepsi, yaitu:

- a. Terjadinya stimulasi alat indera (*sensory stimulation*), yang dimana pada tahap pertama alat-alat indera distimulasi atau dirangsang.
- b. Stimulasi terhadap alat indera diatur.

Di tahap kedua ini, rangsangan terhadap alat indera diatur menurut berbagai prinsip. Salah satu prinsip yang sering digunakan adalah prinsip proksimitas (*proximity*), atau kemiripan. Orang atau pesan yang secara fisik mirip satu sama lain dipersepsikan bersama-sama, atau sebagai satu kesatuan (*unit*).

- c. Stimulasi alat indera ditafsirkan – dievaluasi.

Langkah ketiga dalam proses persepsi disini adalah penafsiran-evaluasi. Dengan menggabungkan kedua istilah ini untuk menegaskan bahwa keduanya tidak bisa dipisahkan. Langkah ketiga ini merupakan proses subjektif yang melibatkan evaluasi di pihak penerima.

Penafsiran-evaluasi kita tidak semata-mata didasarkan pada rangsangan luar, melainkan juga sangat dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu, kebutuhan, keinginan, sistem nilai, keyakinan tentang yang seharusnya, keadaan fisik dan emosi pada saat itu, dan sebagainya yang ada pada diri seseorang (Devito, 1997, p.75-76)

2.2.3 Program Televisi

Williams dalam McQuail, menyatakan bahwa berbeda dengan jenis teknologi komunikasi terdahulu, baik radio maupun televisi merupakan sistem yang memang dirancang terutama untuk kepentingan transmisi dan penerimaan yang merupakan proses yang abstrak, yang batasan isinya sangat terbatas atau bahkan sama sekali tidak ada. Dengan demikian, sejatinya radio dan televisi awalnya hanya merupakan suatu teknologi. Dalam perkembangannya, radio dan televisi kemudian berperan sebagai alat pelayanan (McQuail, 1987, p.15)

Televisi adalah sebuah media telekomunikasi yang dikenal sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang monokrom (hitam putih) maupun warna, kata televisi merupakan gabungan dari bahasa Yunani yang dibagi menjadi dua arti antara lain, kata tele yang berarti jauh dan visio yang berarti penglihatan. Sehingga televisi dapat diartikan sebagai telekomunikasi yang dapat dilihat dari jarak jauh (Rahmawati, 2011, p.3)

Televisi dinilai sebagai salah satu media massa yang efektif pada saat ini dan banyak menarik simpati masyarakat luas, karena perkembangan teknologinya dan juga banyaknya berbagai macam konten yang beragam di setiap program.

Media massa mempunyai peran yang signifikan sebagai bagian dari kehidupan manusia sehari-hari. Hampir pada setiap aspek kegiatan manusia,

baik yang dilakukan secara pribadi maupun bersama-sama selalu mempunyai hubungan dengan aktivitas komunikasi massa.

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 audien, dan selama tidak bertentangan dengan kesusilaan, hukum dan peraturan yang berlaku (Morrison, 2008, p.207)

Televisi merupakan salah satu alat dari komunikasi massa. Dominick dalam Elvinaro, mengatakan bahwa televisi memiliki fungsi sebagai berikut:

a. *Surveillance* (Pengawasan)

Fungsi pengawasan terbagi menjadi dua yaitu pertama fungsi pengawasan peringatan dimana ketika media massa menginformasikan tentang ancaman kondisi efek yang memprihatinkan dan yang kedua fungsi pengawasan instrumental yaitu penyampaian dan penyebaran informasi memiliki kegunaan dalam kehidupan sehari-hari.

b. *Interpretation* (Penafsiran)

Televisi tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting.

c. *Linkage* (Pertalian)

Penyatuan anggota masyarakat yang beragam, membentuk pertalian berdasarkan kepentingan dan minat yang sama, individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok yang mereka saksikan.

d. *Transmission Of Values* (Penyebaran Nilai)

Fungsi ini disebut juga sosialisasi. Media massa televisi memperlihatkan kepada audiens tentang bagaimana seharusnya mereka bertindak dan apa yang diharapkan mereka. (Elvinaro, 2007, p.15-17)

Mulyana mengemukakan bahwa ada dua jenis program yang terdapat dalam televisi, yakni program jurnalistik dan program artistik. Program jurnalistik merupakan program berita yang segala bentuk di dalamnya adalah hal yang berdasar pada fakta, baik *hard news*, *soft news*, ataupun *talk show*. Sedangkan program artistik adalah program yang mengutamakan hiburan di dalamnya, seperti program entertainment, komedi, sinetron, drama, *reality show*, *variety show*, dan sebagainya (Mulyana, 2013, p.130)

2.2.3.1 Talk Show

Program talk show di masa kini tidak lepas dari humor, sebab kebanyakan *talk show* adalah hiburan. Kendatipun hiburan, seorang presenter dapat tampil menghibur dengan humor murah dan humor tinggi. Dalam hal ini kualitas dari kecerdasan dan kemampuan keterampilan presenter yang menentukan. Biasanya penonton cepat bosan pada hiburan yang tidak kreatif (Wibowo, 2007, p.85)

Di dalam dunia pertelevisian Indonesia, terdapat berbagai macam *talk show* yang bermunculan. Diantaranya ada Ini Talk Show NET TV, Kick Andy Metro TV, Mata Najwa Trans7, Hitam Putih Trans7, Coffee Break TVOne, Tonight Show NET TV, Rosi Kompas TV, Apa Kabar Indonesia TVOne, dan masih banyak lagi.

Masing-masing *talk show* tersebut memiliki karakter tersendiri, seperti dipadukan dengan komedi, berita, *game show*, acara musik, dan sebagainya. *Talk show* didefinisikan sebagai keterampilan menyajikan perbincangan bertopik serius. Konsep *talk show* menurut Masduki, diantaranya adalah:

- a. Topik yang dipilih aktual, sedang menjadi sorotan.
- b. Bersifat analisis, tidak sekedar deskripsi kasus.
- c. Terjadi interaksi seimbang diantara narasumber, tidak dimonopoli satu orang atau satu sudut pandang.
- d. Terjadi kontroversi, perdebatan pro-kontra.
- e. Ada solusi terbuka pada akhir perbincangan (Masduki, 2004, p.80)

Dalam penelitian ini, program yang difokuskan adalah program “Hitam Putih” di Trans 7, yang dimana termasuk dalam jenis program berita lunak atau *soft news*, yang mendasari konsep perbincangan antara pembawa acara dengan tamu atau narasumber yang diundang dalam membahas topik permasalahan yang berkaitan dengan pengalaman yang dimiliki oleh narasumbernya.

Menurut Morissan, *talk show* atau yang biasa dikenal dengan program perbincangan adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik yang dipandu oleh pembawa acaranya (host). Biasanya yang diundang adalah orang-orang yang memiliki pengalaman langsung atau ahli dengan peristiwa atau topik yang dibahas (Morrisan, 2008, p.212)

“Hitam Putih” merupakan salah satu *icon* program *talk show* di Trans 7 selama beberapa tahun terakhir. “Hitam Putih” menjadi salah satu dari sedikit tayangan *talk show* saat ini yang memiliki banyak nilai positif, dengan menyajikan sebuah informasi dari bintang tamu/narasumber yang inspiratif juga tengah dikenal oleh banyak kalangan masyarakat.

Format program yang fleksibel membuat program “Hitam Putih” mampu mengangkat tema-tema bahasan secara luas. Tema-tema mendidik, informatif, serta inspiratif menjadi ciri khas yang dibawakan dalam program *talk show* ini.

Talk show memiliki daya tarik tersendiri karena beberapa pelaku berita hadir sekaligus, seperti moderator, panelis, narasumber, dan audiens. Terlebih jika *talk show* ini disiarkan secara langsung, dapat melibatkan pemirsa di rumah mereka melalui fasilitas phone-in. Format ini akan menarik atau atraktif apabila

moderatornya cukup komunikatif, dan menguasai persoalan secara detail atau rinci (Oramahi, 2015, p.60)

2.2.4 Audiens

Khalayak (audiens) merupakan faktor penentu keberhasilan komunikasi. Ukuran keberhasilan upaya komunikator lakukan adalah apabila pesan-pesan yang disampaikan melalui saluran/medium yang diterima sampai pada khalayak sasaran, dipahami, dan mendapatkan tanggapan positif, dalam arti sesuai dengan harapan komunikator.

Herbert Blumer dalam McQuail menggambarkan “massa” yang seringkali jumlahnya sangat besar, lebih besar dari kelompok, lebih besar dari kerumunan, dan lebih besar dari publik. “Massa” memiliki anggota yang tersebar luas dan tidak saling mengenal. “Massa” kurang memiliki kesadaran diri, kurang memperhatikan identitas diri dan tidak mampu bergerak secara serentak. “Massa” ditandai oleh komposisi yang selalu berubah-ubah dan berada dalam batas wilayah yang sering juga berubah, tidak bertindak untuk dirinya sendiri, dan memungkinkan untuk bisa dikendalikan (Mcquail, 2005, p.32-33)

Fokusnya adalah pada jumlah total orang yang dapat dijangkau oleh satuan isi media tertentu dan jumlah orang di masing-masing karakteristiknya tertentu yang penting bagi penyampai pesannya. Dalam penelitian ini, subjek

yang akan dijadikan dalam ruang lingkup audiens adalah mahasiswa yang berada di wilayah Tangerang. Melihat latar belakang mahasiswa yang masih berada di generasi milenial, karena mereka masih dengan aktif menggunakan alat media massa sebagai sumber informasi terhadap masing-masing kebutuhannya.

Rutinitas yang biasa dilakukan oleh mahasiswa adalah menimba ilmu di tempat mereka kuliah. Selain itu, dalam waktu kosongnya, mereka cenderung menggunakan alat media massa untuk mendengar, membaca ataupun menonton sebuah tayangan informasi yang sifatnya mendidik serta menghibur. Dalam penelitian ini, penulis memfokuskan televisi sebagai alat media massa yang akan digunakan oleh audiens (informan).

Berbagai konten program yang ada di televisi besar kemungkinannya akan ditonton oleh mahasiswa, tergantung dari ketertarikan mereka dalam melihat berbagai macam program yang ada. Maka dari itu, tujuan dari penelitian ini adalah ingin melihat persepsi yang diberikan oleh mahasiswa, pada saat program *talk show* “Hitam Putih” ditayangkan pada saat melakukan tahap wawancara mendalam.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

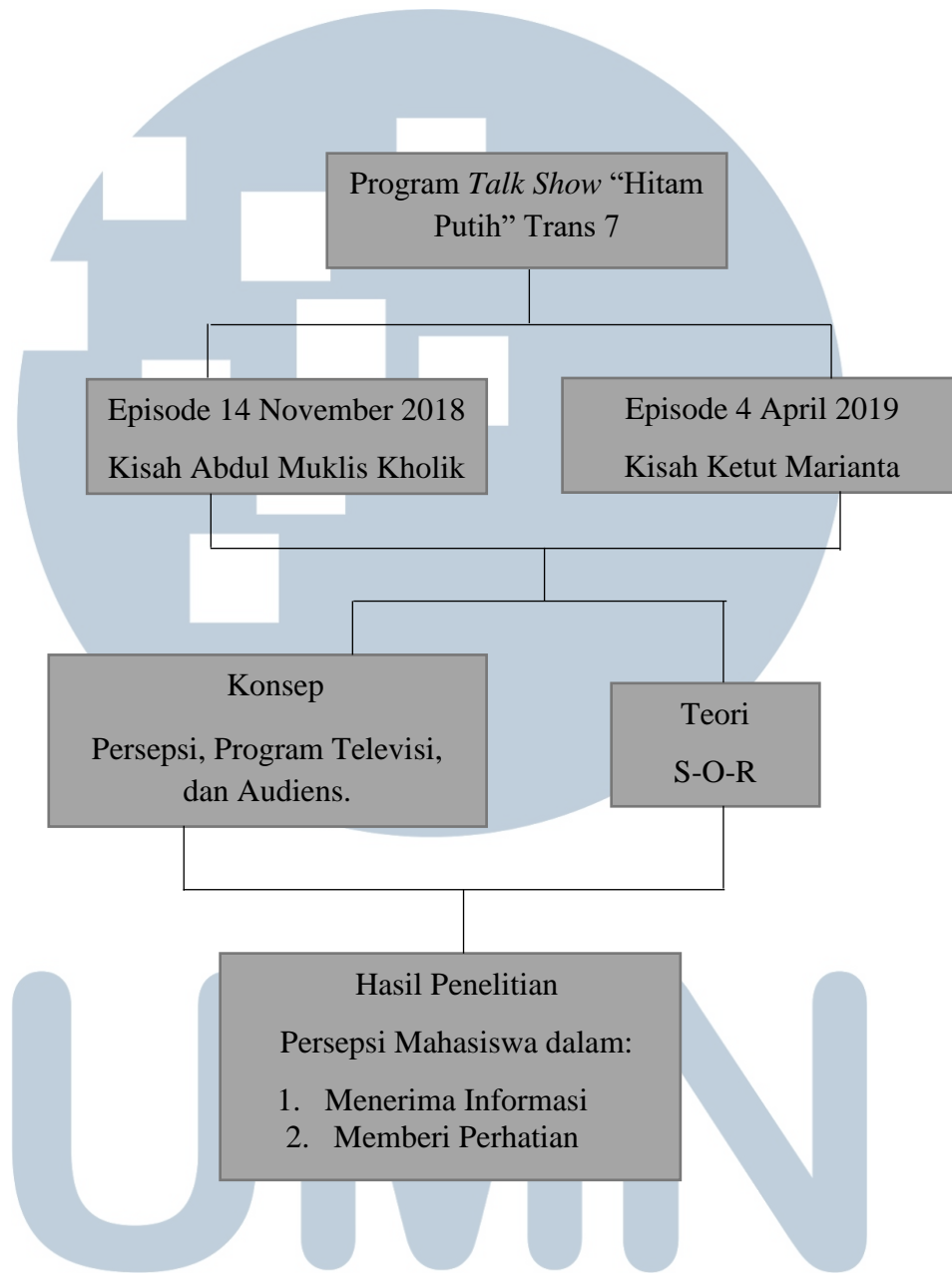
2.3 Alur Penelitian

Alur penelitian dalam penulisan skripsi ini menjelaskan mengenai bagaimana proses persepsi yang diberikan oleh mahasiswa terhadap penayangan program *talk show* “Hitam Putih” di Trans 7. Dimulai dari studi kasus terlebih dahulu mengenai episode dari “Hitam Putih” tentang episode perjuangan anak pelajar ke sekolah.

Setelah itu penayangan episode tersebut dilakukan kepada informan, mahasiswa memberikan persepsinya dengan dibagi menjadi dua poin. Yang pertama persepsi mereka dalam menerima informasi, lalu persepsi mereka dalam memberi perhatian. Yang nantinya hasil tersebut akan dibahas di hasil penelitian dan juga pembahasan dengan mengaitkan teori yang relevan.

Berikut ini adalah diagram alur yang digunakan sebagai acuan dalam pelaksanaan penelitian:





U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A