

BAB I

PENDAHULUAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Latar Belakang Masalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Televisi adalah media massa yang paling efektif saat ini, dengan sifat audio dan visualnya. Televisi mampu menimbulkan pengaruh yang kuat kepada pemirsanya. Melalui kegiatan menonton televisi, manusia dapat memahami dan mengerti informasi yang disampaikan. Manusia dapat menilai informasi sebagai pesan mendidik, menghibur, serta mempengaruhi para pemirsanya melalui berbagai cara penyampaiannya.

Banyak sekali stasiun pertelevisian nasional Indonesia menjadikan negara ini memiliki beragam program acara televisi menarik. Perkembangan program acara pertelevisian Indonesia semakin lama semakin baik mulai dari visual, audio, peralatan, 3D, dan lainnya dimana semua mendukung kualitas program acara tersebut.

Teknologi televisi bermula dari penemuan *electrische teleskop* sebagai perwujudan dari gagasan seorang mahasiswa Berlin (Jerman Timur) yang bernama Paul Gothlieb Nipkow. Ia memanfaatkan *electrische teleskop* untuk mengirim gambar dari udara dari suatu tempat ke tempat yang lainnya. Hal itu terjadi antara tahun 1883-1884. Karena penemuannya itu, Nipkow diakui sebagai Bapak Televisi.

Sejak penemuan televisi, di berbagai negara di dunia mulai diperkenalkan televisi sebagai sarana yang dapat memberikan informasi kepada masyarakat umum. Televisi diperkenalkan di Indonesia sekitar tahun 1962 yaitu bertepatan pada pelaksanaan olahraga Asia IV (Asian Games IV) di Jakarta. Adanya televisi



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



membawa perubahan dalam dunia komunikasi baik dalam bidang pendidikan, informasi, dan hiburan.

Melalui televisi dapat diinformasikan berbagai hal yang berkaitan dengan kehidupan manusia. Bahkan dengan munculnya televisi di Indonesia sangat besar dampaknya dalam kehidupan manusia terutama pada bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, dan pertahanan keamanan negara. Di samping itu, keberadaan tayangan televisi disinyalir dapat menimbulkan budaya *konsumerisme*, sebagai akibat munculnya iklan-iklan di televisi yang dapat merangsang masyarakat untuk mengonsumsi barang-barang yang diiklankan itu.

Namun demikian selain dampak negatif di atas, televisi dapat berperan sebagai sarana yang sangat penting untuk mengkomunikasikan hasil-hasil yang telah dicapai dalam pembangunan nasional. Peran lain dari media televisi adalah sebagai media pendidikan, karena melalui penyayangan yang beragam acara akan dapat memberikan pendidikan kepada masyarakat luas tentang sesuatu hal yang belum dan ingin diketahui oleh masyarakat.

Melalui media televisi itulah masyarakat akan mendapat tambahan pengetahuan tentang hal baru. Lebih jauh lagi, televisi dapat dimanfaatkan sebagai kontrol sosial masyarakat terhadap seluruh aspek kehidupan masyarakat karena televisi dapat membeberkan fakta-fakta suatu fenomena yang terjadi di masyarakat serta dapat menggalang opini publik. Oleh karena itu, dengan adanya televisi diharapkan masyarakat diajak berpikir kritis dan dapat menyaring hal-hal positif untuk kemajuan manusia.

Program acara televisi semakin berkembang dari waktu ke waktu. Berkembangannya terasa mulai dari ide suatu acara hingga teknologi yang digunakan dalam proses pembuatan program televisi tersebut. Seperti yang kita ketahui, pada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



masa awalnya, program acara televisi hanya sebatas untuk informasi. Lama Kelamaan televisi juga ikut berkembang menjadi sarana pendidikan dan hiburan.

Munculnya TVRI sebagai stasiun televisi satu-satunya di Indonesia. TVRI menjadi dominasi saat itu di Indonesia dengan acara pertama, yaitu program liputan ASEAN dan acara peringatan proklamasi. Tak lama kemudian, pemerintah mulai memperizinkan masing-masing daerah untuk membangun stasiun daerah di daerah masing-masing seperti Yogyakarta, Medan, Surabaya.

Setelah puluhan tahun memberi hak pada TVRI untuk mendominasi acara program televisi, munculah TV swasta, dimana TV-TV ini memiliki hak yang sama dengan TVRI untuk melakukan penyiaran program acara. TV swasta pertama yang muncul adalah RCTI, diikuti oleh SCTV, dan selanjutnya. Acara yang disiarkan televisi swasta ini tidak hanya sebatas berita informasi saja, tetapi mulai adanya acara hiburan untuk anak-anak hingga orang dewasa.

Program acaranya dimulai dari acara berita, serial cartoon untuk anak-anak, hingga film *Hollywood* seperti *Baywatch*, *McGyver*, dan lain-lain. Ada pula acara komedi seperti lenong rumpi, Lika Liku Laki-Laki, hingga Jin dan Jun. Program acaranya lainnya yaitu program Kuis, antara lain Apa Ini Apa Itu, Kata Berkait, Telekuis Jari-Jari, dan masih banyak lagi.

Program acara sinetron pun sudah ada sejak dahulu dan tetap mendominasi *rating* dari jaman dahulu hingga sekarang. Hanya saja acara sinetron jaman dahulu sifatnya lebih mendidik dan lebih memiliki nilai budaya dan kekeluargaan yang tinggi. Program sinetron jaman dahulu dimulai dengan film Keluarga Cemara, Si Doel Anak Sekolahan, dan lain-lain.

Selain film televisi sinetron Indonesia, adapula serial drama sinetron barat dan *Telenovela*. Adanya *Telenovela* membawa angin segar dalam program televisi. Acara

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Telenovela pada zaman dulu dimulai dengan adanya *Telenovela* dewasa hingga anak-anak. Dimulai dengan Maria Mercedes, Esmeralda, hingga Rosalinda dan untuk *Telenovela* anak-anak ada *Maria Bellen*, *Dulce maria*, *Carita De Angel*, dan lain-lain. Ada pula acara Musik, Olahraga, hingga *Variety Show* pun tidak ketinggalan, mulai acara MTV hingga acara Pesta dan Gebyar BCA.

Perkembangan *entertainment* saat ini semakin maju dan berkembang. Banyaknya program-program acara *entertainment* saat ini berlomba-lomba untuk menyajikan program-program terbaik. Kemunculan program tersebut juga didukung oleh perkembangan teknologi yang semakin maju membuat masyarakat tetap sadar akan keberadaan teknologi-teknologi baru yang ada di sekitarnya.

Era industri televisi seperti saat ini, di mana hampir seluruh masyarakat tidak dapat lepas dari terpaan media, khususnya televisi, maka pada dasarnya para pengelola media massa memiliki peranan yang sangat besar dalam menentukan gambaran realitas dari kenyataan yang sebenarnya. fungsi memberikan penerangan (informasi), pendidikan, mempengaruhi dan mengisi waktu luang atau senggang Namun dalam kenyataannya, penggunaan televisi baik oleh stasiun televisi maupun masyarakat penontonya justru lebih cenderung digunakan sebagai media hiburan dibanding fungsi sosial lainnya. (Williams, 2009)

Perkembangan teknologi mencakup banyak hal, tak terkecuali pada bidang teknologi saja, tetapi juga berdampak pada bidang komunikasi. Kemajuan teknologi yang pesat telah melahirkan banyak inovasi sehingga proses komunikasi menjadi lebih efektif. Salah satu inovasi yang bidang komunikasi dan *entertainment* adalah sistem poling sms.

Saat ini, hampir semua program *entertainment* menggunakan teknik *polling* sms sebagai alat survey untuk menentukan pemenang dalam suatu program baik program awards, *beauty pageant*, sampai musik.

Acara ini mengajak partisipasi khalayak untuk mendukung kontestan. Ada dua cara yang umumnya dapat digunakan untuk mendukung para kontestan yakni melalui SMS Premium dan Poling Telepon. Mekanisme tersebut memberikan



kesempatan khalayak untuk menilai siapa yang pantas dan tidak pantas tampil pada minggu berikutnya. Hal ini rasanya cukup *fair* karena khalayak sendiri yang melakukan penilaiannya. Pemenang ajang kontes ini adalah mereka yang mendapat dukungan terbanyak melalui mekanisme polling tersebut. (Kompas, Maret 2013)

Industri hiburan tidak lepas dari media konvergensi dimana memicu semakin banyaknya perkembangan program televisi. Saat ini hampir semua program tv menggabungkan dengan sistem internet. Internet saat ini bukan lagi hal baru bagi masyarakat. Program televisi saat ini menggunakan internet sebagai bantuan media iklan demi mempertahankan rating program.

Seluruh pertunjukan ini menggunakan *social media* dengan intensif guna meningkatkan *audience shares* dan *rating*. Bukti konkretnya adalah bagaimana kita bisa menemukan akun *twitter* tidak hanya untuk acaranya, tetapi juga jurinya, kontestannya, bahkan basis penggemar kontestannya. (Kompasiana, April 2013).

Saat ini sistem *franchise* program sedang marak. Diawali dengan kemunculan program Indonesia Idol tahun 2004 silam, yang kemudian maraknya *franchise* program semakin banyak. Menurut penulis, *franchise* program itu sendiri dilatarbelakangi oleh gengsi dan pengaruh globalisasi, apalagi seperti kita tahu bahwa Indonesia terkenal dengan sistem *copycat* atau menjiplak program luar negeri. Tetapi banyak pihak yang mengatakan adanya sistem beli program bukan semata-mata karena *copycat* tetapi untuk memperbaiki program televisi Indonesia.

Memperbaiki program-program di luar TV Internasional mungkin bisa menjadi solusi, tapi *it takes time. So, better* memikirkan strategi internal Televisi untuk mengemas acara menjadi lebih elegan dari berbagai aspek: visual editing, audio, MC, stages, pengambilan gambar, dan iklan-iklan yang dikemas lebih menarik & tidak terlalu berlebihan. (Kompasiana, April 2013)

Industri pertelevisian sekarang bisa dikatakan mengalami perkembangan yang signifikan. Stasiun televisi berlomba-lomba untuk menjadikan televisinya sebagai televisi dengan pemirsa terbanyak. Oleh karena itu mereka harus bersaing untuk menarik minat penonton. Mengaplikasikan program acara luar negeri juga dilakukan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



oleh berbagai stasiun televisi. Program acara luar negeri yang terbilang cukup sukses di negaranya di aplikasikan ke program acara di Indonesia dengan judul acara yang sama.

Sebagai contoh program acara Indonesian Idol. Program acara *talent show* di dunia semakin marak, baik di Indonesia hingga di luar negeri. *Indonesian Idol* merupakan acara *talent show* yang asalnya berasal dari Amerika Serikat, yang dinamakan *American Idol*, kemudian disusul oleh berbagai negara dengan nama acara sesuai negara mereka masing-masing dan diikuti oleh kata *idol* yang berarti idola. Tak mau kalah bersaing dengan negara luar, Indonesia juga ikut membeli *license* Idol tersebut dan muncullah acara talent show *Indonesian Idol*.

Acara *talent show* bisa terhitung banyak, seperti AFI (Akademi Fantasi Indonesia), Mamamia, Indonesia mencari Bakat, Selain itu ada pula acara *Indonesia Got Talent* dan kini yang terbaru adalah *X-Factor* dan *The Voice* Indonesia. Dengan maraknya acara *talent show* di Indonesia, mereka berlomba-lomba menyajikan acara menarik dengan format yang berbeda-beda.

Konsep yang ditawarkan *X-Factor* Indonesia adalah dengan memberikan kesempatan para peserta mulai dari umur 10 tahun hingga lebih dari 40 tahun. *X-Factor* memberikan kesempatan bagi semua masyarakat tanpa batasan umur. Berbeda dengan Indonesia idol dimana faktor usia dapat menghambat seseorang untuk tidak mengikuti audisi dikarenakan terdapat batas usia dalam peraturannya. Proses audisi pun yang tidak hanya disaksikan oleh ke-4 juri saja tetapi juga disaksikan oleh ratusan penonton. Menurut penulis, konsep acara yang ditawarkan *X-Factor* Indonesia lebih menarik dengan melakukan pembagian kategori terhadap para finalis.

Kategori dibagi menjadi 4 bagian dimana masing-masing kategori akan dimentori oleh masing-masing juri. Kategori-kategori tersebut antara lain: Solo pria

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



usia 15-24 tahun, Solo Wanita usia 15-24 tahun, Solo pria / wanita usia 25 tahun ke atas, dan Grup. Dengan begitu, bukan saja para kontestan yang berkompetisi, tetapi juga para juri juga ikut berkompetisi agar para kontestan masing-masing kategori dapat melaju ke babak final dan menjadi pemenang.

Program *talent show The Voice* Indonesia berbeda dengan *X-Factor* Indonesia.

Program acara *The Voice* ini, memiliki proses audisi yang berbeda dari acara *talent show* lainnya. Dalam acara ini mereka menggunakan *blind audition system* dimana para juri tidak dapat melihat wajah dari sang penyanyi, jadi para juri masing-masing akan menjadi juri sekaligus mentor, dimana mereka memilih para kontestannya untuk dijadikan salah satu anggota para juri.

Jadi dalam audisi ini bisa dipastikan, para juri hanya bisa menilai 100% dari mendengar suaranya saja, tanpa melihat wajah kontestan. Hal ini merupakan hal baru dalam konsep suatu program. Menurut penulis, adanya konsep *blind audition* membuat acara *The Voice* Indonesia semakin diminati.

Para kontestan *blind audition* dipilih berdasarkan ratusan bahkan ribuan video dan *email* yang dikirimkan masyarakat kepada Indosiar dan Indosiar akan memilih kembali manakah para kontestan yang memiliki bakat luar biasa yang akan bertemu dengan juri di *blind audition*. Seluruh kontestan memiliki suara dan bakat yang luar biasa. Audisi yang terbilang serius dan dipastikan semua bisa bernyanyi.

Menurut penulis, peningkatan program hiburan saat ini diciptakan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan para khalayak atau *audience*. Kepuasan akan tercipta setelah terpenuhinya kebutuhan Teori yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan adalah teori *Expectancy Values* mencakup *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI BIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tingkat kepuasan penonton program *The Voice* Indonesia dan *X – Factor* mungkin berbeda. Perbedaannya bisa berdampak dari stasiun televisi yang menyelenggarakannya, konsep program yang ditawarkan, hingga peserta-pesertanya yang dianggap lebih menonjol. Adapun alasan utama penulis untuk meneliti kedua program ini adalah untuk mengetahui motif, kepuasan, dan tingkat kepuasan dalam menonton program acara *The Voice* Indonesia dan *X – Factor* Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut bagaimana kesenjangan kepuasan penonton dalam menonton program acara *X – Factor* dan *The Voice Indonesia* ?

C. Identifikasi Masalah

1. Apakah terdapat perbedaan motif penonton dalam menonton program acara *X – Factor* dan *The Voice Indonesia* ?
2. Apakah terdapat perbedaan kepuasan penonton dalam menonton program acara *X – Factor* dan *The Voice Indonesia*?
3. Apakah terdapat kesenjangan kepuasan (*satisfaction gap*) penonton dalam menonton program acara *X – Factor* dan *The Voice Indonesia*?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dilindungi IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Identifikasi masalah yang telah dipaparkan di atas, penelitian ini

bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui motif penonton dalam menonton program acara *X – Factor* dan *The Voice Indonesia*.
2. Untuk mengetahui kepuasan penonton dalam menonton program acara *X – Factor* dan *The Voice Indonesia*.
3. Untuk mengetahui kesenjangan kepuasan (*satisfaction gap*) dalam menonton program acara *X – Factor* dan *The Voice Indonesia*.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan berupa kasus-kasus mengenai motif, kepuasan, dan tingkat kepuasan penonton terhadap media massa, penyiaran televisi, program televisi, produksi televisi, dan *Media programming*.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kepustakaan dalam bidang kajian penyiaran dan selain itu diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan informasi bagi pihak yang berkepentingan, antara lain perusahaan *franchise*, produksi periklanan televisi, produksi televisi, dan dunia internasional.

2. Manfaat Praktis

Memberikan manfaat bagi peneliti sendiri guna menerapkan ilmu yang diperoleh dalam perkuliahan yaitu ilmu komunikasi *broadcasting* dan penggunaan teori dalam pembahasan masalah serta untuk menambah wawasan pengetahuan dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

komunikasi bidang penyiaran khususnya pengetahuan tentang proses keefektifan konsep baru yang muncul pada masyarakat serta dampak yang ditimbulkan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai perbedaan motif, kepuasan, dan kesenjangan kepuasan (*satisfaction gap*) kualitas baik dalam program acara *X Factor* dan *The Voice* Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

