

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu media massa yang memiliki berbagai fungsi adalah televisi, fungsi umum dari televisi yaitu memberikan informasi kepada khalayak atau masyarakat nasional maupun internasional. Informasi yang diberikan dapat menambah ilmu pengetahuan khalayak akan berita yang diserap dari media tersebut (McQuail, 2011, p. 63). Dalam upaya memberikan informasi dan hiburan, media televisi membuat tayangan dengan berbagai macam program televisi.

Dalam latar belakang dinamis dunia pertelevisian, program televisi memiliki peran sentral sebagai sumber hiburan dan informasi yang memengaruhi tatanan budaya dan perilaku masyarakat. Dengan perkembangan teknologi dan perubahan selera penonton, pemahaman mendalam tentang program televisi menjadi krusial untuk memahami pergeseran tren dan tantangan yang dihadapi oleh industri ini (McQuail, 2011, p. 70).

Program-program yang disiarkan di televisi beragam, yang disesuaikan pula dengan fungsi dari media penyiaran itu sendiri. Pada UU Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Pasal 4 ayat 1, menyatakan bahwa penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa berfungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, serta sebagai kontrol dan perekat sosial (KPI, 2018).

Program televisi merupakan bahan yang telah disusun dengan satu format sajian serta adanya unsur audio dan video yang memenuhi syarat layak disiarkan, serta memenuhi standar estetika yang berlaku. Suatu program televisi juga harus memperhatikan *quality control* dalam produksi program. *Quality control* menjadi elemen yang sangat penting, karena menyangkut proses pengawasan, penilaian, dan penentuan kelayakan melalui kegiatan *review* program televisi sebelum ditayangkan (Fachruddin dalam Apriyanti, 2019). Dalam membuat dan menyiarkan program televisi, stasiun televisi harus memperhatikan kelayakan tayangan program tersebut.

Menurut survei *AC Nielsen*, program siaran televisi yang digemari penonton adalah program *infotainment* yang berasal dari kata “*informasi*” dan “*entertainment*”, yang merujuk pada jenis konten atau program televisi yang menyajikan informasi dengan cara yang menghibur. Di Indonesia, program *infotainment* didominasi oleh kehidupan selebriti yang penuh dengan gosip, glamor, dan kontroversial. Hal ini dikarenakan kehidupan selebriti yang dapat mengundang perhatian untuk dikonsumsi khalayak. Oleh karena itu, acara selebriti mendapat jam tayang yang relatif tinggi di televisi. Di sisi lain, program *infotainment* yang ditayangkan di televisi ini cenderung mengabaikan kaidah-kaidah jurnalistik (Rizky, 2020).

Program televisi *infotainment* juga disajikan dalam program berita sendiri yang terpisah dan khusus menampilkan berita-berita mengenai kehidupan selebritis (Morrisan, 2013). *Infotainment* merupakan jenis program yang termasuk dalam kategori berita. Dibandingkan dengan program berita konvensional, program tersebut lebih mencakup berita selebriti, ulasan film, acara realitas, dan segmen gaya hidup yang semuanya disajikan dengan pendekatan yang lebih ringan dan menarik dibandingkan dengan format berita konvensional.

Program *infotainment* di televisi nasional ada 15 sampai 20 program *infotainment* yang tayang di saluran televisi yang berbeda, setiap saluran televisi sudah dipastikan memiliki program *infotainment*. Seperti *RCTI* menampilkan program *infotainment Go-spot*, *INTENS*, sedangkan *SCTV* menampilkan program *infotainment Hot-Shot*, Halo selebriti, kemudian Trans TV menampilkan program *infotainment Insert pagi*, *Insert siang*, *Insert Investigasi* (Rizky, 2020).

Secara mendasar, *infotainment* menyajikan informasi mengenai tokoh publik atau selebriti Indonesia yang tengah menjadi perbincangan luas di masyarakat. Meskipun demikian, terdapat beberapa informasi yang seharusnya tidak dipublikasikan kepada khalayak karena telah melampaui batas privasi dalam kehidupan publik figur atau selebriti yang bersangkutan.

Berdasarkan data Nielsen per tanggal 1 Juli 2023, tercatat bahwa jumlah penonton televisi di seluruh Indonesia mencapai sekitar 130 juta orang. Dari total

tersebut, sekitar 124 juta penonton telah beralih dan memilih menonton melalui siaran digital (Jatmiko L, 2023).

1 Gambar 1.2 Data Penonton Televisi Nasional Tahun 2022

No.	Nama Data	Kuartal Iii-2019	Kuartal Iii-2022
1	TV	93,7	81,1
2	Internet	55,1	76,7

Sumber: Katadata.com/Pengguna-Internet-Meningkat-Riset-Nielsen-Indonesia-TV-tetap-Nomor-Satu

Dalam menghadapi era perkembangan media dan teknologi, undang-undang kelayakan televisi penyiaran memegang peranan krusial. Undang-undang ini membentuk landasan bagi penyelenggaraan program televisi dengan memastikan standar sajian yang layak, mencakup unsur video dan audio, serta memenuhi kriteria estetik dan artistik yang berlaku. Berdasarkan aturan dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS), program televisi yang layak untuk ditayangkan setidaknya memenuhi dua hal dari pasal yang tertera di P3SPS, yaitu kehidupan pribadi tidak boleh menjadi materi yang disajikan dalam seluruh isi mata acara kecuali demi kepentingan publik, dan program televisi harus mengandung kemanfaatan dan kepentingan publik (KPI, 2012).

Dari sejumlah pedoman tersebut, seharusnya dapat dijadikan acuan lembaga penyiaran dalam membuat sebuah program televisi yang layak untuk ditayangkan di televisi, terutama program *infotainment* yang mengulik kehidupan pribadi selebriti. Namun hingga kini, masih banyak media televisi yang tidak mengindahkan P3SPS. Sebaliknya, stasiun televisi malah berlomba-lomba mengejar *rating* semata dengan membuat program televisi yang kontroversial sehingga kurang memperhatikan kelayakan program.

Untuk mengukur kelayakan suatu program televisi dapat merujuk pada Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 01/P/KPI/03/2012 tentang

Pedoman Perilaku Penyiaran pada pasal 13 ayat 1 yang berbunyi, yakni “*Lembaga penyiaran wajib memperhatikan kemanfaatan dan perlindungan untuk kepentingan publik*”. Sementara itu, dalam Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 02/P/KPI/03/2012 tentang Standar Program Siaran pada Pasal 13 ayat 2 berbunyi, yakni “*Program siaran tentang permasalahan kehidupan pribadi tidak boleh menjadi materi yang ditampilkan dan/atau disajikan dalam seluruh isi mata acara, kecuali demi kepentingan publik*”. Kepentingan publik yang dimaksud sebagaimana tertera pada Pasal 13 ayat 3 adalah terkait penggunaan anggaran negara, keamanan negara, dan/atau permasalahan hukum pidana (KPI, 2012).

Salah satu program *infotainment* yang dikenal banyak oleh masyarakat adalah program infotainment Insert (Informasi Selebritis) yang ditayangkan pada Trans TV. Diketahui, Silet dan Insert menjadi dua acara infotainment dengan rating tertinggi di tanah air. Rating yang tinggi pada tayangan infotainment menunjukkan bahwa acara tersebut merupakan salah satu yang paling disukai oleh pemirsa di Indonesia. Informasi yang disajikan dalam program Insert memang memiliki kesamaan dengan tayangan infotainment sejenis, yaitu menyalurkan berita dan gosip yang sedang menjadi pembicaraan umum.

Pada awal tahun 2023, Komisi Penyiaran Indonesia memanggil pihak TRANS TV untuk memberikan Kinerja Evaluasi Tahunan 2022. KPI mengeluarkan beberapa pernyataan yang secara garis besar ada tiga program siaran di TRANS TV yang memiliki tingkat kualitas di bawah rata-rata melibatkan infotainment, sinetron, dan variety show. Dari ketiga program tersebut yang paling mencolok dalam melanggar aturan adalah program Infotainment, khususnya terkait dengan penghormatan terhadap privasi individu. Amin Shabana selaku Anggota Komisi Penyiaran Indonesia Bidang Kelembagaan yang menjadi penanggung jawab program Indeks Kualitas Program Siaran Televisi (IKPSTV) mengatakan program infotainment yang ditayangkan di TRANS TV menyoroti kehidupan pribadi serta konflik dalam kehidupan keluarga selebritas. Meskipun

seharusnya hal semacam itu dianggap tidak tepat untuk ditampilkan di layar televisi (KPI, 2023).

Pelanggaran yang diberikan KPI kepada pihak *TRANS TV* ini bukanlah yang pertama, menyoroti kehidupan pribadi seorang public figure menjadi andalan untuk menaikkan rating oleh stasiun televisi. Pada tahun 2013, Komisi Penyiaran Indonesia memberikan surat pelanggaran terbuka kepada pihak *TRANS TV* terkait penayangan program infotainment yang menyiarkan perseteruan antara Ahmad Dhani dan Farhat Abbas dengan mewawancarai anak di bawah umur mengenai konflik yang terjadi antara orang tua dan faktor-faktor lain di luar kemampuannya untuk memberikan jawaban secara signifikan bertentangan dengan ketentuan P3 dan SPS, serta keadaan tersebut dapat berpotensi menimbulkan dampak psikologis atau mental bagi anak yang bersangkutan (KPI, 2023).

Sebagai salah satu media massa, televisi memiliki potensi untuk memengaruhi perilaku masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Contohnya, melalui program Infotainment, media ini dapat memengaruhi opini penonton dengan mengarahkan pandangan masyarakat terhadap isu-isu yang sedang ramai dibicarakan di lingkungan mereka. Namun demikian dalam proses menerima dan menafsirkan suatu pesan atau informasi dari media massa, berbagai stimulus akan mempengaruhi dan menentukan resepsi seseorang. Stuart Hall memaparkan konsep resepsi sebagai cara di mana penonton melakukan proses decode terhadap pesan dalam media. Hall mengidentifikasi bahwa penonton mengalami decode melalui tiga perspektif atau posisi yang berbeda. Resepsi sosial yang terbentuk dari setiap individu juga dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal individu (Mulyana, 2013).

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh IDN pada tahun 2020 meskipun media digital menduduki peringkat kedua dengan akses sekitar 54,5%, televisi tetap menjadi platform utama yang diakses oleh generasi milenial, mencapai 97%. Dari data tersebut menunjukkan bahwa televisi masih menjadi media

utama generasi Y dalam mencari informasi dan berita (IDN Research Institute, 2020).

Mayoritas pengguna televisi di Indonesia berusia 50 tahun, persentase pengguna televisi di Indonesia dapat dibagi berdasarkan kelompok usia. Pada kelompok usia 50 tahun ke atas, persentasenya mencapai 23%. Sementara dari segi gender, mayoritas pengguna TV di Indonesia adalah perempuan, mencapai 51%, sementara laki-laki sebanyak 49% (Katadata, 2023). Informasi di atas membuktikan bahwa masih banyak kalangan yang masih menonton televisi sebagai pusat informasi yang mudah didapatkan.

Media massa merupakan dimensi penting dari kehidupan yang berpengaruh terhadap generasi milenial dalam hal pengetahuan, sikap, dan perilaku. Hal ini terjadi karena media massa berperan dalam proses komunikasi yaitu salah satu pusat informasi tidak terbatas yang dapat diakses oleh siapapun dan kapanpun, serta memiliki pengaruh positif dan negatif, sehingga pesan yang ada dalam media akan berpengaruh terhadap opini penerimanya (Brown, 2000).

Antar generasi yang meliputi generasi Z, Milenial dan Boomer cenderung mencari konten dengan kualitas tinggi. Mereka mengharapkan konten-konten unggul yang sesuai dengan preferensi pribadi mereka. Generasi milenial dan boomer masih mengacu pada media televisi dan radio sebagai sumber referensi. Sementara generasi Z mengacu pada media digital sebagai sumber referensi. Media utama juga masih relevan dalam proses konfirmasi sebelum informasi tersebut dipublikasikan (Anggraini & Andrian, 2020).

Siaran televisi merupakan bagian dari media massa, yaitu sarana dalam proses komunikasi massa antara komunikator (lembaga, jurnalis, presenter, produser, dan lain-lain) dan komunikan (khalayak) (McQuail, 2011). Oleh karena itu, keberhasilan media dalam proses komunikasi untuk menyampaikan pesan atau informasi tidak lepas dari peran khalayak (McQuail, 2011).

Teori analisis resepsi Stuart-Hall merupakan teori analisis yang menganggap penonton sebagai agen kultural yang aktif dalam menciptakan makna dari konten

media, tidak sekadar sebagai penerima pasif. Stuart Hall memperkenalkan konsep bahwa anggota audiens memiliki peran aktif dalam mendekode pesan media karena bergantung pada konteks sosial mereka sendiri, bahkan dapat mengubah pesan melalui tindakan kolektif (Hall, 2019).

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan perspektif antar Generasi karena generasi yang melingkupi Generasi Z, Milennial dan Boomer ini menunjukkan interaksi dan tafsiran yang berbeda-beda dalam kepentingan masyarakat. Oleh karena itu, peneliti memilih generasi milenial sebagai subjek dalam penelitian serta ingin mengetahui lebih dalam mengenai bagaimana antar generasi memaknai pesan yang diterima terhadap kelayakan tayangan dari program infotainment di TRANS TV menggunakan metode analisis resepsi Stuart Hall.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah bagaimana pemaknaan penonton televisi dari kalangan antara generasi terhadap tayangan program infotainment di televisi?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian diuraikan sebagai berikut.

1. Bagaimana penonton dari antar generasi memaknai program infotainment Insert di televisi nasional?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan penelitian diuraikan sebagai berikut.

1. Mengetahui pemaknaan penonton dari antar generasi pada program infotainment Insert di televisi nasional.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan teori analisis resepsi Stuart-Hall pada topik entertainment yang jarang dipakai oleh peneliti lain dan memberikan gambaran baru atau kontribusi terhadap masalah kelayakan tayangan program infotainment di *TRANS TV* menggunakan teori dan konsep yang berbeda. Tidak hanya itu, penelitian ini dapat menjadi salah satu dasar pengembangan atau bahan rujukan apabila peneliti lain ingin mengambil sudut pandang berbeda mengenai makna khalayak terhadap kelayakan program siaran yang ditayangkan di media televisi nasional.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan masyarakat untuk lebih selektif dalam menonton program tayangan. Selain itu, dari hasil penelitian mengenai analisis resepsi ini, diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pemilik media untuk membuat atau menayangkan program televisi agar lebih memperhatikan kelayakan program infotainment di televisi, terutama kemanfaatan dan kepentingan publik.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan kepada khalayak agar bisa ambil andil dalam mengkritisi program infotainment televisi yang dinilai tidak layak untuk ditayangkan, serta dapat memberikan masukan masyarakat untuk lebih selektif dalam menonton suatu program tayangan.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah Pertama, penelitian ini hanya difokuskan pada penonton dari antar generasi di wilayah Tangerang Selatan dan Jakarta yang mungkin tidak mencerminkan persepsi penonton di daerah lain dengan

karakteristik demografis yang berbeda. Kedua, keterbatasan dalam jumlah sampel yang terbatas hanya pada beberapa kelompok penonton juga dapat memengaruhi generalisasi hasil penelitian. Ketiga, penelitian ini lebih mengutamakan analisis resepsi, yang menekankan pada interpretasi dan pemaknaan individu terhadap tayangan program infotainment, sehingga hasilnya mungkin sangat subjektif dan tidak dapat mewakili seluruh penonton. Selain itu, terdapat keterbatasan dalam pengumpulan data yang bergantung pada wawancara dan survei, yang bisa jadi tidak sepenuhnya menggambarkan pandangan penonton yang lebih luas. Terakhir, perkembangan teknologi dan perubahan tren media yang sangat cepat juga menjadi tantangan dalam memperoleh data yang sepenuhnya up-to-date, mengingat perubahan preferensi penonton dapat terjadi dalam waktu singkat.

