

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi massa meliputi semua lapisan masyarakat ramai tanpa mengenal perbedaan usia, agama ataupun status sosial yang semuanya disatukan oleh saluran media massa yang sama. Ada hubungan timbal balik dan saling mempengaruhi antara media dengan khalayak. Kemajuan teknologi elektronik yang semakin pesat menjadikan televisi sebagai media sumber informasi yang faktual dan terpercaya di masyarakat. Samuel L. Backer menyebut televisi itu adalah *window on many world* sebab televisi menjadi media yang kompleks dengan audio dan visual.

Media massa merupakan sarana yang digunakan oleh masyarakat untuk memperoleh informasi maupun acara hiburan yang dibedakan menjadi dua macam media yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak adalah sarana komunikasi melalui sarana tulisan dengan media kertas seperti, surat kabar, majalah dan tabloid sedangkan media elektronik adalah sarana komunikasi menggunakan perangkat-perangkat elektronik seperti televisi, radio.

Media massa elektronik seperti televisi yang dapat diakses secara gratis, ternyata mempunyai jumlah penonton yang semakin menurun, selama ini media televisi merupakan media yang paling banyak digunakan atau diakses oleh khalayak-khalayak di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Semula televisi dinilai kurang bermanfaat dalam dunia Pendidikan, hal ini mengingat biaya operasionalnya yang cukup mahal, kemudian muncul pendapat yang berlawanan yang menyebut bahwa televisi sebagai media massa sangat bermanfaat dalam memajukan pendidikan suatu bangsa.

Tayangan televisi (informasi, iklan, dan hiburan) semakin bervariasi dan penuh daya pikat, sehingga sering kali kita terpacu dan hanyut dalam dramatisasi tayangan televisi. Televisi merupakan media massa yang memiliki fungsi atau kerja sebagai penyampaian informasi, sebagai program televisi seperti *news*, entertainment, bahkan acara-acara program kuliner mampu memberikan sebuah informasi yang diberikan oleh khalayak.

Dijelaskan banyak orang yang menghabiskan waktunya hanya untuk menonton program-program televisi dibandingkan meluangkan waktunya untuk berbicara atau berbincang-bincang dengan keluarga maupun dengan temannya. Televisi juga memberikan ide kepada seseorang maupun kita untuk menjalankan hidup ini dan televisi pun mampu memberikan cara beradaptasi dengan lingkungan-lingkungan di sekitar atau lingkungan baru, agar kehidupan kita menjadi lebih baik dan lebih dari yang lain. Terlepas dari sebuah pengaruh positif atau negatif, pada dasarnya media televisi tersebut telah menjadi sebuah cerminan budaya tontonan bagi pemirsa yang menonton program-program televisi dalam era informasi dan komunikasi untuk memperdalam unsur pendidikan, kontrol, sosial, serta informasi, semakin berkembang pesat dan mengalir dalam acara yang beraneka ragam.

Pada dasarnya televisi ini sama seperti fungsi dari media massa seperti surat kabar, dan radio siaran, hal ini dapat memberi informasi, mendidik, menghibur dan membujuk. Televisi adalah suatu kekuatan yang sangat dominan dapat memengaruhi masyarakat modern, dan kekuatan tersebut berasal dari kemampuan televisi tersebut melalui berbagai simbol-simbol yang fungsinya untuk memberikan gambaran yang terlihat sangat nyata dan penting seperti lingkungan di sekitar kita atau kehidupan kita sehari-hari.

Meskipun televisi muncul belakangan jika dibandingkan dengan media lainnya, namun televisi di Indonesia mampu menduduki posisi tertinggi yaitu 96% pada tahun 2017 yang menunjukkan bahwa media luar ruang, internet, radio dan surat kabar masih di bawah televisi (Nielsen Consumer Media View 2017). Media televisi saat ini telah menjadi bagian yang tak bisa dipisahkan dari keseharian masyarakat dan dapat menjadi candu membuat kita menghabiskan banyak waktu untuk menonton televisi sebab acara televisi pada dasarnya menghubungkan sikap, pandangan, persepsi dan perasaan penonton yang akan muncul ketika menonton sebab salah satu hubungan psikologi dari televisi ialah seakan- akan menghipnotis penonton sehingga penonton tersebut dihanyutkan dalam suasana pertunjukan televisi

Meskipun televisi muncul belakangan jika dibandingkan dengan media lainnya, namun televisi di Indonesia mampu menduduki posisi tertinggi yaitu

96% pada tahun 2017 yang menunjukkan bahwa media luar ruang, internet, radio dan surat kabar masih di bawah televisi (Nielsen Consumer Media View 2017).

Dengan bentuk audio visualnya, televisi menjadi salah satu media massa yang banyak digemari oleh masyarakat. Berdasarkan data hasil survei tahun 2014 lalu dari Nielsen, TV menjadi salah satu media utama yang sampai saat ini masih menjadi media yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat, khususnya remaja. Saat itu mayoritas (95%) masyarakat yang tinggal di Jawa maupun luar Jawa menunjukkan, bahwa televisi masih menjadi media utama yang dikonsumsi masyarakat di Indonesia. Kemudian disusul oleh internet sebanyak (33%), radio (20%), surat kabar (12%), tabloid (6%), dan majalah (5%) pada tahun 2014.

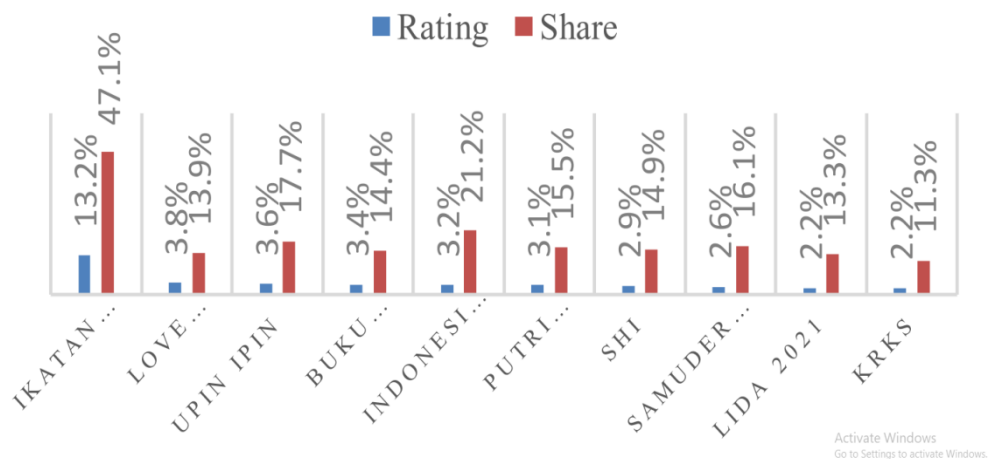
Masyarakat Indonesia mampu menghabiskan waktunya rata-rata hampir 5 jam dalam sehari untuk menonton televisi. Laporan Nielsen (2018) menunjukkan bahwa durasi menonton televisi masih menduduki posisi tertinggi pertama yaitu dengan rata-rata menonton setiap harinya selama 4 jam 53 menit, kemudian yang menduduki tertinggi kedua yaitu mengakses internet dengan rata-rata 3 jam 14 menit per harinya, lalu disusul oleh mendengarkan radio dengan rata-rata 2 jam 11 menit per harinya, membaca koran selama 31 menit dan membaca majalah selama 24 menit.

Indonesia saat ini sedang menikmati perkembangan teknologi komunikasi yang semakin cepat. Internet yang identik dengan teknologi komunikasi, di Indonesia sendiri penggunaannya sangatlah masif dan hal ini berefek pada perubahan budaya dalam bermedia. Industri Televisi mengalami dampak ini, dan tentunya akan sangat riskan bila tidak melakukan konvergensi media dalam perjalanan bisnis ini di era digital. RCTI sebagai stasiun televisi swasta pertama di Indonesia mengaplikasikan Konvergensi Media dalam menjaga eksistensi di dunia Industri televisi tanah air. RCTI merupakan televisi pelopor tayangan- tayangan yang mengkedepankan mutu dan kualitas yang menjadi kebanggaan dan tentunya dapat dinikmati oleh semua lapisan masyarakat. Sebagai televisi swasta pertama di Indonesia yang menjadi trendsetter, RCTI juga merupakan pelopor tayangan program musik.

Indonesian Idol adalah salah satu jenis program variety and music show yang mencari bakat baru yang terpendam dan belum terakomodir yang di tayangkan oleh RCTI. Banyaknya program sejenis di Indonesia, maka RCTI perlu menjalankan aktivitas promosi dalam mempromosikan program kepada audiens.

Gambar 1.1

Rating Program Varierty Show
RATING DAN SHARE
SENIN, 15 MARET 2021



Sumber : Instagram @tvindoshare

Dari gambar 1.1 dapat dilihat bahwa dari program variety show di Indonesia program *Indonesian Idol* menempati urutan kelima dengan rating sebesar 3.2% dan jumlah share sebesar 21,2%. Dari gambar tersebut *Indonesian Idol* juga merupakan program pencarian bakat musik dengan rating tertinggi.

Program acara *Indonesian Idol* yang menjadi program acara unggulan RCTI, setiap penayangannya menjadi salah satu program acara yang diterapkan konvergensi media pada proses produksi, distribusi konten, hingga promosi program sehingga pemirsa mampu menikmati tayangan *Indonesian Idol*. Kreativitas adalah hasil hasil interaksi antara individu dan lingkungannya kemampuan untuk membuat kombinasi baru berdasarkan data, informasi atau unsur unsur yang sudah ada atau dikenal sebelumnya yaitu semua pengalaman dan pengetahuan yang telah di peroleh seseorang selama

hidupnya baik itu lingkungan sekolah, keluarga, maupun dari lingkungan masyarakat. Banyak stasiun televisi beramai-ramai menarik penontonnya dengan konten kreatif yang menghibur dan mampu menarik perhatian masyarakat.

Peradaban yang modern menuntut manusia semakin berkembang dan membuat masyarakat khususnya para remaja dengan mudahnya mengakses informasi dari berbagai macam media menumbuhkan minat dalam bidang tertentu dengan munculnya program *Indonesian Idol* yang mana merupakan suatu ajang pencarian bakat yang di sponsori oleh Fremantle media dan bekerja sama dengan Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) program ini merupakan ajang pencarian bakat di bidang tarik suara yang sudah banyak melahirkan jebolan penyanyi-penyanyi besar seperti Kunto Aji, Judika, Delon Thamrin dan Rini Wulandari yang memiliki karir cemerlang di dunia pertelevisian Indonesia, sampai saat ini *Indonesian Idol* termasuk reality show yang cocok untuk ditonton semua kalangan sebab musik menjadi alat mempersatu semua golongan tanpa mengenal Batasan. Fenomena kehidupan artis baru khususnya dari dunia tarik suara yang banyak diberitakan media, memberikan pengaruh minat tersendiri bagi penontonnya, terutama *Indonesian Idol* (RCTI) merupakan sebuah program acara pencarian bakat di bidang tarik suara yang banyak memberikan inspirasi bagi tumbuhnya minat untuk menjadi artis penyanyi khususnya dikalangan remaja.

Indonesian Idol menjadi tayangan yang paling dinanti-nanti setiap senin pukul 21:00 WIB karena memunculkan tayangan yang menarik dan mempunyai kualitas pada tiap peserta dengan nama-nama besar ke 5 para juri yang terlibat pada program yaitu Ari Lasso, Judika, Maia Estianty, Bunga Citra Lestari dan Armand Maulana mereka berperan sebagai mentor dari tiap kontestan yang tampil tiap minggunya *Indonesian Idol* telah menjadi acara dengan penonton terbanyak di Indonesia selalu ada peningkatan jumlah peserta audisi di setiap daerah asalnya untuk memperebutkan golden tiket menuju Jakarta.

Alasan mendasari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh program *Indonesian Idol* terhadap minat menonton remaja millennial di tengah

gempuran digitalisasi. Oleh sebab itu peneliti mengambil judul, “PENGARUH PROGRAM *INDONESIAN IDOL* DI RCTI TERHADAP MINAT MENONTON (SURVEI PADA REMAJA RW 08 KELURAHAN PONDOK PINANG).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Program *Indonesian Idol* Memberikan pengetahuan bagi para penontonya
2. Sebuah program yang diproduksi dengan format *variety show*
3. Konsistensi program *Indonesian Idol* sejak 2004 menarik untuk diteliti pengaruhnya bagi remaja
4. Pengaruh Program *Indonesian Idol* di RCTI dijadikan tingkat minat menonton remaja RW 08 Kelurahan Pondok Pinang dalam mengetahui program musik

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan indentifikasi masalah di atas penelitian ini lebihberfokuskan pada pokok permasalahan yang akan dibahas dan dikaji lebih lanjut dengan tema Pengaruh Program *Indonesian Idol* Terhadap Minat Menonton Kalangan Remaja Rw 08 Kelurahan Pondok Pinang.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana Pengaruh Program *Indonesian Idol* Terhadap Minat Menonton Kalangan Remaja Rw 08 Kelurahan Pondok Pinang.”

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur:

1. Program acara *Indonesian Idol* di RCTI
2. Minat menonton remaja RW 08 Kelurahan Pondok Pinang
3. Seberapa besar pengaruh program acara *Indonesian Idol* terhadap minat menonton remaja RW 08 Kelurahan Pondok Pinang

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan maka kegunaan dari penelitian ini adalah

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kajian keilmuan komunikasi khususnya untuk memperluas wawasan dan informasi mengenai *Indonesian Idol* dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini sangat diharapkan memberikan tambahan informasi untuk mengembangkan bakat dan minat para remaja dalam memilih sarana dan prasarana menyalurkan bakat dan ketrampilan mereka di bidang tarik suara.