

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman modern seperti sekarang ini, banyak sekali terjadi perubahan, terutama pada bidang teknologi, mulai dari media cetak hingga media massa, dengan adanya perubahan ini informasi semakin mudah untuk didapatkan dan dijangkau. Salah satunya teknologi televisi, Televisi merupakan salah satu bentuk media sebagai alat komunikasi massa. Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Media komunikasi yang termasuk massa yaitu radio siaran, televisi, film yang dikenal sebagai media elektronik, serta surat kabar dan majalah yang keduanya termasuk media cetak (Rema, 2005).

Televisi sebagai media konvensional, dirasa masih tetap eksis menahan genpuran media-media baru yang ada. Berdasarkan hasil survei yang dikembangkan oleh Neilsen televisi masih diminati dan mendapatkan tempat teratas media yang diminati oleh masyarakat Indonesia. Khalayak pada umumnya menyukai televisi dikarenakan karakternya yang praktis akan sebuah informasi dan hiburan yang disajikannya (Sari, 2016). Perkembangan televisi diikuti dengan bertambahnya stasiun televisi baik lokal maupun nasional dari tahun ke tahun serta diberengai dengan meningkatnya mutu kualitas dan kuantitas menjadikan bukti media televisi masih eksis dikalangan masyarakat. Para kreatif industri pertelevisian tidak pernah berhenti untuk melakukan eksplorasi dan penemuan formula baru dalam menayangkan sebuah program audiovisual yang berkualitas (Suprihono, 2019).

Perkembangan media massa di Indonesia semakin pesat dengan adanya banyak program-program televisi baru yang semakin berinovasi dan berkualitas. Terdapat beberapa stasiun televisi di Indonesia salah satunya yaitu TRANS 7, Trans 7 (sebelumnya bernama TV7) adalah sebuah stasiun televisi swasta nasional di Indonesia. Trans 7 yang pada awalnya menggunakan nama “TV7”, melakukan

siaran perdananya secara terestrial di Jakarta pada 23 November 2001 dan pada saat itulah mayoritas sahamnya dimiliki oleh Kompas Gramedia. Pada tanggal 4 Agustus 2006, Trans Corp mengakuisisi mayoritas saham “TV7”. Meski sejak itulah “TV7” dan Trans TV resmi bergabung, namun ternyata “TV7” masih dimiliki oleh Kompas Gramedia, sampai “TV7” akhirnya melakukan re-launch (peluncuran ulang) pada 15 Desember 2006 dan menggunakan nama baru, yaitu Trans 7.

Banyak sekali program acara yang terdapat di Trans 7, dengan slogan *Smart, Entertaining & Family*, program Trans 7 ditujukan kepada keluarga yang tentunya dapat menghibur sekaligus mengedukasi para penonton. Salah satu tayangan Trans 7 yaitu *Lapor Pak!*. *Lapor Pak!!* adalah sebuah acara komedi kriminal yang tayang di Trans7 mulai tanggal 22 Februari 2021. Dengan mengusung konsep komedi varietas, *Lapor Pak!!* dikemas melalui sketsa dan gelar wicara dengan latar belakang kantor polisi yang mengkomedikan kasus-kasus kriminal, isu terkini, dan gosip artis dengan cara penyampaian yang bertujuan mengundang gelak tawa pemirsa. Komedi yang berlatar belakang kantor polisi ini berisi adegan interogasi bintang tamu di sebuah ruang tertutup, *gimmick* dibalik jendela kaca ruang interogasi, satir berisi kritik sosial terhadap pemerintahan, siaran radio yang diberi nama "Radio Lapor Pak! FM" atau adegan 'kisah cinta' antar pemain.

Gambar 1.1 Pemain Laporpak!



Sumber: TribunNews.com (19 April 2022).

Program komedi dapat menjadi senjata bagi stasiun televisi untuk mencapai *rating & share* yang bagus, karena program komedi yang ada sejak dulu terus

mengalami perkembangan. Konten humor yang populer dan sering digunakan sejak dulu yaitu *slapstick*, konten yang memunculkan aksi dan gerakan lucu serta kekerasan fisik (namun tidak membahayakan). Menginjak era liberalisasi televisi swasta, salah satu konten yang populer yaitu *situation comedy* (sitkom), yang menonjol dalam hal karakter, alur cerita, dan setting. Peneliti melakukan penelitian ini juga karena pada penelitian-penelitian sebelumnya tentang humor, memfokuskan penelitiannya kepada audiens atau program humor dan bukan pada konten humor. Salah satu fungsi televisi ialah sebagai media hiburan.

Hal ini direalisasikan dengan menampilkan tayangan-tayangan yang bergenre komedi. Fungsi hiburan untuk media elektronik menduduki posisi paling tinggi dibandingkan dengan fungsi-fungsi yang lain. Masalahnya, masyarakat kita masih menjadikan televisi sebagai media hiburan. Hal ini mendudukkan televisi sebagai alat utama hiburan (untuk melepas lelah). Acara hiburan ini juga dianggap perekat keluarga karena dapat ditonton bersama-sama sambil bercanda atau “ngemil” (Nurudin, 2009). Acara hiburan yang kita kenal sebagai tayangan humor atau komedi secara garis besar terbagi menjadi 2, yaitu:

(1) Humor Program Non-drama: Komedi Sketsa, *Reality Show* Komedi, Stage Comedy (lenong, ludruk, ketoprak humor, pentas musik komedi), biasanya menggunakan panggung yang dibuat dalam sebuah studio;

(2) Humor Program Drama: Situasi Komedi, Sinetron berbumbu komedi (Set, 2008). Salah satu tolok ukur kesuksesan suatu program adalah melalui *rating dan share*.

Rating merupakan “hal yang penting karena pemasang iklan selalu mencari stasiun penyiaran atau program siaran yang paling banyak ditonton atau didengar” (Morissan, 2008). Pengelola stasiun penyiaran pada umumnya sangat peduli dengan peringkat atau rating dari suatu program yang ditayangkan di stasiun penyiarannya. Rating yang tinggi berarti penonton yang lebih banyak dan jumlah pemasang iklan yang lebih besar.

Loyalitas menonton biasanya mengacu pada dedikasi atau kesetiaan individu terhadap acara televisi, waralaba film, atau konten *streaming* tertentu. Hal ini menyiratkan bahwa penonton berkomitmen untuk secara teratur menonton dan

mengikuti acara tertentu, serial film, atau penyedia konten selama periode yang lama. Loyalitas ini dapat terwujud dalam bentuk jumlah penonton yang konsisten, keterlibatan dengan barang dagangan yang terkait, diskusi di komunitas penggemar, dan bahkan kehadiran di acara atau konvensi yang terkait dengan konten.

Loyalitas penonton merupakan konsep yang berharga bagi pembuat konten, studio, dan platform streaming karena hal ini menunjukkan basis penggemar yang berdedikasi yang kemungkinan besar akan terus mendukung dan mengonsumsi konten. Membangun dan mempertahankan loyalitas penonton sering kali menjadi tujuan utama dalam industri hiburan, karena hal ini dapat mengarah pada kesuksesan jangka panjang, jumlah penonton yang lebih tinggi, dan peningkatan pendapatan melalui berbagai saluran, seperti iklan, langganan, atau penjualan barang dagangan.

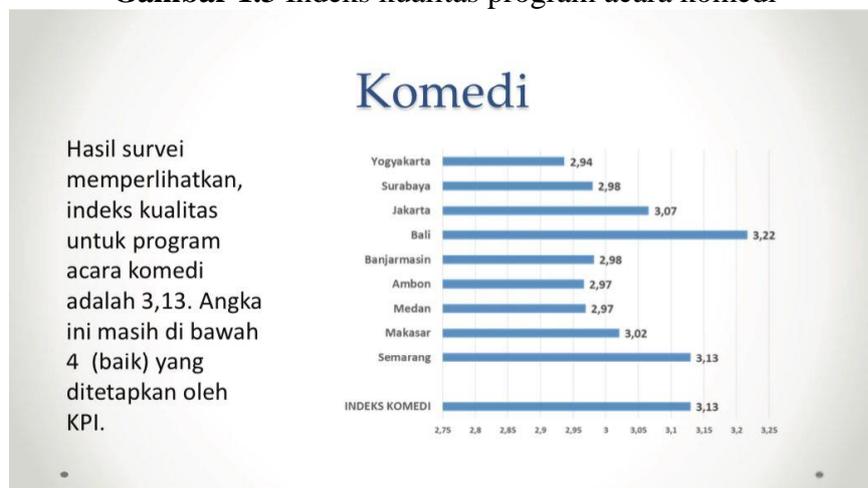
Gambar 1.2 Data program TV



Sumber : Indotvtrends (22 Juni 2023)

Dilansir dari unggahan Instagram @indotvtrens pada 22 Juni 2023, Laporpak!! Menempati di angka 50 sedangkan sebelumnya di tanggal 11 Juni 2023 Laporpak!! Ada di peringkat 27. Hal ini menunjukkan bahwa program komedi televisi Laporpak!! menjadi salah satu program televisi yang memiliki performa yang baik dan menjadi salah satu program televisi yang berpengaruh terhadap sikap dan loyalitas menonton masyarakat di Indonesia. Dikutip dari data survei komisi penyiaran indonesia (KPI) pada bulan Maret hingga April 2015, indeks kualitas program komedi adalah 3.13 yang berarti baik.

Gambar 1.3 Indeks kualitas program acara komedi



Sumber: Komisi Penyiaran Indonesia (Maret-April 2015)

Gambar 1.4 Indikator kualitas program komedi

INDIKATOR	Skor
Memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa	2.60
Membentuk jatidiri bangsa Indonesia yang bertakwa dan beriman	2.50
Membangun mental mandiri	2.80
Informatif	2.82
Edukatif	2.98
Hiburan yang sehat	3.38
Perekat sosial/empati sosial	2.80
Transfer budaya, nilai-nilai bangsa dan kearifan lokal	2.73
Pengawasan	2.81
Menghormati nilai-nilai kesukuan, agama, ras dan antar golongan	2.89
Menghormati nilai dan norma kesopanan dan kesucilaan	3.06
Melindungi kepentingan publik	2.97
Menghormati kehidupan pribadi	3.05
Melindungi kepentingan anak-anak dan/atau remaja	3.36
Melindungi orang atau kelompok masyarakat tertentu	3.03
Tidak bermuatan seksual	3.65
Tidak bermuatan kekerasan	3.53
Tidak bermuatan mistik, horor, dan supranatural	3.76
Tidak bermuatan rokok, napza, dan minuman beralkohol	3.89
Tidak bermuatan praktek perjudian	3.96

Indeks = 3,13

Sumber: Komisi Penyiaran Indonesia (Maret-April 2015)

Industri penyiaran televisi merupakan industri yang sangat diregulasi. Baik karena kelangkaan spektrum maupun karena dampak informasi yang ditayangkan terhadap sikap dan perilaku masyarakat. Tujuan dari penulisan tesis ini yaitu mengetahui dan menganalisis instrumen regulasi di industri penyiaran televisi serta kebijakan persaingan yang diberlakukan di industri penyiaran televisi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif analitis yaitu dengan membuat analisis secara sistematis faktual dan akurat mengenai fakta-fakta yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah di industri penyiaran televisi dan implikasinya. Masalah yang dibahas dalam tulisan ini dibatasi hanya pada Industri penyiaran televisi di Jawa. Periode pembahasan masalah yaitu pada kurun waktu 2002-Juli 2003. Hasil analisis terhadap UU NO. 32 tentang penyiaran Tahun 2003 memperlihatkan bahwa instrumen yang digunakan untuk meregulasi industri penyiaran televisi Indonesia adalah melalui Pembatasan Lisensi dan kepemilikan, Pembatasan kepemilikan terhadap media lain, Pembatasan Iklan, Pembatasan Program, Pengaturan Institusi, dan Penyediaan waktu untuk siaran iklan layanan masyarakat.

Dalam studi pemasaran dan media, terdapat berbagai model untuk menganalisis dan memprediksi loyalitas pemirsa. Model-model ini sering kali mempertimbangkan faktor-faktor seperti kualitas konten, loyalitas merek, kepuasan pemirsa, dan keterlibatan untuk memahami mengapa pemirsa tetap setia pada produk atau merek media tertentu. Pada penelitian ini, loyalitas menonton masyarakat diuji dengan bagaimana sikap masyarakat dalam menonton tayangan komedi televisi *Lapor Pak!*.

Program komedi televisi *Lapor Pak!* memiliki rating yang cukup tinggi dimana tayangan tersebut masuk dalam daftar program televisi dengan performa yang baik. Berdasarkan hal tersebut, peneliti menetapkan tayangan komedi televisi *Lapor Pak!* sebagai variabel yang digunakan untuk meneliti loyalitas menonton masyarakat. Kualitas konten, konsistensi, pengembangan karakter, keterkaitan, kelompok penggemar, penghargaan dan pengakuan, serta keberlanjutan adalah faktor-faktor yang akan diuji dalam penelitian pengaruh acara televisi dengan loyalitas menonton masyarakat.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi pentingnya masalah sebagai berikut :

1. Persaingan tayangan komedi lapor pak dengan industri media televisi lain seperti youtube dan media sosial?
2. Di tengah persaingan pada jam tayang yang sama, beberapa stasiun televisi swasta lainnya menyajikan program berita bahkan program hiburan yang beragam. Di jam tayang yang sama juga ada beberapa program serupa seperti Tonight Show di Net Tv dan Canda Empire di RTV.
3. Beberapa program *reality show* masih diminati, namun belum diketahui loyalitas penonton.
4. Pengaruh tayangan komedi LaporPak! terhadap minat menonton program.

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Tayangan Komedi Lapor Pak! Terhadap Loyalitas Menonton Program Di Trans7 (Survei Pada Masyarakat RW 012).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini adalah apakah terdapat Pengaruh Tayangan Komedi Lapor Pak! Terhadap Loyalitas Menonton Program Di Trans7 (Survei Pada Masyarakat RW 012).

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur :

1. Tayangan komedi LaporPak! Di Trans7
2. Loyalitas Menonton Masyarakat RW 012, Kedaung Ciputat

3. Pengaruh tayangan komedi Laporan Pak! Terhadap loyalitas menonton program di Trans7

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, referensi dan keilmuan guna melaksanakan penelitian di bidang penyiaran atau *broadcasting*, khususnya pada topik dan pembahasan tentang penyiaran televisi.

1.6.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi masukan kepada pihak Trans 7 terkait dengan loyalitas menonton program acara laporan Pak! untuk terus melakukan perbaikan dan pengembangan demi meningkatnya produktivitas acara televisi yang ditayangkan. Bagi peneliti lainnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi perbandingan dan tolak ukur dalam penelitian dengan topik yang sama dengan subjek dan objek penelitian yang berbeda.