

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Teori *uses and gratifications (U&G)* menyatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih media serta menggunakan media. Herbert Blumer, Elihu Katz dan Michael Gurevitch meyakini bahwa khalayak memilih media yang sesuai dengan kebutuhan tidak hanya untuk menemukan kebutuhan saja, melainkan juga memenuhi kepuasan tertentu. Artinya, teori *U&G* mengamsumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan secara alternatif untuk memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2007:192). Maka pada teori *U&G* menjelaskan bahwa ada banyak alasan mengapa khalayak untuk memilih dan menggunakan media massa yang dipilih serta memberikan tanggapan tentang isi media secara berbeda-beda, karena setiap khalayak memiliki kebutuhan yang berbeda-beda.

U&G merupakan teori yang menyatakan bahwa setiap khalayak pada dasarnya telah menggunakan media massa berdasarkan dengan motif-motif tertentu. Khalayak menganggap media selalu berusaha untuk memenuhi motif- motif yang dibutuhkan (Kriyantono, 2006:208). Dengan kata lain, apabila motif ini terpenuhi dan sesuai dengan kebutuhan khalayak, maka media tersebut dinyatakan media yang efektif dan memberikan petunjuk dengan adanya motif tersebut, apakah khalayak puas setelah menggunakan media.

Dalam teori *U&G*, menjelaskan bagaimana setiap individu yang menggunakan atau mengkonsumsi media serta efek yang akan ditimbulkan melalui model teori nilai-harapan. Teori nilai-harapan ini menyatakan bahwa

perhatian audiens terhadap isi media ditentukan oleh sikap yang dimilikinya. Menurut Palmgreen, dalam buku Morissan (2010:85), kepuasan yang diperoleh seseorang melalui media itu ditentukan juga oleh sikap individu tersebut terhadap media yang digunakan.

Sikap individu ini terdiri atas kumpulan kepercayaan serta evaluasi, sehingga dalam teori nilai-harapan ini, menurut Kriyantono (2014:336), dapat diketahui pada konsep (*gratifications sought* atau GS) mengacu pada kepuasan yang dicari oleh khalayak pengguna suatu media tertentu, dan sedangkan (*gratifications obtained* atau GO) mengacu pada kepuasan yang didapatkan oleh khalayak setelah menggunakan atau mengkonsumsi suatu media tersebut. Sehingga dapat diketahui bahwa khalayak sudah terpuaskan oleh terpaan dan isi media massa yang sudah dipilihnya.

Jika GS lebih besar dari GO, maka media tersebut terbilang tidak dapat memberikan kepuasan terhadap khalayak. Sementara jika nilai GS lebih kecil dari GO, maka media tersebut dapat dikatakan berhasil dalam memberikan kepuasan apa yang dibutuhkan kepada khalayaknya, (Kriyantono, 2014:341). Dengan demikian, kepuasan menjadi penting untuk melihat seberapa besar pengaruh dan penggunaan suatu media yang dipilih dan yang digunakan oleh setiap khalayak, dan kepuasan setiap khalayak yang berbeda-beda dapat diukur melalui kesenjangan kepuasan yang sudah dijelaskan.

Jika dikaitkan dengan teori U&G, yang menyatakan khalayak dinilai aktif dalam mengonsumsi media, memunculkan persaingan yang ketat antar dunia pertelevisian. Hal tersebut mendorong hadirnya beragam tayangan yang dikemas oleh stasiun-stasiun televisi untuk dapat menarik khalayak

pemirsanya. Oleh karena itu, kepuasan menjadi penting untuk dapat melihat bagaimana respon atau tanggapan penonton mengenai tayangan yang disajikan oleh media.

Televisi memiliki berbagai macam gelombang siaran atau biasa disebut dengan *channel tv*. Di setiap stasiun televisi pasti memiliki program yang berbeda-beda dan memiliki berbagai macam jenis format televisi, mulai dari drama (fiksi) diantaranya: tragedi, aksi, komedi, cinta, legenda, dan horor. Format nondrama (nonfiksi) diantaranya: musik, *magazine show*, *talk show*, *variety show*, *game show*, dan kuis, terakhir adalah berita *news*, diantaranya: *features*, *sport*, dan *news* (Naratama, 2004:64).

Penulis tertarik untuk meneliti salah satu dari jenis format program nondrama (nonfiksi) yaitu format kuis yang merupakan sebuah program acara permainan, yaitu pembawa acara memberikan pertanyaan dan para peserta harus menjawab pertanyaan yang sudah diberikan. Untuk format kuis ini memerlukan kemampuan serta keberanian dalam memberikan jawaban. Selain itu, format kuis yang penulis pilih memiliki sisi unik tersendiri, dimana program lainnya tidak memiliki format seperti ini, dikarenakan kuis pada program ini dikemas secara komedi.

Penulis memilih salah satu program kuis yaitu program Waktu Indonesia Bercanda (WIB) yang disiarkan pada stasiun televisi Net Tv. WIB selalu menampilkan berbagai macam pertanyaan dan jawaban yang dikemas secara komedi. Program acara ini ditayangkan setiap hari Senin – Jumat pukul 18.00 WIB dan Sabtu – Minggu pukul 19.00 WIB. Acara WIB ini dipandu oleh pelawak yang berasal dari Surabaya yang sering dipanggil

dengan sebutan Cak Lontong, dan didampingi oleh rekannya yaitu Fitri Tropika dan Nabila Putri.

Dalam program WIB selalu turut mengundang 2 hingga 3 tamu artis untuk dijadikan peserta, WIB selalu memberikan pertanyaan berupa TTS yang merupakan singkatan dari Teka-Teki Sulit, namun dengan jawaban yang memiliki logika terbalik, sehingga membuat peserta maupun penonton merasa jengkel namun terhibur. Selain ada tamu yang turut diundang sebagai peserta, WIB sendiri juga memiliki peserta yang bersifat tetap yaitu, Denny Chandra, Bedu, Arie Kriting, dan Peppy. Penulis memilih program WIB dikarenakan program tersebut memiliki rating yang cukup tinggi, hal ini diungkapkan oleh produser WIB (www.jawapos.com) diakses pada Kamis, 09 November 2017 pukul 19.05.

“Keunikan yang dimiliki WIB, yang pertama WIB satu-satunya program yang menampilkan kuis yang dikemas secara komedi, yang bisa disebut parodi kuis. Kedua, WIB memiliki presenter yaitu Cak Lontong yang memiliki gaya berkomi khas, dengan memainkan logika terbalik. Ketiga, WIB merupakan satu-satunya program yang membuat orang jengkel, namun terhibur. Dan program WIB ini menasar kesemua umur, kecuali dibawah umur 5 tahun (Wawancara dengan Moch Boenix Nurwega selaku *Associate producer*, pada Kamis 9 November 2017, pukul 22,12).

Sebelum WIB ada beberapa program kuis yang lebih dulu tayang didunia pertelevisian di Indonesia. Contohnya, Berpacu Dalam Melodi tayang pada tahun 1988 di stasiun televisi TVRI, namun pada tahun 2017 program ini telah pindah tayang pada stasiun televisi Trans7, program ini memiliki format kuis dengan menebak beberapa potongan lagu atau menebak

judul lagu (dalam www.trans7.co.id, diakses 12 desember 2017). Berpacu dalam melodi merupakan program kuis yang cukup digemari oleh penonton, berpacu dalam melodi memiliki pertanyaan dimana peserta harus menjawab sebuah potongan lagu yang hanya berdurasi beberapa detik saja, dan setiap segmennya pembawa acaranya yang dikenal David naif sering membawakan program ini dengan menarik, hal ini dapat diketahui melalui penonton yang menikmati program berpacu dalam melodi. Namun saat Berpacu dalam melodi pindah pada stasiun televisi yang lainnya, penonton merasa kurang tertarik kembali untuk melihat program tersebut.

Kemudian, pada tahun 1996 stasiun televisi ANTV meluncurkan program Family 100, namun program ini pindah tayang pada stasiun televisi Global Tv pada tahun 2017. Dalam program ini 2 keluarga/kelompok berusaha untuk menebak jawaban terbanyak dijawab berdasarkan hasil survei kepada 100 orang (<http://gtv.id/program/1974/Family-100>, diakses 12 desember 2017). 2 keluarga/kelompok harus bertarung untuk mendapatkan jawaban yang benar dan mendapatkan point yang besar. Pada segmen akhir, dimana salah satu keluarga/kelompok menjadi pemenangnya, namun untuk mengetahui nominal hadiah yang akan bisa dibawa pulang, beberapa anggota keluarga/kelompok harus diberi pertanyaan yang akan diberikan oleh pembawa acara. Menurut penonton, mereka kurang tertarik pada program ini, karena menurut mereka tayangan family 100 biasa-biasa saja.

Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian mengenai kepuasan penonton Surabaya dalam menonton Waktu Indonesia Bercanda, karena peneliti memiliki beberapa alasan. WIB merupakan salah satu pesaing dari sekian banyak program televisi yang menyiarkan format kuis yang

dikemas secara komedi, dan menampilkan konten yang berhubungan dengan jawaban yang memainkan logika terbalik. Penulis melakukan riset kecil dengan cara mewawancarai penonton WIB dari Surabaya, Nanda berusia 20 tahun, mahasiswi dari Universitas Wijaya Kusuma mengatakan bahwa ia menonton WIB 3 – 4 kali dalam seminggu, ia merasa bahwa program WIB bisa menghibur dirinya dan bisa melepaskan rasa stres, dan benar-benar melupakan kegelisahan dalam dirinya.

Arlagan berusia 21 tahun, mahasiswa dari ITS mengatakan bahwa ia juga menonton WIB hampir setiap hari, Arlagan merasakan bahwa program WIB merupakan program yang berbeda dengan program lainnya, dikarenakan WIB memiliki gaya tersendiri untuk menghibur khalayaknya, dengan cara mempermainkan logika orang. WIB juga mempunyai maskot yang sangat digemari olehnya yaitu Cak Lontong yang memiliki gaya berkomedis khas, dengan memainkan logika terbalik.

Johan Christian berusia 27 tahun, seorang pekerja mengatakan bahwa ia juga menonton WIB 3 – 4 kali dalam seminggu, Johan merasakan bahwa program WIB bisa membuat dirinya bisa berinteraksi sosial dengan keluarganya untuk menjawab pertanyaan yang diberikan oleh Cak Lontong dan memiliki daya tarik kesenangan tersendiri, dimana Johan dapat melupakan kegelisahan dalam dirinya.

Penonton juga merasa bahwa WIB sangat terhibur dengan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh Cak Lontong, namun seringkali jawaban yang diberikan oleh peserta selalu salah, dan tidak terima atas jawaban yang telah diberikan oleh Cak Lontong. Selain memberikan jawaban

yang benar Cak Lontong harus memberikan penjelasan mengapa jawaban itu yang benar, hal ini membuat penonton dapat menghilangkan kejenuhan dalam dirinya. Sehingga penonton merasa puas atas apa yang sudah diberikan oleh WIB, karena program ini sangat menghibur dan bisa melupakan kegelisahan dalam dirinya.

Penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini untuk mengetahui kepuasan yang dicari GS dan kepuasan yang diterima GO oleh penonton Surabaya yang menonton program Waktu Indonesia Bercanda. Hal ini dilakukan karena untuk mengukur kepuasan, peneliti membandingkan GS dan GO dan melihat kesenjangan diantara GS dan GO atau *discrepancy gratifications*.

Penelitian mengenai kepuasan sebelumnya telah beberapa kali dilakukan. Penulis memberikan penelitian terdahulu yang terkait dengan Kepuasan, yaitu milik Zurrahmi Rilfani Massa, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya pada tahun 2015. Penelitian Zurrahmi berjudul Kepuasan Masyarakat Surabaya dalam menonton program Musik BREAKOUT. Perbedaan dari penelitian penulis adalah menggunakan program kuis yaitu Waktu Indonesia Bercanda, tetapi memiliki objek yang sama yaitu Kepuasan.

Pemilihan kota Surabaya sebagai lokasi penelitian dikarenakan hasil wawancara via pesan *whatsapp* dengan Moch Boenix Nurwega selaku *associate producer* program WIB. Berdasarkan wawancara dengan *associate producer* program WIB mengatakan bahwa Surabaya berada pada salah satu diantara 10 kota besar yang memiliki rating yang tinggi yakni Jakarta, Bandung, Jogjakarta, Medan, Semarang, Makassar, Palembang, Denpasar, Banjarmasin (Wawancara dengan Moch Boenix Nurwega selaku *associate*

producer pada Kamis, 9 November 2017). Selain itu, Surabaya memiliki penonton terbanyak nomor 3 setelah Jakarta dan Bandung, hasil ini didapatkan dari *The Nielsen Company* diakses pada 10 Desember 2017. Jakarta memiliki 254.030 penonton, Bandung memiliki 43.318 penonton dan Surabaya memiliki 35.010 penonton.

Penulis melakukan penelitian terhadap penonton Surabaya yang berusia 17 – 60 tahun, namun target penonton yang sudah ditetapkan oleh WIB adalah semua umur namun tidak untuk dibawah 5 tahun, hal dipaparkan oleh *associate producer* WIB yaitu Moch. Boenix Nurwega. Tetapi penulis memilih penonton yang berusia 17 – 60 karena penulis memiliki syarat ketentuan yang harus ditentukan oleh responden yaitu responden harus memiliki KTP Surabaya, dan pastinya yang memiliki KTP minimal harus berusia 17 tahun.

Responden yang dipilih oleh penulis setidaknya sudah pernah menonton program WIB sebanyak kurang lebih 3 kali dalam seminggu terakhir saat kuesioner dibagikan kepada responden, karena berdasarkan teori behaviorisme *law of effect* yang mengatakan bahwa perilaku yang tidak mendatangkan kesenangan maka tidak akan diulang, yang artinya penonton tidak akan menonton program tersebut bila program yang dipilih tidak memberikan pemuasan pada kebutuhan penonton (Rakhmat, 2012: 205).

Kota Surabaya memiliki profil penonton terbanyak nomor 3 dari kota Jakarta dan Bandung, maka penulis mengambil keputusan untuk meneliti kepuasan apa yang dicari dan apa yang didapatkan oleh penonton yang berusia 17 – 60 tahun Surabaya dalam menonton program WIB di Net Tv. Pendekatan yang digunakan penulis adalah pendekatan kuantitatif

dengan jenis penelitian eksplanatif. Sedangkan metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode survei dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data.

I.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan tema yang telah ditentukan maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

“Bagaimanakah Kepuasan Penonton Surabaya dalam menonton program “Waktu Indonesia Bercanda” di Net Tv?”

I.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang sudah dikemukakan, maka penelitian ini dilakukan berdasarkan tujuan yang ingin dicapai sebagai berikut:

Untuk mengetahui Kepuasan Penonton Surabaya dalam menonton program “Waktu Indonesia Bercanda” di Net Tv, sehingga dapat diketahui kepuasan apa saja yang diinginkan dan kepuasan apa saja yang didapatkan oleh penonton Surabaya dalam menonton program WIB.

I.4 Batasan Masalah

1.4.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Kepuasan dalam menonton program “Waktu Indonesia Bercanda” di Net Tv.

1.4.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Penonton masyarakat Surabaya yang berusia 17 - 60 tahun yang pernah menonton program “Waktu Indonesia Bercanda” minim sebanyak 3 kali dalam seminggu.

1.4.3 Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan cara membagikan kuesioner.

1.4.4 Program Televisi

Program yang penulis teliti adalah program kuis yaitu Waktu Indonesia Bercanda.

I.5 Manfaat Penelitian

I.5.1 Teoritis:

Untuk memperkaya dan memberikan wawasan mengenai bagaimana aplikasi teori *uses and gratifications* dalam sebuah program acara di media massa.

I.5.2 Praktis:

Untuk memberikan gambaran serta masukan bagi Stasiun Televisi Net Tv mengenai Kepuasan penonton program “Waktu Indonesia Bercanda” di Net Tv