

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, HIPOTESIS, DAN KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1. Definisi Komunikasi Massa

Kamus bahasa Inggris ringkas memberikan definisi “massa” sebagai “suatu kumpulan orang banyak yang tidak mengenal keberadaan individualitas”. Definisi ini hampir menyerupai pengertian “massa” yang digunakan oleh para ahli sosiologi, khususnya bila dipakai dalam kaitannya dengan khalayak media (Vivian, 2008).

Fungsi-fungsi media massa secara *universal* yakni sebagai berikut:

A. Fungsi menyiarkan informasi yaitu penyampaian informasi yang berkaitan dengan peristiwa, gagasan atau pikiran orang lain, apa yang dilakukan orang lain, apa yang dikatakan orang lain atau *special event*. Pesan yang *informative* adalah pesan yang bersifat baru (*actual*) berupa data, gambar, fakta, opini dan komentar yang memberikan pemahaman baru atau penambahan wawasan terhadap sesuatu.

B. Fungsi mendidik (*to educate*) merupakan media massa yang mendidik dengan menyampaikan pengetahuan dalam bentuk tajuk, artikel, laporan khusus, atau cerita yang memiliki misi pendidikan. Berfungsi mendidik apabila pesannya dapat menambah pengembangan intelektual, pembentukan watak, penambahan keterampilan atau kemahiran bagi khalayaknya serta mampu memecahkan permasalahan yang dihadapi masyarakat.

C. Fungsi menghibur, yaitu memerikan pesan yang bisa menghilangkan ketegangan pikiran masyarakat dalam bentuk berita, cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, sinetron, drama, musik, tari, dan lainnya. Berfungsi menghibur apabila khalayak bisa terhibur atau dapat mengurangi ketegangan, kelelahan dan bisa lebih santai.

D. Fungsi mempengaruhi yaitu mempengaruhi pendapat, pikiran dan bahkan perilaku masyarakat inilah yang merupakan hal paling penting dalam kehidupan masyarakat. Karena itulah, media yang memiliki kemandirian (*independent*) akan mampu bersuara atau berpendapat, dan bebas melakukan pengawasan social (*social control*). Berdasarkan fungsi media massa menunjukkan bahwa media massa selalu ada dalam setiap kegiatan masyarakat.

Disebutkan juga bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan melalui pemancar - pemancar audio dan atau visual. Komunikasi mungkin akan lebih mudah dimengerti apabila didefinisikan dengan media penunjangnya, seperti televisi, radio, koran, majalah, buku, dan film. Yang lebih spesifik menekankan penggunaan media massa adalah dikemukakan oleh Bittner bahwa komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Rakhmat, 2012: 188).

2.1.2. Media Massa

1. Definisi Media Massa

Menurut Hafied Cangara Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi (Cangara, 2010:123,126).

2. Karakteristik Media Massa

Sebuah media bisa disebut media massa jika memiliki karakteristik tertentu. Karakteristik Media massa menurut Cangara antara lain:

- a. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
- b. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau

pun terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.

- c. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama.
- d. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.
- e. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal batas usia, jenis kelamin, dan suku bangsa (Canggara, 2010:126-127).

3. Fungsi Media Massa

Adapun fungsi media (komunikasi) massa bagi masyarakat menurut Dominick yang dikutip oleh Denis Mc Quail didalam bukunya sebagai berikut :

- a. *Surveillance* (Pengawasan)
 1. *Warning Before Surveillance* (Pengawasan dan Peringatan)
Fungsi yang terjadi ketika media massa menginformasikan tentang sesuatu yang berupa ancaman, seperti bahaya tsunami, banjir, gempa, kenaikan harga, dan lain lain.
 2. *Instrumental surveillance* (pengawasan instrumental)
Penyebaran/penyampaian informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Seperti resep masakan, produk-produk baru, dan lain-lain.
 3. *Interpretation* (Penafsiran)
Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting, Contoh: Tajuk rencana (Editorial) berisi komentar dan opini

dilengkapi perspektif terhadap berita yang disajikan di halaman lain.

4. *Linkage* (Pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk linkage (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

5. *Transmission Of Values* (Penyebaran Nilai-Nilai)

Fungsi sosialisasi: Cara dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok.

6. *Intertainment* (Hiburan)

Banyak dijumpai pada media televisi dan radio. Surat kabar pula merupakan sebuah penyampain yang strategis dalam pemberitaan serta pembangunan opini publik. Karena surat kabar merupakan sarana yang cukup efektif dalam usaha untuk dapat mencerdaskan masyarakat (Dominick dalam Denis Mc Quail, 2011:175).

4. Efek Media Massa

Menurut M Chaffe yang dikutip oleh Elvinaro Ardiano mengatakan bahwa media massa mempunyai efek yang berkaitan dengan perubahan sikap, perasaan dan perilaku komunikasinya. Dari pernyataan tersebut dapat dijelaskan bahwa media massa mempunyai efek kognitif, efek efektif dan efek konatif/*behavioral* (M.Chaffe dalam Elvinaro, 2007:50-57).

a. Efek Kognitif

Adalah akibat yang ditimbulkan pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek kognitif ini akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya.

b. Efek Efektif

Tujuan dari media massa bukan sekedar memberi khalayak tentang sesuatu tetapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira dan sebagainya. Media massa agar dapat membuat suasana atau menarik emosional khalayak dalam menyampaikan pesannya.

c. Efek Konatif/*behavioral*

Merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan. Banyak sekali khalayak yang terpengaruh oleh pesan media yang disampaikannya, seperti masyarakat pedesaan yang takut datang ke Ibu Kota Jakarta, karena mereka menganggap di Jakarta itu sering terjadi konflik, ini diakibatkan karena yang disajikan oleh media berita yang berunsur kekerasan (M.Chaffe dalam Elvinaro, 2007:50-57).

Menurut Denis McQuail (2000), media massa memiliki sifat atau karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas (*universality of reach*), bersifat public dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa. Karakteristik media tersebut memberikan konsekuensi bagi kehidupan politik dan budaya masyarakat kontemporer dewasa ini.

Dari perspektif politik, media massa telah menjadi elemen penting dalam proses demokrasi karena menyediakan arena dan saluran debat public, menjadikan calon pemimpin politik dikenal luas masyarakat dan juga berperan menyebarluaskan berbagai informasi dan pendapat.

Dari perspektif budaya, Media Massa telah menjadi acuan utama untuk menentukan definisi-definisi terhadap suatu perkara, dan media massa memberikan gambaran atas realitas sosial. Media massa juga menjadi perhatian utama masyarakat untuk mendapatkan hiburan dan menyediakan lingkungan budaya Bersama bagi semua orang. Peran media massa dalam ekonomi juga terus meningkat bersamaan dengan meningkatnya

pertumbuhan industri media, diversifikasi media massa dan konsolidasi kekuatan media massa (Morrisan, 2013: 1).

2.1.3. *Broadcast*

Kalimat *Broadcast* berlaku pada dunia pertelevisian dan radio. Dimana dunia *broadcast* ini selalu menarik perhatian bagi masyarakat khususnya untuk kalangan remaja. Jenis produksi yang diproses oleh perusahaan broadcasting antara lain: Profile Perusahaan (*Corporate Profile*), Program Televisi (TVProgram), Musik Video (*Video Clip*), Iklan Televisi (*TV Commercial*). Lalu penyiaran radio. Aktifitas Penyiaran tidaklah semata merupakan kegiatan ekonomi tetapi juga memiliki peran sosial yang tinggi sebagai medium komunikasi. Komunikasi dapat di definisasikan sebagai proses penyampaian ide, gagasan atau opini dari seseorang yang disebut komunikator yang ditujukan kepada sejumlah sasaran dalam hal ini adalah komunikan. Secara Umum, *broadcast* merupakan sajian program acara dalam proses komunikasi yang bertujuan untuk membujuk atau menggiring orang untuk menghibur dan mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pihak penyiaran (Nurudin,2013: 7).

1. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002

Broadcast (penyiaran) secara umum di atur dalam undang – undang nomor 32 tahun 2002 dan lembaga yang mengaturnya yaitu KPI (Komisi Penyiaran Indonesia). Secara Undang-undang bahwa KPI diatur dalam Undang-Undang nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran, dimana eksistensi KPI sekaligus termasuk yang didaerahnya atau disingkat dengan KPID diatur dalam Undang-undang ini.

Pasal 1 angka (13)

“Komisi Penyiaran Indonesia adalah lembaga negara yang bersifat independen yang ada dipusat dan di daerah yang tugas dan wewenangnya diatur dalam Undang-undang ini sebagai wujud peran serta masyarakat di bidang penyiaran.”

Pasal 6 ayat (4)

“Untuk penyelenggaraan penyiaran, dibentuk sebuah komisi penyiaran Pasal 7”

- a. Komisi Penyiaran sebagaimana dimaksud dalam pasal 6 ayat (4) disebut Komisi Penyiaran Indonesia, disingkat KPI.
- b. KPI sebagai lembaga negara yang bersifat independen mengatur hal-hal mengenai penyiaran.
- c. KPI terdiri atas KPI Pusat dibentuk di tingkat pusat dan KPI Daerah dibentuk di tingkat provinsi.
- d. Dalam menjalankan fungsi, tugas, wewenang dan kewajibannya, KPI Pusat diawasi oleh Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, dan KPI Daerah diawasi oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi (Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran).

Berikut ini adalah beberapa pengertian *Broadcasting* (penyiaran) menurut Ben H. Henneke, seorang ahli radio siaran mengartikan Penyiaran tidak lain adalah suatu usaha untuk mengkomunikasikan informasi untuk memberitahukan sesuatu, meskipun informasi tersebut dapat mencapai jutaan pendengar namun ditujukannya pada pendengar secara perorangan dan komunikasi tersebut sempurna, apabila pendengar mendengarkan, mengerti dan merasa tertarik, lalu merasakan yang di dengar itu (Franciscus, 2013 : 47).

Setelah itu menurut J.B Wahyudi *Broadcasting* (penyiaran) adalah Proses komunikasi suatu titik ke audiens, yaitu suatu proses pengiriman informasi dari seseorang atau produser kepada masyarakat melalui proses pemancaran elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi. Penyiaran yang merupakan padanan kata *broadcasting* adalah semua kegiatan yang memungkinkan adanya siaran radio dan televisi yang meliputi segi ideal, perangkat keras maupun lunak yang menggunakan

sarana pemancaran atau transmisi baik di darat maupun di antariksa dengan menggunakan gelombang elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi untuk dipancar luaskan dan dapat diterima oleh khalayak melalui pesawat penerima radio atau televisi tanpa alat bantu (Franciscus, 2013:47).

Menjadi seseorang yang bergelut di dunia *broadcasting* merupakan impian bagi sebagian orang. Banyak hal menarik yang bisa terjadi di dunia para lakon *broadcasting* atau yang lebih dikenal dengan *broadcaster*. Arti dari *broadcaster* adalah sebutan untuk seseorang yang bekerja dalam industri penyiaran.

1) Radio

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk mengirimkan sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan juga bisa merambat lewat ruang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium atau pengangkut. Radio juga merupakan salah satu bentuk dari komunikasi massa. Melalui radio suatu komunikasi yang akan disampaikan oleh komunikator kepada khalayak banyak dapat berlangsung dalam waktu yang singkat dan komunikan akan menerima komunikasi secara bersamaan walaupun di tempat yang berbeda.

Radio yaitu media komunikasi yang bersifat auditif (dengar) dengan penyajian berita yang mengandalkan sistem gelombang elektronik. Kecepatan merupakan ciri utama media elektronik berbentuk radio. Penyebaran informasi dan berita melalui radio dapat berlangsung cepat dan lebih luas. Radiopun dapat bersifat interaktif, pendengar dapat memberi komentar atau respons terhadap informasi/berita yang disiarkan. Nilai aktualisasi berita di radio pun lebih tinggi dibanding media massa lainnya. Informasi atau berita melalui radio dapat pula merangsang imajinasi pendengar, disamping bersifat lebih akrab karena sifat siaran yang mudah,

ringan, dan terkesan dialogis. Radio merupakan media yang didengarkan karenanya, kelemahan media berbentuk radio adalah tidak dapat menunjukkan informasi atau berita yang disiarkan. Secara emosional, media berbentuk radio lebih mengundang emosi pendengar karena dukungan percakapan pada saat siaran yang seolah-olah face to face komunikasi (Syarifuddin Lubis, 2012 : 4).

a. Karakteristik Radio

Radio memiliki karakteristik yang berbeda dengan media massa lainnya. Dibandingkan dengan media massa lain. Dibandingkan dengan media lain, media radio karakteristik khas sebagai berikut.

- a) Auditori. Radio adalah “suara”, untuk didengar, karenanya isi siaran bersifat “sepintas lalu” dan tidak dapat diulang. Pendengar tidak mungkin “menoleh belakang” sebagaimana pembaca koran yang bisa kembali kepada tulisan yang sudah dibaca atau mengulang bacaan.
- b) Transmisi. Proses penyebarluasannya atau disampaikan kepada pendengar melalui pemancar (transmisi).
- c) Mengandung gangguan. Seperti timbul-tenggelam (*fading*) dan gangguan teknik “*channel noise factor*”.
- d) *Theatre of Mind*. Radio mencipta gambar (*makes picture*) dalam imajinasi pendengar dengan kekuatan kata dan suara. Siaran radio merupakan seni memainkan imajinasi pendengar melalui kata dan suara. Pendengar hanya bisa membayangkan dalam imajinasinya apa yang dikemukakan penyiar, bahkan tentang sosok penyiarnya sendiri.

Identik dengan musik. Radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik. Dalam hal musik, radio memiliki daya surprise seketika atau memberi kejutan, karena pendengar biasanya tidak tahu lagu apa yang disajikan berbeda dengan

memutar kaset yang sudah bisa ditebak urutan lagunya (Asep Syamsul, M. Romli, 2010 : 23).

a. Fungsi Radio

Fungsi siaran radio adalah menyampaikan informasi dari stasiun pemancar ke seluruh stasiun penerima dengan transmisi tanpa kabel (*wireless*). Keberadaan radio berawal dari penemuan *James C. Maxwell* mengenai teori gelombang elektromagnet yang kemudian direalisasikan oleh *Henrich Hertz* pada 1887. Kemudian Marconi menemukan metode transmisi suara tanpa kabel dan dilanjutkan dengan penyempurnaan eksperimen tentang berbagai susunan transmisi tanpa kabel oleh *Nicola Tesla*. Kemudian *David Sarnoff* mengemukakan ide tentang bagaimana jika stasiun penerima dibuat secara massal sehingga dapat dijadikan sebagai peralatan rumah tangga seperti halnya piano atau phonograph yang dapat menghadirkan musik ke dalam rumah secara *wireless*. Sarnoff memberi nama "Radio Music Box" untuk idenya ini. Pada 1919 impian *Sarnoff* terwujud, pesawat radio diciptakan dan dapat dibeli oleh masyarakat umum sampai sekarang dan kita pun dapat menimatinya. Bahkan kini kita dapat membeli radio dengan harga yang relatif murah dan ukuran sangat kecil, sekarang ikut sebagai feature pelengkap untuk handphone dan MP3 player. Berdasar fakta di atas jadi wajar jika sampai sekarang radio identik dengan musik, radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik.

Selain identik dengan musik, karakter yang dimiliki oleh radio adalah : Auditif, yaitu apapun yang ingin disampaikan lewat radio harus dalam bentuk suara, selain itu tidak bisa. Berdasarkan pada karakter ini maka kualitas suara sangat diperhatikan oleh para pengelola radio, utamanya bagian produksi yang tugas utamanya Penguat RF Pencampur Penguat IF Penutuh Pengaksen Penguat Audio Detektor FM Osilator

Lokal AFC AGC 119 memproduksi lagu, spot iklan, promo program atau apapun yang akan diputar di ruang siaran suaranya harus jernih dan enak didengar. *Theatre of Mind*, menciptakan gambar dalam imajinasi atau khayalan pendengar. Jadi penyiar harus mampu memaparkan sesuatu yang ingin disampaikan kepada pendengar secara detil supaya imajinasi pendengar sama dengan tujuan yang ingin dicapai penyiar. Misalnya penyiar menyampaikan siaran langsung pertandingan sepakbola maka apa yang diucapkan penyiar harus mampu menggambarkan betapa pertandingan berlangsung sangat seru misalnya dengan menggunakan intonasi tinggi dan tempo cepat, tentu berbeda dengan saat menyiarkan talkshow mengenai musik. Transmisi, proses penyebarannya atau penyampaian kepada pendengar melalui pemancaran (transmisi) lalu diterima oleh radio masing-masing sesuai dengan frekuensi masing-masing (Jhon Fikse, 2012 : 30).

b. Keunggulan dan Kelemahan Radio

1. Pada radio terdapat keunggulan antara lain:
 - a. Radio dapat mendidik khalayak yang spesifik. Radio memiliki kemampuan untuk berfokus pada kelompok demografis yang dikehendaki. Selain itu mengubah atau mempertajam segmen atau sasaran yang dituju radio lebih *fleksibel* dibandingkan media komunikasi lainnya.
 - b. Radio bersifat *mobile* dan *portable*. Orang bisa mengijinkan radio ke mana saja, sumber energinya kecil, dan sama *portable*-nya. Radio bisa menyatu dengan fungsi alat penunjang, lainnya. Harga radio relatif murah dibandingkan media lain.
 - c. Radio bersifat *intrusif*. Memiliki daya tembus yang tinggi, sulit sekali menghindari dari siaran radio begitu radio dinyalakan. Radio bisa menembus ruang-ruang dimana media lain tidak bisa masuk.

- d. Radio bersifat *fleksibel*. Dapat menciptakan program dengan cepat dan sederhana, dapat mengirimkan pesan dengan segera dapat secepatnya membuat perubahan.
- e. Radio bersifat sederhana. Sederhana mengoperasikan, sederhana mengelolanya, dan sederhana isinya (Riswandi, 2009 : 40).

2. Dan pada radio terdapat pula kelemahannya antara lain:

- a. Radio *is aural only*. Satu-satunya cara yang diandalkan radio untuk menyampaikan pesan adalah bunyi (*sound*), radio tidak dilengkapi dengan kemampuan untuk menyampaikan pesan lewat gambar. Untuk membayangkan kejadian sesungguhnya, orang pada dasarnya menggunakan teater imajinasinya sendiri.
- b. Radio *message are shot lived*. Yang namanya pesan radio hidupnya hanya sebentar *short lived*, pesan radio bersifat satu arah sekilas dan tidak dapat ditarik lagi begitu diudarakan. Karena itu menyampaikan pesan melalui radio bukan pekerjaan main-main tetapi harus dilakukan dengan hati-hati dan penuh tanggung jawab.
- c. Radio *listening is prone to distraction*. Mendengarkan radio itu rentan gangguan. Radio berurusan dengan satu indra saja, yaitu pendengaran. Begitu pendengaran terganggu tidak ada lagi cerita radio dalam kehidupan seseorang (Riswandi, 2009: 41).

2. Televisi

Televisi adalah media pandang sekaligus media dengar (audio- visual). Ia berbeda dengan media cetak yang lebih merupakan media pandang. Orang memandang gambar yang ditayangkan di televisi, sekaligus mendengar atau mencerna narasi atau narasi dari gambar tersebut (Adi Badjuri, 2010 : 39).

Pendapat lain menyebutkan televisi adalah salah satu media massa yang menampilkan sajian gambar dan suara (*Audio Visual*)

program-program yang berisikan informasi dan hiburan. Sampai saat ini televisi masih menjadi hiburan nomor satu bagi masyarakat Indonesia, terlebih seiring dengan kemajuan teknologi dan informasi, kini industry media televisi berkembang menjadi media *platform*.

Yang kita ketahui bahwa persaingan industry media televisi Indonesia semakin kompetitif, seperti RCTI dan SCTV yang identik dengan program drama sinetron, *music*, *news*, *talent search*, dan program spesialnya. ANTV dengan drama indianya dan INDOSIAR dengan program dangdutnya, sementara Trans TV, Trans7 identik dengan program edukasi, *feature documenter* dan *adventure*-nya, serta METRO TV, TV One, I-NEWS dan KOMPAS yang identic dengan program berita, serta NET identik dengan program-program terobosannya (Kuntanto, 2019:1-2).

Bagi televisi swasta, *rating* merupakan factor utama yang menjadi tolak ukur keberhasilan dari sebuah program acara televisi. Strategi *programming* pada stasiun televisi sangat diperlukan agar setiap program yang ditayangkan mencapai hasil yang optimal atau perencanaan konsep konsep yang matang oleh seluruh tim produksi (produser) dalam menghasilkan pengemasan program yang berkualitas, mendidik, dan menghibur. Fungsi hiburan untuk media elektronik menduduki prosisi yang paling tinggi dibandingkan fungsi -fungsi lain.

Dikarenakan masyarakat kita masih menjadikan televisi sebagai sebagai media hiburan. Fungsi inilah yang menjadikan televisi swasta di Indonesia saling berkompetisi dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, mereka menanyakan berbagai macam program dan mengaturnya sesuai dengan target *audience* yang akan menonton program acara tersebut (Nurudin, 2007).

Istilah atau sebutan untuk *broadcaster* televisi bukan sesuatu yang baru, sejak lama istilah tersebut sudah dikenal. Sebutan tersebut biasanya dipakai oleh mereka yang bekerja di bagian produksi program televisi ataupun di bidang *broadcasting*, namun memegang bagian-bagian tersendiri sesuai dengan keahliannya. Pekerjaan menjadi seorang *broadcaster* sangat menarik bahkan banyak tantangan yang setiap hari akan mereka temui.

Ada beberapa bagian di bidang *broadcaster* televisi (Latief, 2015:123-142), sebagai

berikut:

a. Eksekutif Produser

Eksekutif produser (EP) adalah jabatan tertinggi dalam memproduksi siaran televisi, bertanggung jawab segala yang berhubungan dengan kreativitas dan dana program. Sebutan EP juga berlaku untuk orang yang memproduksi sebuah film tetapi bukan dalam arti membiayai atau menanamkan investasi, namun bertugas memimpin seluruh tim produksi agar sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan bersama, baik dalam aspek kreatif maupun manajemen produksi.

Tugas utama EP bertanggung jawab pada stasiun televisi adalah atas ketersediaan program. Bertanggung jawab pada beberapa program siaran. Menjelaskan dan mencari pola kerja, memikirkan setting atau dekor untuk menjadi ciri keunikan program agar berbeda dengan program lain, berusaha mencari atau mendapatkan iklan. Juga melakukan pengawasan kepada produser, *program director* (PD), asisten produksi, kreatif, dan asisten administrasi. EP juga mengepalari seluruh produser yang ada dalam satu bagian, misalnya *program games*, *reality show*, atau *talk show*, maka EP yang bertanggung jawab seluruh kegiatan daripada program tersebut.

b. Produser

Produser adalah pimpinan produksi yang mengkoordinasikan seluruh kegiatan pelaksanaan sejak praproduksi, produksi, pascaproduksi dan bertanggung jawab kepada eksekutif produser. Seorang produser harus memiliki kemampuan dan selera yang baik, karena di tangan produser suatu program bisa baik dan tidak.

Untuk menjaga dan menumbuhkan selera yang baik bagi seorang produser harus memiliki wawasan yang luas, banyak menonton program televisi, menonton film, membaca buku, mengikuti perkembangan teknologi produksi siaran televisi, mengikuti hasil riset, penelitian oleh bagian R&D (*Research and Development*).

c. Program Director

Program Director (PD) diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia pengarah acara. Banyak istilah yang melekat pada profesi ini, ada yang menyebut *director* atau *producer director*. Perbedaan ini terjadi, karena pada stasiun televisi memberikan porsi kerja yang luas, dapat menjadi *creator*, produser sekaligus *director*, sehingga istilah yang melekat padanya tergantung dari *job description* dan sudut pandang yang mengistilalkannya.

PD adalah orang yang bertanggung jawab mengenai seluruh persiapan dan pelaksanaan produksi siaran televisi hingga disiarkan. Terlibat dalam proses kreatif, meskipun tidak intensif dibanding produser. Tujuannya, untuk mengetahui atau memahami tujuan dari program, sehingga pada saat eksekusi dapat memberikan panduan gambar mewakili konsep yang diinginkan.

d. Asisten Produksi

Asisten Produksi (*Production Assistant*) disebut juga PA. Diistilahkan juga sebagai Asisten produser (*producer assistant*) adalah petugas membantu PD (*program director*) dalam pelaksanaan produksi. Berfungsi sebagai sekretaris dan juru bicara PD. Apa yang diperintahkan PD, hal itu yang disampaikan kepada seluruh tim kerja. PA adalah seorang yang paling sibuk karena banyak tugas yang dilakukan mulai dari praproduksi, produksi dan pascaproduksi. Pekerjaannya mulai dari mempersiapkan / mencari / mencatat / mengumpulkan / mengoordinasikan seluruh fasilitas produksi, studio, *desain grafis, backdrop, stage, wardrobe, make up, kamera, audio, lighting*, memperbanyak *rundown*, dan *script* dan kadang terlibat dalam proses kreatif.

e. Kreatif

Kreatif (*Creative*) adalah istilah yang digunakan pada produksi siaran televisi hiburan nondrama, yaitu orang yang bertugas mencari ide, mengumpulkan fakta dan daya, menuangkan dalam bentuk konsep, naskah, *rundown*, dan mendampingi pengisi acara dalam pelaksanaan produksi.

Saat shooting di lapangan kreatif menjadi *interviewer*, mendampingi *performer* atau pengisi acara, mengawasi materi yang disampaikan host atau *master of ceremony* (MC). Jika sistem produksi televisi adlib (*Adlibitum*) dimana naskah tidak ditulis secara lengkap, kreatif yang membuat pointer. Pada sistem produksi blocking, kreatif menulis naskah, meskipun tidak sedetail naskah produksi drama.

f. Asisten Administrasi

Asisten Administrasi (*Administration assistant*) disingkat AA, petugas yang mempersiapkan seluruh administrasi keuangan

produksi. Pengertiannya sama dengan bendahara (*finance*). Dialah yang mengatur penggunaan dan mencatat pengeluaran keuangan produksi, namun penggunaan dana bukan atas inisiatifnya, semua atas perintah dan persetujuan EP/produser. AA hanya melaksanakan penggunaan dana sesuai perintah EP/produser. Saat pelaksanaan produksi AA dibantu oleh bagian unit atau disebut unit *officer*. Tugasnya mempersiapkan kebutuhan kru dan pengisi acara diantaranya transportasi, akomodasi dan konsumsi.

g. Cameraman

Cameraman atau penata gambar adalah orang yang bertanggung jawab atas pengambilan gambar untuk program televisi. Ada beberapa istilah yang melekat pada kata *cameraman* ini, diantaranya: (1) Operator kamera; petugas yang menangani kamera saat dilakukan produksi dengan multikamera. (2) *Campers (Camera Person)* adalah seorang yang memegang kamera untuk program berita dan bertanggung jawab dengan objek gambar yang direkamnya.

Dalam bidang sinematografi profesi *cameraman* dibagi dalam beberapa tingkatan : (1) *First cameraman* sering disebut sebagai DOP (*Director of Photography*) atau kepala cameraman, bertanggung jawab terhadap pergerakan dan penempatan kamera dan juga pencahayaan dalam suatu adegan. (2) *Second cameraman*, disebut juga asisten *cameraman* atau operator kamera, bertindak sesuai intruksi dari *cameraman* utama dan melakukan penyesuaian pada kamera atau mengoperasikan kamera selama shooting. (3) *First assistant cameraman* sering disebut kepala asisten untuk para operator kamera. Tugasnya mengatur fokus kamera. (4) *Second assistant cameraman*, menjadi asisten operator kamera.

Hal yang harus dipahami oleh *cameraman*. Jika *campers* bertugas meliput program siaran televisi format program informasi, harus bertanggung jawab dengan objek yang direkam. Pada saat masuk ke studio dengan format program hiburan dengan sistem multi kamera, peran *campers* akan menjadi operator kamera. Seluruh pergerakan, angle dan penempatan posisi kamera diarahkan dari panel studio oleh PD. Tidak ada dengan kemauan sendiri mengambil gambar tetapi sesuai atau permintaan PD.

h. *Audioman*

Audioman atau penata suara adalah bertugas yang mengoperasikan peralatan audio di studio maupun di luar studio. Bertanggung jawab atas pelaksanaan seluruh pengoperasian peralatan audio, baik sifatnya analog maupun digital yang digunakan di lokasi *shooting*. Pada saat persiapan produksi, seorang penata suara menyiapkan, menempatkan dan menginstalasi sistem audio. Bertanggung jawab pada seluruh suara, musik, bunyi, atau efek audio. Selama pelaksanaan produksi berlangsung penata suara bertugas memonitor keseimbangan, keserasian, harmonisasi level audio, dan memberikan isyarat-isyarat baik tidaknya audio kepada kerabat kerja produksi, khususnya kepada PD.

i. *Lightingman*

Lightingman atau penata cahaya adalah petugas yang mendesain dan menentukan pencahayaan produksi program di dalam maupun di luar studio. Bertugas tidak hanya menata cahaya agar lokasi pengambilan gambar menjadi terang sehingga kamera dapat merekam gambar, tetapi harus pandai merekayasa televisi datar atau flat menjadi suasana pencahayaan yang

bermakna, misalnya suasana sedih, marah, sakral, gembira dan pesta.

j. *Technical Director*

Technical director (TD) atau pengarah teknik adalah petugas yang mempersiapkan, mengawasi, dan mengatur seluruh fasilitas teknis yang diperlukan dalam produksi siaran televisi. Terutama menginstalasi penggunaan *swicher* (*vision mixer*) yang merupakan unit control dari seluruh kegiatan produksi. TD membawahi satu tim kerja yang terdiri dari *cameraman*, *audioman* dan *lightingman*.

k. *VTRman*

VTRman atau juru rekam adalah petugas di studio yang merekam menggunakan VTR (*Video Tape Recorder*) setiap adegan yang direkam menjadi suatu program. *VTRman* ini adalah orang yang memberikan aba-aba kepada PD bahwa VTR standby untuk merekam, dengan demikian PD akan memberikan aba-aba kepada seluruh kerabat kerja untuk memulai adegan untuk direkam. Untuk keamanan suatu adegan atau gambar yang direkam *VTRman* biasanya melakukan *preview* setiap adegan yang telah direkam, mengecek apakah gambar tersebut terekam, tidak ada masalah dengan gambar dan suaranya. Selain merekam seluruh adegan, *VTRman* harus mencatat setiap hal yang terjadi dalam gambar yang direkam, misalnya beberapa kali adegan yang sama direkam. Hasil rekaman yang baik dan buruk dicatat, pada *time code* berapa, pada segmen berapa adegan tersebut direkam.

l. Penata Rias

Penata rias (*make up*) adalah orang yang selalu dicari oleh pengisi acara khususnya para artis. Karena dengan sentuhannya, tampilan wajah akan berubah sesuai konsep dari program yang

akan diproduksi. Jika konsep program membutuhkan rias karakter, penata rias akan meng-*make over*-nya. Jika harus tampil anggun akan dibuatnya anggun. Ada dua jenis tata rias yang dikerjakan oleh penata rias yaitu tata rias rambut dan tata rias wajah. Kedua jenis tata rias ini biasanya dilakukan oleh penata rias yang berbeda, namun kini sudah banyak penata rias yang melakukan dua pekerjaan tersebut, tata rias rambut dan wajah.

Ada beberapa jenis *make up* yang dikenal dalam dunia tata rias yaitu :

1. *Make up* karakter : digunakan untuk memberikan kesan suatu karakter, misalnya kesan tua, muda, sakit dan sangar.
2. *Make up* tematik : misalnya *make up* untuk karnaval seperti tema bunga, hewan dan buah.
3. *Make up* artist : untuk kebutuhan shooting.
4. *Make up* minimalis : *make up* yang menonjolkan kesan natural dengan sapuan tipis *eye-shadow* dan *blush on neutral*.
5. *Make up* pesta : *make up* yang bertujuan untuk ke pesta yang berkesan *glamour* dan mewah.

m . Penata Busana

Penata busana (*wardrop*) adalah petugas yang menyediakan busana atau kostum untuk pengisi acara. Kadang penata busana ini juga merangkap *costume designer* yang mendesain berbagai kostum karakter sesuai dengan tuntutan cerita. Jika stok busana tidak tersedia dan pengisi acara tidak mempunyai busana pribadi yang memadai, penata busana bertugas mencari dan menyiapkannya. Cara yang sering ditempuh bekerja sama dengan desainer busana atau produsen busana.

n . Unit Officer

Unit officer adalah perpanjangan tangan dari asisten administrasi (AA) di lokasi shooting. *Unit officer* disebut juga unit manager. Tugasnya menyediakan dan melayani kebutuhan fasilitas pengisi acara, kerabat kerja, mengkoordinasikan unit-unit kerja produksi. Utamanya urusan logistik dan mengontrol penyediaan dana di lapangan. *Unit officer* dapat disebut juga bagian umum. *Unit officer* juga mengurus administrasi perizinan lokasi, keamanan, kebersihan, transportasi, akomodasi dan selalu berhubungan dengan pihak luar satuan kerja produksi diantaranya aparat pemerintahan, kepolisian, keamanan lingkungan, dan pihak-pihak lain yang bekerja sama di lokasi shooting.

o . Penata Artistik

Penata artistik atau pengarah artistik disebut juga *art designer* atau *art director* adalah seorang yang bertugas menata, mendesain lokasi pengambilan gambar baik di studio maupun di luar studio sesuai dengan karakteristik program yang akan di produksi. Pada program pertunjukan musik, penata artistik akan bertanggung jawab dengan layout lokasi dan desain panggung, posisi *sarnavail* (tenda bentuk bulat), ruang artis, *make up*, FOH (*front office house*), barikade dan level kamera. Pada saat *set up* panggung seorang penata artistik harus berada di lokasi mengawasi seluruh aktivitas pembangunan *set up*, agar pembangunannya sesuai yang direncanakan.

p. Floor Director

Floor director (FD) istilah lainnya *Floor Manager (FM)*. Kedua istilah sama saja dalam menjalankan tugas dan fungsinya, yaitu seorang yang bertanggung jawab membantu mengkomunikasikan keinginan PD / pengarah acara / sutradara

dari *master control room (MCR)*. Pada saat pelaksanaan produksi seorang FD bertindak sebagai komandan saat *shooting* berlangsung, karena merupakan perpanjangan tangan PD.

q . Editor

Editor atau penyunting gambar adalah sebutan bagi orang yang bertanggung jawab memotong gambar dan suara yang dihasilkan dari tape. Disebut juga *picture editor* atau *video tape editor*. Pada sistem editing linier ada yang disebut *editor offline* dan *editor online*, namun setelah perkembangan teknologi *editing nonlinear*, seorang *editor* tugasnya menjadi *editor offline* dan *editor online* sekaligus melakukan *mixing program*. Seorang *editor* tidak selamanya bekerja pada akhir suatu program (*post-production*) tetapi juga dapat bekerja sebelum program ditayangkan, contohnya *program live*. Seorang *editor* akan menyiapkan materi yang akan ditayangkan berupa VT (*Video Tape*) atau *footage*, yaitu sekumpulan gambar hasil rekaman liputan yang disusun kembali dengan tambahan narasi untuk disiarkan. *Editor* bertanggung jawab dengan gambar yang ditentukannya. Dia harus tahu makna, tujuan, dan informasi gambar, agar orang yang menonton dapat mengerti gambar yang ditampilkan.

r. Narator

Narator adalah orang yang mengisi suara atau membaca VO (*Voice Over*) pada program. Umumnya untuk program berita tetapi beberapa program nondrama juga membutuhkan narasi. Syarat yang harus dimiliki seorang narator diantaranya vokal yang baik, *power*, intonasi, artikulasi dan penghayatan materi program yang dibacakan. Ada juga yang disebut *Dubber*, yaitu orang yang mengisi suara untuk drama atau film yang dibuat

dalam dialog bahasa berbeda dari bahasa asli, misalnya drama Korea diterjemahkan dialognya dalam bahasa Indonesia.

s. Desainer Grafis

Desainer grafis (*graphic designer*) adalah orang yang ahli dibidang pembuatan grafik, menciptakan dengan ilustrasi yang bermakna atau identitas suatu program siaran. Dengan perkembangan teknologi kehadiran desain grafis sangat diperlukan oleh stasiun televisi, dari pembuatan telop nama, grafis *opening teaser*, *bumper in/out* dan lain-lainnya, menjadi tanggung jawab dari desain grafis.

t. Music Director

Istilah *music director* digunakan pada stasiun radio populernya MD (*emdi*) adalah orang yang bertanggung jawab memilih dan mempersiapkan lagu-lagu yang diudarkan serta memilih dan menyeleksi rekaman lagu baru, boleh atau tidak diudarkan. Di beberapa stasiun televisi istilah MD adalah orang yang bertugas membuat aransemen *jingle* program atau musik ilustrasinya, *theme song* program, *music opening teaser program*, *music bumper in/out* dan lainnya.

3. Karakteristik Televisi

Karakteristik televisi ini akan berakibat baik bila pesan yang disampaikan adalah pesan-pesan yang baik dan bermoral. Sebaiknya, akan menjadi bahaya besar ketika televisi menyiarkan program-program yang buruk, seperti kekerasan dan kriminalitas. Sayangnya, justru dewasa ini film-film yang disiarkan televisi umumnya berbau kekerasan dan kriminalitas. Para pemilik media ini demi menarik pemirsa sebanyak mungkin, berlomba-lomba menyangka kekerasan yang lebih banyak di munculkan di layar televisi. Anak-anak yang konsep dirinya belum terbentuk secara sempurna dan menjadi pihak

yang paling cepat terpengaruh oleh tayangan televisi (Ari S. Widodo Poespodihardjo, 2010 : 264).

Berbagai kemudahan untuk menonton televisi, membuat orang dengan santai dan senang hati menyaksikan semua program yang tersaji begitu mudahnya di depan mata, dengan hanya menyetel tombolnya atau remote control di tangannya. Biarpun ada juga acara yang sebenarnya kurang bermutu dan tidak sesuai dengan cita rasanya, tapi dia tetap menyetel pesawat televisinya, dengan alasan lebih karena sekedar iseng. Seolah dia merasa hidupnya kurang lengkap, apabila tidak ada gambar dan suara televisi di dekatnya. Kalau ingin menonton film di bioskop atau sandiwara di teater, kita bisa pergi ke gedung yang menggelarnya, dengan mengenakan busana yang pantas dan masuk dengan menggunakan tiket. Namun, untuk menyaksikan acara-acara di televisi, pemirsa tidak perlu bersusah payah meninggalkan rumah dan mengeluarkan biaya (Anita Rahman, 2016 : 4).

4. Fungsi Televisi

Televisi sebagai media yang muncul belakangan ini dibanding dengan media cetak dan media radio, ternyata memberikan nilai yang sangat spektakuler dalam sisi-sisi pergaulan kehidupan manusia. Dengan kemampuannya, televisi dapat menarik perhatian massa menunjukkan bahwa media tersebut telah menguasai jarak secara geografis dan sosiologis (Rema Karyanti S, 2005 : 3).

Maka dari itu, televisi mempunyai fungsi yang positif antara lain:

a. Sebagai media informasi

Media televisi dalam hal ini berfungsi untuk menyebarkan berita dan berbagai informasi tentang peristiwa-peristiwa atau kejadian-kejadian yang sangat penting secara aktual dan cepat. Dengan televisi akan memperoleh informasi tentang benda, orang, tempat yang tidak di alami secara langsung. Dunia ini terlalu luas untuk di masuki semuanya. Televisi datang sebagai media berita menyampaikan informasi tentang

lingkungan sosial dan politik, sehingga televisi menjadi jendela kecil untuk menyaksikan berbagai peristiwa yang jauh dari jangkauan alat indra (Usep Kustiawan, 2016 : 116).

b. Sebagai media hiburan

Media televisi telah menyampaikan ide atau pesan yang harus dikemas dalam bentuk hiburan. Apakah itu mengenai berita, sains, agama ataupun pendidikan jika disiarkan melalui televisi, kesemuanya itu mau tak mau harus mengikuti pola-pola hiburan (Usep Kustiawan, 2016 : 116).

c. Sebagai media promosi

Televisi telah menjadi media paling dalam bisnis periklanan di Indonesia. Jika dicermati, produk-produk yang dipasarkan hampir sebagian besar pernah diiklankan lewat televisi. Bahkan ada beberapa biro iklan yang menjadikan televisi sebagai media ampuh untuk mengadakan perang kilat melawan pesaing dalam menawarkan produk. Padahal penyewaan ruang (program siaran) merupakan yang termahal dibandingkan dengan penyewaan media komunikasi yang lain. Bahkan durasi hitungan kompensasi biaya, dihitung per detik yang didasarkan pada jenis acara tayangan. Akan tetapi kenyataannya iklan-iklan muncul pada setiap acara, sampai-sampai hampir tidak ada acara pun yang tanpa diselipi oleh tayangan iklan (pada stasiun televisi swasta). Dewasa ini, banyak iklan yang tidak mendidik, akan tetapi, tidak pepsoden dan iklan pasta gigi kodomo, iklan ini memberikan gambaran manfaat gosok gigi dan mengajak anak-anak untuk melakukan atau rajin gosok gigi tanpa menyampingkan tujuan dari iklan yaitu agar produk yang ditampilkan terjual (Usep Kustiawan, 2016 : 116).

d. Sebagai media pendidikan

Fungsi televisi sebagai media pendidikan, fungsi inilah yang kurang diperhatikan dibandingkan dengan fungsi lainnya. Dalam hal efektifitas untuk menjalankan fungsinya, pada saat rapat staf menteri Penerangan

RI, Dr. Jack Lee, *Director Communication Institute The West Center* sebagaimana dikutip oleh Usep Kustiawan, menyatakan bahwa televisi sebagai “jendela dunia”, apa yang di lihat melalui jendela dunia ini sangat membantu dalam mengembangkan daya kreasi, hal ini seperti diungkapkan oleh sesuatu yang penting terhadap hubungannya dalam proses belajar terutama sekali yang berkenaan dengan orang, tempat dan situasi yang tidak setiap orang pernah ketemu, mengunjungi atau telah mempunyai pengalaman. Televisi berfungsi sebagai media pendidikan dapat dilihat dari pesan-pesan edukatif baik dalam aspek kognitif, afektif, ataupun psikomotor bisa dikemas dalam bentuk program televisi. Secara lebih khusus televisi dapat dirancang/dimanfaatkan sebagai media pembelajaran. Pesan-pesan instruksional, seperti percobaan di laboratorium dapat diperlihatkan melalui tayangan televisi (Usep Kustiawan, 2016 : 117-118).

5. Kekuatan dan Kelemahan Televisi

Televisi adalah media yang menyampaikan pesan-pesan pembelajaran secara audio-visual dengan disertai unsur gerak. Dilihat dari sudut jumlah penerima pesannya, televisi tergolong ke dalam media massa sebagai media pendidikan. Televisi mempunyai kelebihan (kekuatan) dan Kelemahan sebagai berikut: (Arif S. Sadiman. 2009 : 71-73).

- a. TV dapat menerima, menggunakan dan mengubah atau membatasi semua bentuk media yang lain, menyesuaikannya dengan tujuan-tujuan yang akan dicapai.
- b. TV merupakan medium yang menarik, modern dan selalu siap diterima oleh anak-anak karena mereka mengenalnya sebagai bagian dari kehidupan luar sekolah mereka.
- c. TV dapat memikat perhatian sepenuhnya dari penonton. Seperti halnya film, TV menyajikan informasi visual dan lisan secara kebersamaan.

- d. TV mempunyai *realitas* dari film tapi juga mempunyai kelebihan yang lain yaitu *immediacy* (objek yang baru saja ditangkap kamera dapat segera dipertontonkan).
- e. Sifatnya langsung dan nyata. Dengan TV siswa tahu kejadian-kejadian mutakhir, mereka bisa mengadakan kontak dengan orang-orang besar/terkenal dalam bidangnya, melihat dan mendengarkan mereka bicara.
- f. *Horizon* (batasan) kelas yang dapat diperlebar dengan TV antara batas ruang dan waktu.
- g. Hampir setiap mata pelajaran bisa di TV kan.
- h. TV dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan guna dalam hal mengajar (Arif S. Sadiman. 2009 : 71-73).

Beberapa kelemahan/keterbatasan televisi antara lain:

- a. Harga pesawat TV relatif murah.
- b. Sifat komunikasinya hanya satu arah.
- c. Jika akan dimanfaatkan di kelas jadwal siaran dan jadwal pelajaran di sekolah sering kali sulit disesuaikan.
- d. Program di luar kontrol guru.
- e. Besarnya gambar di layar relatif kecil dibandingkan dengan film, sehingga jumlah siswa yang dapat memanfaatkan terbatas untuk menontonnya (Arif S. Sadiman. 2009 : 71-73).

2.1.4. Sinetron

Sinetron adalah sinema elektronik tentang sebuah cerita yang di dalamnya membawa misi tertentu kepada pemirsa. Misi ini dapat dapat berbentuk pesan moral untuk pemirsa atau realitas moral yang ada di kehidupan masyarakat sehari-hari (Kuswandi, 2008:120).

Sinetron merupakan drama yang menyajikan cerita dari berbagai tokoh secara bersamaan. Masing-masing tokoh memiliki alur cerita mereka sendiri-sendiri tanpa harus dirangkum menjadi suatu kesimpulan. Akhir cerita sinetron

cenderung selalu terbuka dan sering kali tanpa penyelesaian (*open-ended*). Cerita cenderung dibuat berpanjang-panjang selama masih ada audien yang menyukainya (Morrisan, 2009: 213-214).

Selanjutnya sinetron juga diartikan sebagai drama dalam rangkaian episode yang menyajikan cerita dari berbagai tokoh secara bersamaan kemasannya dibuat dalam konsep dasar produksi televisi. Penayangan sinetron biasanya terbagi dalam beberapa episode. Sinetron yang memiliki episode terbatas disebut dengan miniseri. Episode dalam suatu miniseri merupakan bagian dari cerita keseluruhan. Dengan demikian, episode sama seperti bab dari buku (Morissan, 2008).

Dinegara lain, sinetron disebut dengan opera sabun (*soap opera* atau *daytime serial*). Sedangkan untuk sinetron yang berasal dari Amerika Latin dalam pertelevisian Indonesia digunakan istilah telenovela.

Sinetron memiliki unsur – unsur di dalamnya yang terdiri dari :

1. Produser

Produser mengepalari department produksi yang menjadi penggerak awal sebuah produksi film. Produser juga akan mengambil resiko keuangan dengan mengeluarkan uang mereka sendiri khususnya selama periode pra-produksi, sebelum sebuah film dapat terdani sepenuhnya (Effendy, 2009: 40).

2. Sutradara

Kerja sutradara dimulai dari membedah skenario ke dalam konsep pengambilan gambar. Selanjutnya sutradara bekerja sebagai pemimpin pengambilan gambar, menentukan apa saja yang akan dilihat oleh penonton, mengatur laku di depan kamera, mengarahkan akting dan dialog, menentukan posisi dan gerak

kamera, suara, pencahayaan, dan turut melakukan editing (Effendy, 2009: 42).

3. Skenario

Skenario merupakan naskah cerita yang digunakan sebagai landasan bagi penggarapan sebuah produksi film. Isi dari skenario merupakan dialog dan istilah teknis sebagai perintah kepada crew atau tim produksi. Skenario juga memuat informasi tentang suara dan gambar ruang, waktu, peran dan aksi (Effendy, 2009:17).

4. Penata Artistik

Penata artistik bertugas menyusun segala sesuatu yang melatarbelakangi cerita sebuah film, melakukan *setting* tempat dan waktu berlangsungnya cerita film. Penata artistik juga bertugas menerjemahkan konsep visual dan segala hal yang meliputi aksi di depan kamera (*setting* peristiwa) (Effendy, 2009:45).

5. Penata Fotografi

Penata fotografi atau juru kamera adalah orang yang bertugas mengambil gambar dan bekerjasama dengan sutradara menentukan jenis-jenis shoot, jenis lensa, diafragma kamera, mengatur lampu untuk efek cahaya dan melakukan pembedaan serta menentukan susunan dari subyek yang hendak direkam (Effendy, 2009: 46).

6. Penata Musik

Sejak dahulu, musik dipandang penting untuk mendampingi film. Dalam era film bisu, sudah ada usaha-usaha untuk mempertunjukkan film dengan iringan musik hidup. Para pemusik bersiap didekat layar dan akan memainkan alat musik pada adegan-adegan tertentu.

Perfilman Indonesia memiliki penata musik jempolan, yaitu Idris Sardi. Ia berulang kali meraih piala Citra untuk tata musik terbaik. Kewajiban seorang penata musik adalah untuk menata paduan bunyi (yang bukan efek suara) yang mampu menambah nilai dramatik seluruh cerita film (Effendy, 2009: 68).

7. Penata Suara

Penata suara adalah tenaga ahli dibantu tenaga perekam lapangan yang bertugas merekam suara baik di lapangan maupun di studio. Serta memadukan unsur-unsur suara yang nantinya akan menjadi jalur suara yang letaknya bersebelahan dengan jalur gambar dalam hasil akhir film yang diputar di bioskop (Effendy,2009: 68).

8. Pemeran

Pemeran atau cast bertugas untuk memerankan tokoh yang ada dalam naskah film. Pemeran harus bisa mengubah karakternya sesuai dengan apa yang telah digambar oleh sutradara. Proses pemilihan pemeran disebut *casting*. *Casting* semula dilakukan oleh *casting director* atau orang yang bertugas mencari pemeran, setelah itu daftar nama calon pemeran ini akan dipilih lagi oleh sutradara (Effendy,2009:53).

9. Penyunting

Penyunting disebut juga kameraman, yaitu orang yang bertugas menyusun hasil shooting sehingga membentuk rangkaian cerita sesuai konsep yang diberikan oleh sutradara. Ada beberapa teknik yang digunakan oleh kameraman dalam mengambil gambar. Pengambilan gambar ini mempengaruhi penggambaran dari naskah (Effendy, 2009:53).

10. Editor

Editor bertugas menyusun hasil shooting hingga membentuk rangkain cerita. Ia bekerja dibawah pengawasan sutradara tanpa mematikan kreatifitas, sebab kerja editor berdasarkan konsepsi.

Editor akan menyusun segala materi dimeja editing menjadi pemotongan kasar (*rougth cut*) dan pemotongan halus (*tine cut*). Hasil pemotongan halus disempurnakan lagi dan akhirnya ditransfer bersama suara dengan efek-efek transisi optik untuk menunjukkan waktu maupun adegan (Effendy, 2009: 82).

Dalam penelitian ini sinetron yang akan dianalisa termasuk kedalam tema sinetron drama karena menggambarkan kehidupan dan watak melalui tingkah laku (akting) atau dialog yang melibatkan konflik atau emosi yang dikemas secara khusus untuk ditayangkan di televisi, dan termasuk pula dalam tema sinetron keluarga karena para pemeran dan ide cerita yang disampaikan sebagian besar mengenai kehidupan rumah tangga. Sedangkan untuk kategori jenis sinetron termasuk kedalam kategori serial karena dalam setiap episodenya menampilkan sebab akibat dari masing-masing episodenya.

Dalam Kuswandi (2008:121), menyebutkan sebuah sinetron memiliki karakteristik, yaitu:

Pertama, mempunyai gaya atau *style* terdiri dari aspek artistiknya, orisinalitas, penggunaan bahasa film dan simbol-simbol yang tepat, penataan artistik seperti cahaya, *screen-directing*, dan *art-directing*, fotografi yang bagus, penyampaian sajian dramatik, yang harmonis, adanya unsur suspense dan teaser (Kuswandi, 2008:121).

Kedua, memiliki isi cerita termasuk didalamnya hubungan logis dalam alur cerita, irama dramatik, visi dan orientasi, karakteristik tokoh, permasalahan/tema yang aktual dan kontekstual (Kuswandi, 2008:121).

Ketiga, memiliki karakter dan format medium, penguasaan teknik peralatan dengan kemungkinan-kemungkinannya, manajemen produksi. Untuk mencapai itu, sebuah sinetron diusahakan agar memenuhi kualitas standar lebih dulu, yaitu *basic instinct human-being* (Kuswandi, 2008:121).

2.1.5. Teori Minat

Minat menonton pada khalayak merupakan unsur yang sangat penting dalam melihat keberhasilan atau tidaknya suatu film. Film yang berhasil adalah film yang mampu untuk menarik minat menonton. (Ahmadi, 2009:148), minat adalah suatu sikap jiwa seseorang termasuk tiga fungsi jiwanya (kognitif, afektif, konatif) yang tertuju pada sesuatu, dan dalam hubungan itu merupakan unsur perasaan yang terkuat. Dengan sikap dan perilaku yang persuasif akan mampu

menarik minat seseorang untuk melakukan yang komunikator katakan kepada komunikan dengan mempengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku.

Minat menurut Suryanto (2015:354) dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi mengatakan sikap-sikap individu minat menonton yang hendak dipengaruhi terdiri atas tiga komponen, yaitu sebagai berikut:

1. Kognitif, yang berhubungan dengan gejala mengenai wujud pengolahan, pengetahuan dan keyakinan serta harapan individu tentang objek yang diperkenalkan. Aspek kognitif dapat diartikan sebagai kemampuan berfikir yang mencakup kemampuan berfikir sederhana yaitu pengetahuan sekilas dan harapan yang dimiliki oleh penonton tentang suatu konten.
2. Afektif, berwujud proses yang menyangkut perasaan tertentu ditunjukkan pada objek tertentu dan mempunyai kecenderungan untuk suka atau tidak suka pada objek tertentu. Aspek afektif dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang berkaitan dengan emosi atau suasana psikis seperti sikap, perasaan dan minat akan sesuatu. Seperti penerimaan atau menunjukkan atensi terhadap orang lain, responsif atau ketertarikan akan suatu objek/konten, dan kemudian penilaian yaitu seperti penerimaan, penolakan, atau tidak menyatakan pendapat.
3. Konatif, tahap individu untuk berbuat atau tindakan suatu objek. Aspek konatif dapat diartikan sebagai perilaku individu ketika sudah sampai ke tahap individu melakukan suatu tindakan terhadap objek. Jadi bisa disimpulkan aspek konatif adalah perwujudan dari aspek kognitif dan aspek afektif.

2.1.6. Menonton

(Fadhilah:2020) menunjukkan bahwa menonton dapat diartikan aktifitas yang tidak hanya menyorot mata kearah layar kaca melainkan penonton yang berfikir aktif untuk memilih, memakai dan juga menafsirkan dari tayangan - tayangan televisi tersebut. Intesitas menonton televisi merupakan tindakan atau keadaan seseorang yang menikmati tayangan di televisi dalam ukuran waktu tertentu dan menggambarkan seberapa serung serta memisalkan perhatiannya terhadap acara yang ditayangkan di televisi.

Menonton televisi adalah suatu tindakan yang tidak terlepas dari dorongan masing-masing individu untuk menikmati apa yang yang ditayangkan oleh televisi. Tindakan televisi adalah kesadaran seseorang terhadap sesuatu yang masyarakat supaya dapat menjalani kehidupan secara baik dan positif. Berhubungan dengan dorongan yang ada dalam diri induvidu sehingga seseorang memusatkan perhatiannya terhadap acara yang ditayangkan ditelevisi dengan senang hati, serta dengan perasaan puas sehingga pemirsa dapat menikmati apa yang ditayangkan oleh televisi tersebut. Menonton berarti aktivitas melihat sesuatu dengan tingkat perhatian tertentu (Danim:2004).

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Tabel 1

No	Peneliti	Judul	Isi Penelitian	Metode	Perbedaan
1	Dina Amara , Idola Perdini Putri, Ph.D.	PENGARUH <i>CONTEXT</i> , <i>COMMUNICATI ON</i> , <i>COLLABORATIO N</i> , <i>CONNECTION</i> PADA AKUN TWITTER @JOKOANWAR TERHADAP MINAT MENONTON FILM GUNDALA e-Proceeding of Management : Vol.7, No.2 Desember 2020 Page 7302	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Konten video pada Penggunaan Twitter @Jokoanwar Terhadap Minat Menonton Film Gundala X yang paling tinggi adalah sub variabel context yaitu sebesar 82,85%. Sedangkan yang paling rendah adalah sub variabel communication yaitu sebesar 75,85%. Sedangkan dari variabel Y yang paling tinggi konatif dinilai sangat tinggi, yaitu sebesar 84,25%. Sedangkan yang paling rendah adalah sub variabel afektif yaitu sebesar 79,19%.	Analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah Untuk mengetahui Seberapa Besar Pengaruh Tayangan Sinetron “Ikatan Cinta” di RCTI Terhadap Minat Penonton <i>Followers</i> Instagram @ikatancinta.mncp. Sedangkan penelitian yang penulis teliti menggunakan

					metode penelitian kuantitatif.
2	Vemi Jumiartika dan Hamzah Palaloi.	PENGARUH TAYANGAN TALKSHOW "SARAH SECHAN" DI NET. TV TERHADAP MINAT MENONTON (STUDI PADA MAHASISWA PSIKOLOGI UNJ ANGKATAN 2013) PROMEDIA, VOLUME I, NO 2, 2015, Jumiartika, Pengaruh Tayangan, 1-20	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang sangat kuat antara tayangan talkshow "Sarahsechan" di NET. terhadap minat menonton mahasiswa Universitas Negeri Jakarta Jurusan Psikologi angkatan 2013 artinya semakin baik tayangan talkshow Sarahsechan di NET maka akan mampu meningkatkan minat menonton khalayaknya.	Kuantitatif Eksplanatif	Perbedaan dengan penelitian ini adalah Untuk mengetahui Seberapa Besar Pengaruh Tayangan Sinetron "Ikatan Cinta" di RCTI Terhadap Minat Penonton <i>Followers</i> Instagram @ikatancinta.mncp. Sedangkan penelitian yang penulis teliti menggunakan metode penelitian kuantitatif.

3.	Andhika , Mohamm ad Fahmi, Rodji Adjid.	PENGARUH PROGRAM UEFA CHAMPIONS LEAGUE DI ORANGE TV TERHADAP MINAT MENONTON Vol. 4, No. 1, 2020, pp. 25-31	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara program UEFA Champions League di Orange TV terhadap minat menonton pada komunitas Pena (Penya) Real Madrid de Indonesia regional Jakarta. Hal ini berdasarkan analisis korelasi yang menyatakan bahwa tingkat hubungan variabel program UEFA Champions League dengan variabel minat menonton sebesar 0,652. Nilai ini menunjukkan bahwa ada pengaruh antara 2 variabel yang diteliti. Pengaruh ini bersifat searah, kuat, dan signifikan.	Kuantitatif	Perbedaan dengan penelitian ini adalah Untuk mengetahui Seberapa Besar Pengaruh Tayangan Sinetron “Ikatan Cinta” di RCTI Terhadap Minat Penonton <i>Followers</i> Instagram @ikatancinta.mncp.
4.	Achmad Firdausyi ,	PENGARUH KONTEN	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa	Kuantitatif Eksplanatif	Perbedaan dengan

	Rosita Angraini.	PROGRAM TV MAGAZINE TERHADAP MINAT MENONTON Vol. 2, No. 1, Th 2020, 58-70	perhitungan uji determinasi memperoleh nilai Rsquare sebesar 0,362 artinya terdapat pengaruh konten program terhadap minat menonton mahasiswa STIKOM Stikom Interstudi angkatan 2015 - 2018.		penelitian ini adalah Untuk mengetahui Seberapa Besar Pengaruh Tayangan Sinetron “Ikatan Cinta” di RCTI Terhadap Minat Penonton <i>Followers</i> Instagram @ikatancinta. mncp. Sedangkan penelitian yang penulis teliti menggunakan metode penelitian kuantitatif.
5.	Muflihunn a Syam	PENGARUH CITRA ARTIS TERHADAP MINAT MENONTON	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh citra artis terhadap minat menonton film	Riset Kuantitatif	Perbedaan dengan penelitian ini adalah Untuk mengetahui

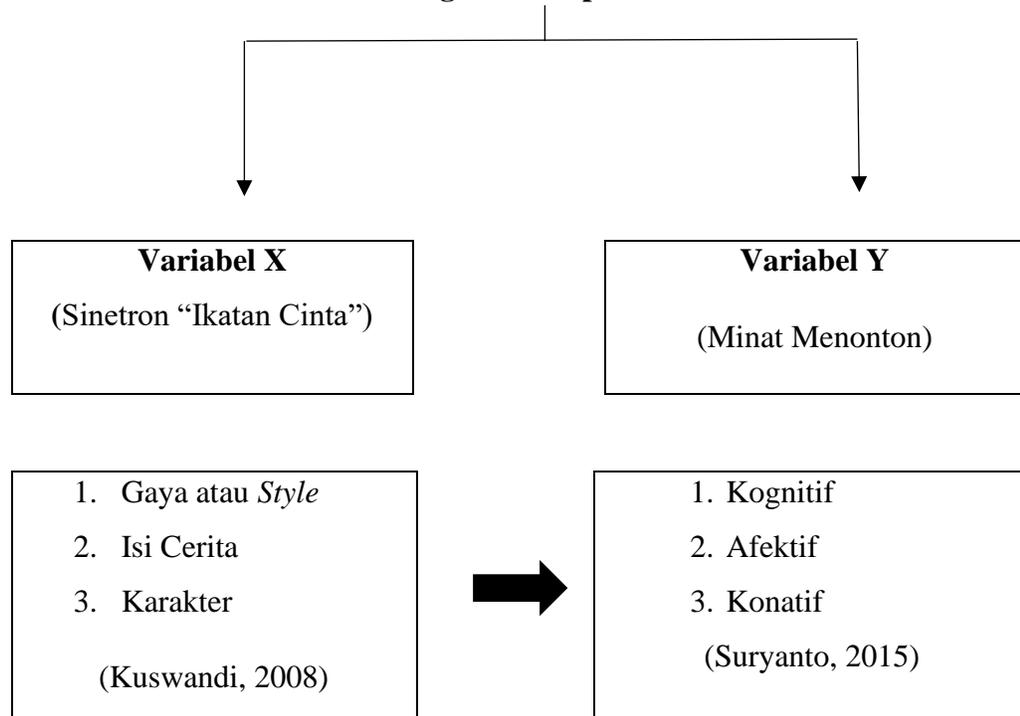
		<p>FILM DILAN 1991 BAGI REMAJA (KASUS CITRA IQBAAL RAMADHAN DI AKUN INSTAGRAM FANPAGE @DILANKU) Vol. 6: Edisi II Juli – Desember 2019</p>	<p>Dilan 1991 bagi remaja dengan koefisien variabel Citra Artis sebesar 0,835 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha= 0,05$ yang artinya menunjukkan bahwa citra artis memberikan pengaruh terhadap minat menonton film Dilan 1991 bagi remaja.</p>		<p>Seberapa Besar Pengaruh Tayangan Sinetron “Ikatan Cinta” di RCTI Terhadap Minat Penonton <i>Followers</i> Instagram @ikatancinta. mncp. Sedangkan penelitian yang penulis teliti menggunakan metode penelitian kuantitatif.</p>
--	--	---	---	--	--

2.3. Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai factor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2015:60). Kerangka konsep ini juga mendukung atau menjelaskan latar belakang dan gambaran singkat dari penelitian ini.

Berdasarkan permasalahan yang ada dan teori yang mendukung, maka kerangka konsep dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Kerangka Konsep



2.4. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2015: 64) hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian belum merupakan jawaban yang empiris.

Berdasarkan landasan teori dan kerangka konsep di atas, hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho : Tidak adanya Pengaruh Tayangan Sinetron Ikatan Cinta di RCTI Terhadap Minat Menonton

Ha : Adanya Pengaruh Tayangan Sinetron Ikatan Cinta di RCTI Terhadap Minat Menonton