



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 I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Awal abad 20 membawa banyak pembaruan media massa, baik karakteristik maupun jenisnya. Karakteristik media massa saat ini menekankan pada penyampaian pesan yang cepat, melalui sistem komunikasi massa (internet, cetak, siaran) dan ditujukan untuk menjangkau kelompok masyarakat yang beragam secara terus menerus dalam kurun waktu singkat. Pembaruan juga terjadi pada jenis media massa, yaitu dengan munculnya rekaman, radio, film, televisi dan tentunya internet (Biagi, 2015).

Sebelum internet, televisi menjadi media pertama yang mampu menyediakan dan menyampaikan pesan berbentuk audio visual. Oleh karena itu, televisi menjadi media yang sangat diminati baik oleh penonton maupun pelaku bisnis, karena perkembangannya yang pesat (Gray, 2008).

Menurut Ardianto, dkk. (2007) televisi adalah salah satu jenis media massa elektronik yang bersifat audio visual, yang bersifat langsung dan dapat membentuk sikap. Televisi berasal dari kata *tele* dan *vision*, *tele* berasal dari bahasa Yunani, yang berarti “jauh” dan *vision* dari bahasa Latin yang berarti “tampak”. Jadi, televisi berarti tampak atau dapat melihat dari jarak jauh beragam tayangan mulai dari hiburan sampai ilmu pengetahuan. Saluran televisi yang beragam membuat

masyarakat memiliki banyak pilihan untuk menyaksikan tayangan berkualitas yang sesuai keinginan masing-masing.

Televisi juga menjadi penemuan terpenting dalam teknologi komunikasi massa. Televisi telah mengubah bagaimana guru mengajar, mengubah pemerintah dalam memerintah, dan mengubah pemimpin agama dalam berkhotbah. Televisi telah mengubah sifat, cara beroperasi dan hubungan khalayaknya dengan buku, majalah, film, dan radio (Baran, 2012).

Walaupun kini posisinya mulai terancam oleh kehadiran media daring, televisi tetap punya peran penting sebagai media komunikasi massa satu arah, yang menimbulkan keserempakan dan komunikasi bersifat heterogen. Televisi merupakan media massa yang berfungsi sebagai alat pendidikan, penerangan, dan hiburan (Dominick, 2000).

Secara kasat mata, media daring dianggap mampu mengalahkan popularitas televisi, namun pada kenyataannya, televisi masih menjadi media nomor satu yang sering diakses masyarakat. Survei Nielsen Consumer Media View (Micom, 2017, para. 1) di 11 kota di Indonesia, penetrasi televisi masih yang paling unggul dengan angka 96%, disusul media luar ruang 53%, internet 44%, radio 37%, koran 7%, tabloid dan majalah 3%. Artinya, program-program televisi masih menjadi pilihan utama untuk mendapatkan informasi maupun hiburan.

Direktur Eksekutif Nielsen Media, Hellen Katherina menjelaskan “Hal ini membantah anggapan yang banyak beredar bahwa penonton TV tradisional sepenuhnya berpindah ke platform digital. Karena berdasarkan temuan ini, bahkan di kalangan pengguna internet pun, masih cukup banyak yang lebih memilih untuk

menonton TV tradisional dibandingkan mengakses konten video secara *online*,” (Micom, 2017, para. 10). Jadi dapat disimpulkan bahwa televisi masih mengalahkan internet sebagai media yang paling banyak diakses dan dipercaya.

Menurut Sakr, tanpa bisa dipungkiri, televisi juga menjadi media yang menarik bagi pemerintah, karena televisi bisa jadi perpanjangan tangan pemerintah dalam hal politik (dikutip oleh Widyatama, 2018, p.8). Baumann dan Hasenpusch juga menegaskan bahwa televisi juga menarik bagi pebisnis, karena televisi beserta iklan-iklannya membawa banyak keuntungan potensial (dikutip oleh Widyatama, 2018, p.8).

Menurut Aisyah (2013) dalam perkembangannya televisi memang menjadi suatu entitas industri, di mana televisi berubah menjadi ladang bisnis yang menggairahkan, menguntungkan dan menjanjikan. Oleh sebab itu, program di televisi banyak didasari oleh hubungan resiprokal yang mengacu pada logika pasar (Aisyah, 2013, p. 88).

Dunia pertelevisian di Indonesia berkembang cukup pesat. Terbukti dari munculnya stasiun-stasiun televisi swasta mulai tahun 1989. Awalnya Indonesia hanya punya satu stasiun televisi nasional yaitu TVRI (Televisi Republik Indonesia) yang diatur segala isinya oleh pemerintah. Apalagi sejak era reformasi dimulai, semakin banyak televisi swasta yang bermunculan (Ks, 2009).

Saat ini Indonesia memiliki 15 stasiun televisi yang bersiaran hampir di seluruh Indonesia. Hanya 1 dari 15 stasiun televisi yang milik pemerintah, yaitu TVRI. Sedangkan yang lainnya adalah stasiun televisi swasta yang telah bermunculan sejak tahun 1989, yang dipelopori oleh RCTI (Rajawali Citra Televisi

Indonesia). Seluruh stasiun televisi nasional ini berpusat di Jakarta. Jangkauan siarannya mencapai 22 sampai 32 provinsi, yang artinya menjangkau 65%-94% total wilayah di Indonesia (Widyatama, 2018).

Tabel 1.1 Stasiun TV Swasta Terbesar di Indonesia

No.	Nama Stasiun TV	Tahun Berdiri	Cakupan Wilayah	Pemilik
1.	MNC TV	1991	32 (94,11%)	MNC
2.	RCTI	1989	31 (91,17%)	MNC
3.	ANTV	1993	30 (88,23%)	Viva Media Asia
4.	Trans 7	2001	30 (88,23%)	CT Group
5.	TV One	2002	30 (88,23%)	Viva Media Asia
6.	GTV	1998	29 (85,29%)	MNC
7.	Metro TV	1999	29 (85,29%)	Media Indonesia
8.	Trans TV	2001	29 (85,29%)	CT Group
9.	Kompas TV	2011	29 (85,29%)	KKG
10.	SCTV	1990	28 (82,35%)	EMTEK
11.	R TV	2009	28 (82,35%)	Rajawali Corpora
12.	iNews	2007	27 (79,41%)	MNC
13.	Indosiar	1995	23 (67,64%)	EMTEK
14.	NET TV	2013	22 (64,70%)	Indigo Multimedia

Sumber : Widyatama, 2018

Sudah menjadi rahasia umum bahwa semakin sesuai selera pasar programnya maka semakin tinggi ratingnya. Semakin tinggi ratingnya, semakin banyak iklannya. Semakin banyak iklannya, semakin besar keuntungan bagi televisi (Aisyah, 2013).

Aisyah (2013) melanjutkan bahwa televisi akhirnya menjadi komoditas yang mengikuti kemauan pasar. Oleh sebab itu, saat ini televisi terlanjur dipandang masyarakat sebagai media informasi dan hiburan. Apapun jenis informasinya, apabila dibungkus dalam format hiburan, akan jadi lebih menjual dibanding kemasan yang serius.

Namun tak semua televisi memiliki jati diri sebagai televisi hiburan, adapula Metro TV, TV One, Kompas TV dan iNews TV yang menyatakan diri sebagai televisi berita. Sedangkan yang lain menjadi televisi berbasis informasi dan hiburan. Jenis acara yang ditawarkan televisi satu dengan televisi lainnya kurang lebih sama. Ada acara bincang-bincang, musik, *infotainment*, serial drama dan lain-lain yang dikemas dalam bentuk yang relatif sama, tujuan utamanya menghibur audiens. (Ks, 2009).

Dari seluruh stasiun televisi tersebut, NET TV merupakan stasiun televisi paling baru, yang baru muncul di tahun 2013. NET TV menyatakan bahwa mereka memiliki cara berbeda dalam menyajikan konten program. Kehadirannya membawa perubahan pada dunia pertelevisian Indonesia. Dengan mengusung moto “Televisi Masa Kini”, NET TV menghadirkan program-program baru dalam kemasan yang berbeda (NET Media, n.d.).

Tabel 1.2 Rating dan Share TV Nasional April 2018

No.	Channel	All 5+	UPP 1	UPP 2	MID 1	UPP MID 1	MID 2	LOW
1	SCTV	16,3	12,1	13,2	17,0	15,5	17,5	17,4
2	ANTV	15,5	12,0	14,3	15,6	14,9	16,8	15,9
3	IVM	12,6	11,7	12,3	11,6	11,8	13,1	15,3
4	RCTI	11,5	14,4	10,8	10,6	11,0	12,5	11,6
5	MNC TV	9,3	7,2	8,8	9,9	9,0	8,8	11,6
6	GTV	6,7	5,3	7,0	7,3	7,0	6,4	5,9
7	TRANS	6,2	7,7	7,3	6,1	6,5	5,2	6,3
8	TRANS 7	5,7	4,9	6,3	6,0	6,0	5,8	4,0
9	RTV	4,8	3,1	5,6	5,4	5,2	3,8	4,7
10	TV ONE	3,6	6,5	4,2	3,2	3,8	3,7	2,2
11	NET.	2,2	2,4	2,7	2,6	2,6	1,7	1,0
12	METRO	1,2	4,2	1,8	0,9	1,5	0,8	0,4
13	INEWS TV	1,2	2,3	1,4	1,2	1,3	1,2	0,5
14	KOMPAS TV	0,9	2,5	1,3	0,7	1,1	0,8	0,7
15	TVRI	0,6	0,9	0,6	0,6	0,6	0,5	0,6

Sumber : Data Internal NET. TV, 2018

Di usianya yang baru menginjak 4 tahun, NET berhasil mengungguli pesaing-pesaing yang usianya jauh lebih tua, seperti Metro TV, iNewsTV, Kompas TV dan TVRI.

NET TV memiliki 13 jenis tayangan yang terdiri dari NET News, NET Entertainment, NET Talkshow, NET Classic, NET Sitcom, NET Documentary, NET Magazine, NET Series, NET Concert, NET Anniversary, NET Music, NET Sport, dan NET Special (NET Media, n.d.).

Salah satu program kategori NET News yang berbeda dengan konten berita NET 10, NET 12 dan NET 24 adalah Program 86. Program 86 merupakan program jenis *information-documentary* yang diproduksi hasil kerjasama antara NET TV dengan Kepolisian Negara Republik Indonesia yang berisi kegiatan sehari-hari

anggota polisi. Program 86 berasal dari kode sandi Polri yang berarti dimengerti (NET Media, n.d.).

Program 86 ditayangkan di NET TV setiap hari pukul 22:00 WIB. Di program 86 penonton diajak untuk menyaksikan kejadian yang sesungguhnya terjadi di lapangan serta melihat sedikit sisi lain dari kehidupan pribadi polisi sebagai manusia biasa dan kedekatan mereka dengan keluarganya. Diperlihatkan juga pekerjaan polisi Indonesia mulai dari kegiatan yang ringan, seperti mendisiplinkan pengguna lalu lintas, sampai kasus berat kepolisian. Singkatnya, acara ini menampilkan kinerja polisi dalam melayani masyarakat.

Kegiatan tilang menilang menjadi tayangan yang pasti ada dalam program 86. Setiap pengendara yang kena tilang pasti dapat surat tilang dan tidak boleh memberikan sogokan. Semua proses tilang dilakukan sesuai prosedur. Di tengah krisis kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian, 86 hadir dan memperlihatkan profesi polisi dengan sisi yang berbeda. Profesionalitas dan kerja sama tim polisi dalam 86 secara jelas menunjukkan kinerja polisi yang baik, tak seperti persepsi masyarakat pada umumnya.

Kapolri Jendral Tito Karnavian mengakui bahwa masih banyak kelemahan dalam bidang lalu lintas. Menurutnya, budaya negatif dan korupsi di bidang lalu lintas masih sangat menempel di masyarakat. Kegiatan tilang yang berujung korupsi masih sering terjadi, dan hal ini yang perlu dievaluasi oleh korps lalu lintas menurut Kapolri Jenderal Tito Karnavian (dikutip oleh Amelia, 2017, para. 2).

Hasil survei The Indonesian Human Rights pada 500 warga DKI Jakarta mengenai kinerja kepolisian menunjukkan hasil bahwa sebesar 61% responden tidak puas dan sisanya sebanyak 33% merasa puas. Hal ini menunjukkan lebih banyak persentase masyarakat yang tidak puas dengan kinerja polisi dan berakhir dengan persepsi negatif pada kepolisian (Febrianti dan Maulana, 2013).

Persepsi tentang Polantas yang masih negatif ini membuat peneliti ingin menelusuri lebih jauh, apakah dengan adanya terpaan tayangan 86, ada pengaruh terhadap persepsi penonton tentang Kinerja Polantas.

Tabel 1.3 Jumlah penonton program 86 berdasarkan regional
April 2018

<i>Program</i>	<i>Channel</i>	<i>Program type</i>	<i>Market</i>	<i>Average number of audience</i>
86	NET	Information : Documentary	Jakarta	966.636
			Surabaya	255.069
			Medan	117.810
			Semarang	22.356
			Bandung	157.387
			Makassar	22.484
			Yogyakarta	56.220
			Palembang	51.953
			Denpasar	28.647
			Banjarmasin	20.063

Sumber: Data Internal NET. TV, 2018

Penonton 86 berasal dari berbagai kota di Indonesia, namun berdasarkan tabel jumlah penonton periode Januari-April 2018, penonton 86 paling banyak di daerah Jakarta. Sebanyak 966.636 warga Jakarta menonton NET 86, jumlah ini merupakan jumlah paling banyak dibandingkan kota-kota lain yang diteliti. Oleh sebab itu, untuk meneliti dampak tayangan 86, penulis memilih responden yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dituliskan di atas, peneliti ingin membuat sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh Terpaan Program 86 NET TV terhadap Persepsi Kinerja Polisi Lalu Lintas: Survei pada Penonton 86 di DKI Jakarta”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, televisi merupakan media yang menempati urutan pertama yang paling banyak diakses dan dipercaya. Hal ini menunjukkan bahwa televisi punya kekuatan besar dalam pembentukan persepsi dan sikap. Industri televisi terus berkembang dan pada tahun 2013 NET TV hadir dan menawarkan program dalam kemasan berbeda. Salah satunya adalah 86, program *reality show* yang menampilkan kegiatan polisi sehari-hari. Program 86 menamakan diri sebagai program *reality show* atau *information documentary*, akan tetapi, apa yang ditampilkan di 86 tidak sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan. Salah satunya terdapat perbedaan antara kinerja polisi lalu lintas yang diperlihatkan di program 86 dengan kinerja polisi lalu lintas dalam persepsi masyarakat. Oleh

sebab itu, penelitian ini akan mengkaji: Apakah terdapat Pengaruh Program 86 NET TV terhadap Persepsi Kinerja Polisi Lalu Lintas?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian dari rumusan masalah tersebut, maka peneliti mengidentifikasi pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh terpaan Program 86 NET TV terhadap persepsi kinerja Polisi Lalu Lintas?
2. Seberapa besar pengaruh terpaan Program 86 NET TV terhadap persepsi kinerja Polisi Lalu Lintas?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah

1. Mengetahui adanya pengaruh terpaan Program 86 NET TV terhadap persepsi kinerja Polisi Lalu Lintas.
2. Mengetahui besarnya pengaruh terpaan Program 86 NET TV terhadap persepsi kinerja Polisi Lalu Lintas.

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

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Menurut peneliti, hasil penelitian ini dapat dijadikan informasi dan dokumentasi ilmiah untuk perkembangan penelitian ilmu pengetahuan terutama di bidang komunikasi, khususnya dalam hal dampak tayangan televisi.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membawa wawasan baru khususnya bagi peneliti maupun mahasiswa juga masyarakat tentang bagaimana dampak program 86 terhadap persepsi penonton 86 di DKI Jakarta tentang kinerja polisi lalu lintas.

Hal ini dapat memberi informasi bahwa media beserta program-programnya memiliki kekuatan besar yang dapat memengaruhi persepsi audiensnya.

Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai masukan dan evaluasi terhadap pihak stasiun televisi untuk menghasilkan program yang bermanfaat, variatif, berdampak positif agar masyarakat yang menonton mendapatkan manfaat yang baik.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian mengenai dampak program 86 ini diharapkan dapat memberikan informasi bahwa apa yang disaksikan di televisi bisa

mempengaruhi persepsi penontonnya. Sehingga orang tua lebih berhati-hati dalam mengawasi anaknya saat menonton televisi.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Untuk melakukan penelitian ini penulis memiliki keterbatasan penelitian. Adapun keterbatasan penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Teknik sampling yang digunakan adalah nonprobabilitas, karena tidak ada data populasi yang spesifik yang bisa dijangkau keseluruhannya.
2. Penelitian hanya dilakukan pada penonton 86 di DKI Jakarta.
3. Data-data yang diakses merupakan data dari 4 tahun terakhir (terhitung dari tahun 2013) sejak kemunculan program 86 sampai yang paling terbaru.
4. Jumlah populasi yang dipakai merupakan rata-rata populasi penonton 86 pada April 2018, sesuai dengan waktu penelitian.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA