

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan yang dilakukan melalui suatu media dengan tujuan dimana nantinya ada efek atau timbal balik. Ada banyak media yang dapat digunakan oleh manusia dalam berkomunikasi atau menyampaikan pesan, salah satunya yaitu media massa. Media massa adalah sarana yang membawa pesan. Media massa utama adalah buku, majalah, koran, radio, televisi, dan web. Kebanyakan ahli teori menganggap media sebagai wahana yang netral dalam memuat pesan. Orang-orang yang pakar dalam media juga mencakup teknisi yang bekerja demi beroperasinya mesin cetak, yang menjaga peralatan siaran TV tetap bekerja. Pakar media juga termasuk pekerja dan investor yang berupaya memperbaiki dan meningkatkan aspek teknis, seperti *compact Disc*, DVD, radio stereo, dan mesin cetak koran yang bisa memproduksi warna berkualitas bagus. Melalui komunikasi media massa, pesan yang disampaikan jangkauannya lebih luas, seperti arti dari media massa itu sendiri yaitu alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat

komunikasi mekanis seperti surat kabar, radio dan televisi.

Wawan dalam bukunya (Kuswandi. 1996: 24), mengungkapkan terdapat tiga fungsi media, yaitu: (1). Mengamati lingkungan. (2). Mengadakan korelasi antara informasi data yang diperoleh dengan kebutuhan khalayak sasaran, karena komunikator lebih menekankan pada seleksi evaluasi dan interpretasi. (3). Menyalurkan nilai-nilai budaya dari satu generasi ke generasi berikutnya.

Jadi, ketiga fungsi diatas pada dasarnya dapat memberikan satu penilaian pada media massa sebagai sarana untuk menyambung atau menyampaikan nilai-nilai tertentu kepada masyarakat.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi ini sangat berpengaruh pada media yang beragam, seperti televisi, telepon, radio, internet dan satelit. Hal tersebut juga mempengaruhi arus informasi yang disebarkan keseluruh penjuru dunia, tidak hanya terbatas pada informasi ekonomi, politik, sosial ataupun budaya, informasi yang mengandung unsur hiburanpun masuk didalamnya. Media yang berperan dalam penyampaian arus informasi yang menjadi sarana pendidikan serta hiburan digolongkan ke dalam media massa, yakni media cetak dan elektronik.

Informasi sudah menjadi kebutuhan manusia yang esensial dan dianggap sebagai kebutuhan pokok layaknya sandang, pangan,

papan, dan komoditas penting lainnya dalam kehidupan sosial, budaya, serta ekonomi. Karena melalui informasi, manusia dapat mengetahui peristiwa yang terjadi di sekitarnya, memperluas cakrawala pengetahuannya, sekaligus memahami kedudukan serta peranannya dalam masyarakat, berbangsa dan bernegara. Pentingnya manfaat informasi ini secara tidak langsung telah melahirkan masyarakat informasi yang tuntutan akan hak dalam mengetahui dan mendapatkan informasi semakin besar demi peningkatan kualitas hidup mereka. Sejalan dengan era media informasi sekarang ini yang menuntut kecepatan informasi, perkembangan teknologi komunikasi dan informasi ikut membawa implikasi terhadap dunia media massa, salah satunya dunia penyiaran di Indonesia.

Revolusi informasi dan komunikasi telah melahirkan peradaban baru, sehingga mempermudah manusia untuk saling berhubungan serta meningkatkan mobilitas sosial. Disamping itu, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi pun mampu mengatasi jarak ruang dan waktu (Kuswandi. 1996: 2).

Pada era teknologi informasi dan globalisasi seperti sekarang ini, televisi sudah menjadi media penyimpanan berbagai informasi dan hiburan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Televisi adalah salah satu media massa. Sifatnya yang audio visual serta program tayangan yang beragam menjadi daya tarik tersendiri

yang dimiliki oleh media ini. Keanekaragaman sajian program acara di televisi memberikan kontribusi pada audiens, yang pada dasarnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan audiensnya.

Akibat dari perkembangan teknologi komunikasi massa televisi, maka akan memberikan pengaruh-pengaruh dalam banyak kehidupan manusia. Pengaruh tersebut bisa dalam bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, bahkan pertahanan dan keamanan negara. Dengan teknologi televisi yang ada sekarang ini, batas-batas negara pun tidak lagi merupakan hal yang sulit untuk diterjang, melainkan begitu mudah untuk diterobos. Karena itu, bila informasi media televisi dari berbagai belahan dunia tidak terkontrol maka akan menimbulkan efek yang cukup besar, misalnya penjajahan negara dalam hal informasi.

Di Indonesia siaran televisi dipandang sebagai salah satu media informasi yang mempunyai banyak penonton tanpa mengenal umur, jenis kelamin, status sosial dan pendidikan. Menurut Darwanto (2007) televisi secara langsung maupun tidak langsung telah membawa pengaruh dalam masyarakat karena memiliki peran besar dalam pengembangan wawasan, membentuk pola pikir dan pendapat umum. Selain itu televisi juga dapat menimbulkan persepsi yang berbeda terhadap apa yang diinformasikan.

Ardianto mengatakan dalam bukunya (Ardianto. 2007: 18), televisi adalah media massa yang mengutamakan sajian hiburan,

hampir tiga perempat bentuk televisi setiap hari merupakan tayangan hiburan yang disajikan untuk pemirsa. Contoh program hiburan di televisi adalah Opera Van Java di Trans 7. Bahkan program acara seperti Talkshow pun kini banyak yang bersifat hiburan.

Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak audien. Daya tarik program ini adalah informasi, dan informasi itulah yang “dijual” kepada audien. Dengan demikian, program informasi tidak hanya melulu program berita dimana presenter atau penyiar membacakan berita tetapi segala bentuk penyajian informasi termasuk juga *talk show* (gelar wicara), misalnya wawancara dengan artis, orang terkenal atau dengan siapa saja.

Gelar wicara adalah suatu jenis acara televisi atau radio yang berupa perbincangan atau diskusi seorang atau sekelompok orang "tamun" tentang suatu topik tertentu (atau beragam topik) dengan dipandu oleh pemandu gelar wicara. Tamu dalam suatu gelar wicara biasanya terdiri dari orang-orang yang telah mempelajari atau memiliki pengalaman luas yang terkait dengan isu yang sedang diperbincangkan. Suatu gelar wicara bisa dibawakan dengan gaya formal maupun santai dan kadang dapat menerima telepon berupa pertanyaan atau tanggapan dari pemirsa atau orang di luar studio.

Program Acara Talkshow sendiri sebagai media komunikasi sudah lama dikenal, bahkan sejak era kejayaan radio ketika sebuah acara talkshow pertama di radio diciptakan oleh John J. Anthony pada tahun 1930 (radio History by Carla Gesell-Streeter). Sementara di televisi, acara talkshow disiarkan untuk pertama kali pada 27 September 1951 oleh jaringan televisi NBC (Aylesworth, 1987), dengan nama program Tonight Show.

Menurut Morissan (2011: 222), gelar wicara atau talkshow merupakan program yang dipandu host dan mengundang narasumber untuk membahas suatu topik. Mereka yang menjadi narasumber adalah orang-orang yang memiliki nilai berita atau mempunyai pengalaman langsung dengan peristiwa yang sedang dibahas. Tema yang diangkat sangat beragam seperti masalah sosial, budaya, pendidikan, ekonomi, politik, olahraga dan isu-isu hangat dalam masyarakat.

Di era saat ini, program-program acara talkshow mulai berbenah untuk menyajikan tayangan yang menarik khalayak. Kemasannya pun lebih bervariasi, lebih segar, penuh diskusi dan hiburan. Konsep acara talkshow atau bincang-bincang di televisi terutama di Indonesia, saat ini dianggap sebagai konsep acara yang seringkali dianggap membosankan, terlalu berat untuk dipahami, dan tidak menarik kemasannya. Hal ini membuat stasiun televisi, seperti TVOne, RCTI, Metro TV, Global TV, TransTV dan Net Tv,

berbenah untuk menyajikan suatu program acara talkshow yang dapat menarik masyarakat yaitu dengan menyajikan program-program acara talkshow yang bersifat ringan, menghibur, mudah dipahami dan tidak membosankan. Sebenarnya talkshow dikategorikan menjadi dua, yakni yang sifatnya ringan dan menghibur dan yang sifatnya formal dan serius. Namun secara umum, talkshow adalah program atau acara yang mengulas suatu permasalahan melalui perbincangan, diskusi, wawancara dan interaksi dengan narasumber tanpa kehadiran aktor yang memerankan karakter tertentu.

Talkshow yang sifatnya formal dan serius umumnya termasuk dalam kategori berita, sementara talkshow yang sifatnya ringan dan menghibur termasuk dalam kategori informasi. Untuk kategori yang kedua ini, talkshow biasanya disampaikan dalam suasana yang santai dan penuh keakraban dengan mengundang satu atau lebih narasumber untuk membahas topik yang sedang hangat yang sifatnya ringan dan mudah dipahami oleh pemirsa. Suasana santai dan ringan itu juga tercermin dari kepriawaian sang tuan rumah acara (host) alias moderator yang menghidupkan suasana dengan komentar-komentar atau ulah jahil yang memancing tawa. Tak pelak, moderatorlah yang menjadi kunci kesuksesan program jenis ini.

Program-program acara talkshow di Indonesia saat ini lebih

didominasi oleh acara talkshow yang sifatnya ringan dan menghibur, seperti acara talkshow yang disiarkan di NetTV yaitu Ini Talkshow, Malam Malam dan Tonight Show. Dari beberapa program acara talkshow tersebut, penulis tertarik untuk memilih program acara talkshow “Tonight Show” di NetTV yang merupakan suatu acara yg bersifat ringan dan menghibur sekaligus diharapkan dapat menambah informasi dan wawasan khususnya masyarakat yang selalu ingin menambah informasi dan wawasan melalui acara-acara hiburan yang berkualitas dari segi acara dan pembawa acaranya.

Kesuksesan “Tonight Show” tidak lepas dari kredibilitas pembawa acara yang mampu mengarahkan acara dengan baik, talkshow yang bermuatan memberikan informasi dan hiburan ini mengandalkan para host yang tidak hanya sekedar bertanya namun mampu menyajikan permainan-permainan yang membuat bintang tamu serta penonton terhibur dan tidak merasa bosan selama acara talkshow itu berlangsung. Para host dan tim NET TV mampu menyajikan acara talkshow yang menarik, serta lebih bervariasi. Namun hal seperti ini tetap saja bisa menimbulkan persepsi masyarakat, penilaian masyarakat terhadap acara “Tonight Show” mempunyai nilai yang berbeda, menarik tidaknya suatu program dapat dilihat dari persepsi penonton terhadap acara tersebut.

Persepsi merupakan proses dimana individu memilih,

mengorganisasi, dan menginterpretasi apa yang dibayangkan tentang dunia disekelilingnya. Jadi dengan mempersepsi setiap individu memandang dunia berkaitan dengan apa yang dia butuhkan. Apa yang dia nilai, apakah sesuai dengan keyakinan dan budayanya. Semua kebutuhan yang ingin dipenuhi ini membuat persepsi individu menjalani suatu proses personal yang rumit, karena apa yang di persepsikan itu sangat tergantung dari sejauh mana pengaruh beragam faktor pembentuk persepsi (Liliweri, 2011: 153).

Persepsi berlangsung saat seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk ke dalam otak. Didalamnya terjadi proses berpikir yang pada akhirnya terwujud dalam sebuah pemahaman. Pemahaman ini yang disebut dengan persepsi. Sebelum terjadi persepsi pada manusia, diperlukan sebuah stimuli yang harus ditangkap melalui organ tubuh yang bisa digunakan sebagai alat bantunya untuk memahami lingkungannya. Alat bantu itu dinamakan alat indra. Indra yang saat ini secara universal diketahui adalah hidung, mata, telinga, lidah, dan kulit. Kelima indra tadi memiliki fungsi-fungsi tersendiri. Alat indra tersebut amatlah membantu dalam kehidupan seseorang. Ia dapat memberi sensasi. Sensasi adalah stimulan dari dunia luar yang dibawa masuk ke dalam sistem syaraf. Hampir semua “hal” di dunia ini dibawa masuk

oleh indra melalui sensasi.

Bagi hampir semua orang, sangatlah mudah untuk melakukan perbuatan melihat, mendengar, membau, merasakan dan menyentuh, yakni proses yang sudah semestinya ada. Namun, informasi yang datang diinterpretasikan sebelum dapat dimengerti, dan proses ini dinamakan persepsi (Sobur, 2003: 448).

Sedangkan menurut Sarwono (2009: 89), persepsi adalah kemampuan seseorang untuk mengorganisir suatu pengamatan. Kemampuan tersebut berupa kemampuan untuk membedakan, kemampuan untuk mengelompokkan, dan kemampuan untuk memfokuskan.

Oleh karena itu seseorang bisa saja memiliki persepsi yang berbeda, walaupun objeknya sama. Hal tersebut dimungkinkan karena adanya perbedaan dalam hal sistem nilai dan ciri kepribadian individu yang bersangkutan, antara lain masa lalu individu. Contohnya pengalaman masa lalu seseorang yang telah membekas lalu membentuknya untuk memandang sesuatu peristiwa dengan cara-cara tertentu. Karena itu, setiap individu dapat melihat suatu objek yang sama namun dengan cara yang berbeda. Persepsi setiap orang juga berbeda-beda sesuai dengan makna yang diberikan kepada “sesuatu”, kepada seseorang atau kepada peristiwa.

Faktor yang mempengaruhi pembentukan persepsi seseorang adalah:

1. Frame Of Reference, yaitu kerangka pengetahuan yang dimiliki serta dipengaruhi dari pendidikan, bacaan, penelitian, dll. Menurut (Sobur, 2003: 461), Kerangka rujukan (Frame Of Reference) merupakan faktor fungsional yang memengaruhi persepsi. Dalam kegiatan komunikasi, kerangka rujukan memengaruhi cara orang member makna pada pesan yang diterimanya. Psikolog menganggap kerangka rujukan amat berguna untuk menganalisis interpretasi perceptual terhadap peristiwa yang dialami.
2. Frame Of Experience, yaitu berdasarkan pengalaman yang telah dialaminya dan tidak terlepas dari keadaan lingkungan sekitarnya.

Pendapat lain menyebutkan, faktor-faktor yang memengaruhi persepsi seseorang dapat dikategorikan menjadi faktor fungsional, faktor struktural, faktor situasional, dan faktor personal (Sobur, 2003: 460).

- a. Faktor Fungsional

Faktor fungsional dihasilkan dari kebutuhan, kegembiraan (suasana hati), pelayanan, dan pengalaman masa lalu seorang individu.

- b. Faktor struktural

Faktor struktural berarti bahwa faktor-faktor tersebut timbul atau dihasilkan dari bentuk stimuli dan efek-efek

netral yang ditimbulkan dari sistem saraf individu.

c. Faktor situasional

Faktor ini banyak berkaitan dengan bahasa nonverbal. Petunjuk proksemik, petunjuk kinesik, petunjuk wajah, petunjuk paralinguistic adalah beberapa dari faktor situasional yang memengaruhi persepsi.

d. Faktor personal

Faktor keempat yang memengaruhi persepsi adalah faktor personal yang terdiri atas pengalaman, motivasi, kepribadian.

Dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang yakni berupa perasaan yang dimiliki, prasangka seseorang terhadap orang lain, serta informasi yang diperoleh. Hal tersebut dapat menyebabkan seseorang mampu mempersepsi orang, benda ataupun peristiwa yang terjadi. Seperti yang telah dikemukakan, persepsi juga dipengaruhi oleh sejumlah faktor psikologis, termasuk asumsi-asumsi yang didasarkan pada pengalaman-pengalaman masa lalu (yang sering terjadi pada tingkat bawah sadar), harapan-harapan budaya, motivasi (kebutuhan), suasana hati (mood), serta sikap seseorang.

Apalagi dengan keadaan Indonesia yang sedang dilanda *Pandemic Corona Covid-19*, Pemerintah menghimbau melakukan *Social Distancing*/#DirumahAja sehingga tayangan televisi menjadi

salah satu media hiburan dalam keadaan ini.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti ingin meneliti Persepsi Mahasiswa FISIP UGJ Terhadap Program Acara “Tonight Show” di Net TV. Alasan penulis mengambil Mahasiswa FISIP UGJ, karena penulis mengamati banyaknya peminat yang menonton program acara “Tonight Show” saat ini. Sehingga membuat penulis ingin meneliti dan mengetahui bagaimana Persepsi Mahasiswa FISIP UGJ Terhadap Program Acara “Tonight Show” di Net TV.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, maka peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti lebih lanjut yaitu: “Persepsi Mahasiswa Terhadap Program Acara Tonight Show di Net TV (Studi deskriptif kualitatif pada Mahasiswa FISIP Universitas Swadaya Gunung Djati).”

1.3 Identifikasi Masalah

Untuk lebih dapat terarah dan tidak terjadinya kesalah pahaman ini, maka dalam penelitian ini perlu mengemukakan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah proses seleksi mahasiswa terhadap program acara Tonight Show Net TV?

2. Bagaimana interpretasi mahasiswa menonton program acara Tonight Show Net TV?
3. Bagaimana reaksi yang terjadi pada mahasiswa dalam menonton program acara Tonight Show Net TV?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Proses seleksi Mahasiswa FISIP UGJ Terhadap Program Acara Ini “Tonight Show” di Net TV.
2. Untuk mengetahui interpretasi mahasiswa yang menonton program acara “Tonight Show” di Net TV.
3. Untuk mengetahui reaksi yang terjadi pada mahasiswa dalam menonton acara Tonight Show Net TV.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Akademis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan pengetahuan mahasiswa Departement Ilmu Komunikasi UGJ. Penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan dan referensi bagi penelian serupa di masa yang akan datang.
2. Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi pengetahuan dibidang Ilmu Komunikasi yang

berkaitan dengan media komunikasi, khususnya media elektronik (Televisi) dan pengetahuan tentang program acara “Tonight Show” di Net TV.

3. Secara Praktis, penelitian ini untuk menerapkan ilmu yang diterima penulis selama menjadi mahasiswa Ilmu Komunikasi sekaligus dapat memberikan masukan kepada pembaca yang ingin mengetahui tentang media komunikasi dan pengetahuan tentang program acara televisi.

1.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

1.6.1 Komunikasi Massa

Kemampuan untuk menjangkau ribuan atau bahkan jutaan orang merupakan ciri dari komunikasi massa yang dilakukan melalui medium massa seperti televisi atau koran. Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses penggunaan sebuah medium massa untuk mengirim pesan kepada audien yang luas untuk tujuan memberi informasi, menghibur, atau membujuk. Dalam banyak hal, proses komunikasi massa dan bentuk-bentuk komunikasi lainnya adalah sama: seseorang membuat pesan, yang pada dasarnya adalah tindakan intrapersonal (dari dalam diri seseorang). Pesan itu kemudian dikodekan dalam kode umum, seperti bahasa. Kemudian ia ditransmisikan. Orang lain menerima

pesan itu, menguraikannya dan menginternalisasikannya. Internalisasi pesan juga merupakan kegiatan intrapersonal.

Dalam hal ini komunikasi massa adalah bentuk yang berbeda. Menyusun pesan yang efektif untuk ribuan orang dengan latar belakang dan kepentingan yang berbeda-beda membutuhkan keahlian yang berbeda dengan sekedar bicara dengan teman. Menyusun pesan lebih kompleks karena ia harus menggunakan sarana, misalnya percetakan, kamera atau perekam (Vivian, 2008: 450).

Nurudin mengatakan dalam bukunya (Nurudin, 2007: 2), komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Massa dalam arti komunikasi massa lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain media massa yang dalam sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Oleh karena itu massa disini menunjuk pada khalayak, audience, penonton, pemirsa atau pembaca.

Menurut Mulyana (2007), komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi dan internet) yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum,

disampaikan secara cepat, serentak dan selintas khususnya media elektronik.

Dari definisi diatas penulis menarik kesimpulan bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa dalam menyampaikan pesan. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak namun tidak menggunakan media massa, maka itu bukan termasuk komunikasi massa.

1.6.2 Televisi

Televisi adalah salah satu bentuk dari media elektronik. Media ini merupakan media yang dapat mendominasi komunikasi massa, karena sifatnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak. Televisi mempunyai kelebihan dari media massa lainnya yaitu bersifat *audio visual* (didengar dan dilihat), dapat menggambarkan kenyataan dan langsung dapat menyajikan peristiwa yang sedang terjadi ke setiap rumah para pemirsa manapun mereka berada. Menurut (Ardiyanto dan Erdinaya, 2007: 40).

Didalam buku Ardianto (2007:137-139) terdapat tiga macam karakteristik televisi, yaitu:

1. Audiovisual

Televisi memiliki kelebihan dibandingkan dengan media penyiaran lainnya, yakni dapat didengar sekaligus dilihat. Jadi apabila khalayak radio siaran hanya mendengar kata-kata, musik

dan efek suara, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak. Maka dari itu televisi disebut sebagai media massa elektronik audiovisual. Namun demikian, tidak berarti gambar lebih penting dari kata-kata, keduanya harus ada kesesuaian secara harmonis.

2. Berpikir dalam gambar

Ada dua tahap yang dilakukan proses berpikir dalam gambar. Pertama adalah visualisasi (visualization) yakni menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Kedua, penggambaran (picturization) yakni kegiatan merangkai gambar-gambar individual sedemikian rupa sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu.

3. Pengoperasian lebih kompleks

Dibandingkan dengan radio siaran, pengoperasian televisi siaran lebih kompleks dan melibatkan banyak orang. Televisi di Indonesia, umumnya lebih banyak memberikan informasi berbentuk hiburan terhadap khalayak. Selain memiliki kelebihan ternyata televisi juga memiliki kekurangan, diantaranya yakni: biaya produksi yang mahal, pesan yang disampaikan hanya selintas dan dapat disimpan oleh khalayak, dan juga tidak dapat melakukan kritik sosial dan pengawasan sosial secara langsung seperti media cetak.

Program siaran televisi di Indonesia pada umumnya

diproduksi oleh stasiun televisi yang bersangkutan. Stasiun televisi dapat memilih program yang menarik dan memiliki nilai jual kepada pemasang iklan, sementara perusahaan produksi acara televisi dapat meraih keuntungan dari produksinya.

Ada empat kekuatan televisi menurut Syahputra (2006:70), yaitu:

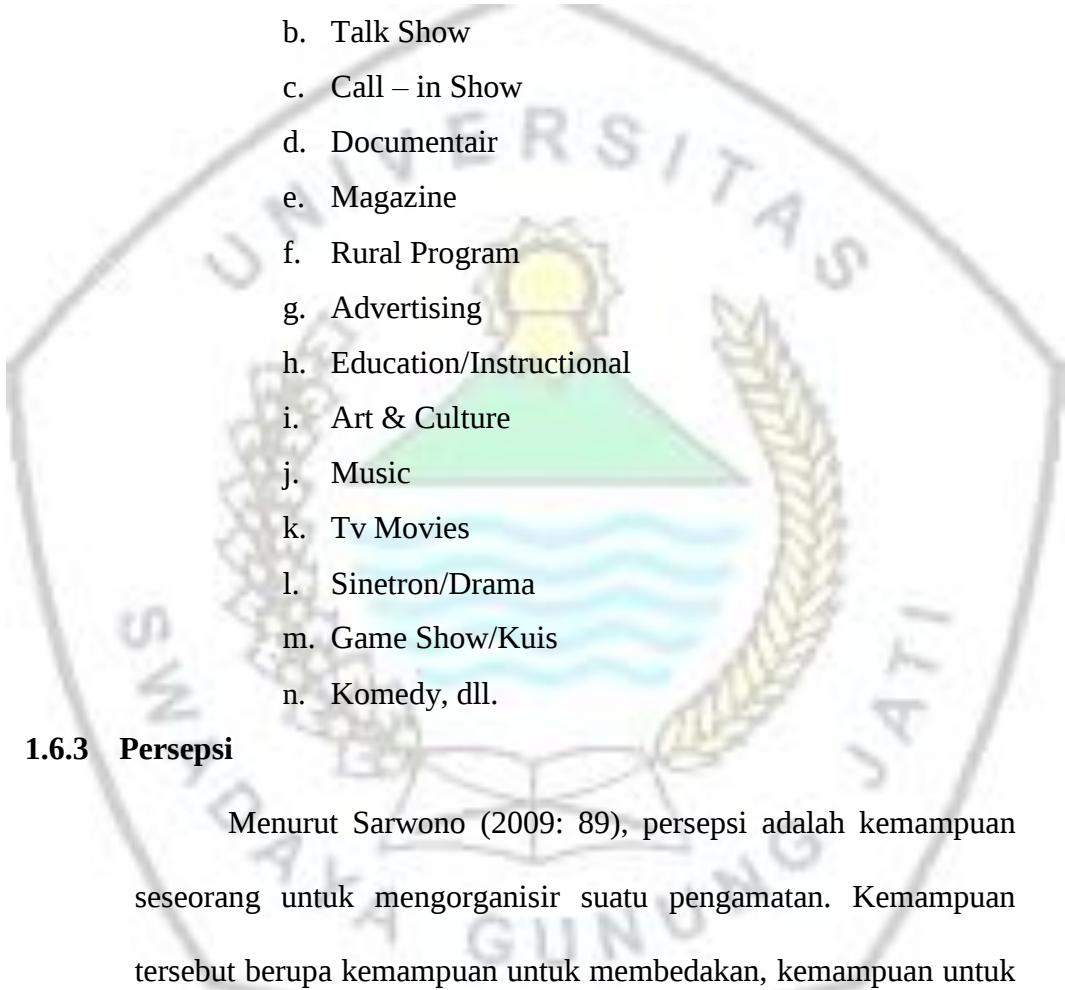
- a. Menguasai jarak dan waktu, karena teknologi televisi menggunakan elektromagnetik, kabel-kabel dan fiber yang dipancarkan transmisi melalui satelit.
- b. Sasaran yang dicapai untuk menjangkau massa cukup besar, nilai aktualitas terhadap suatu liputan atau pemberitaan cukup cepat.
- c. Daya rangsang terhadap media televisi cukup tinggi. hal ini disebabkan oleh kekuatan suara dan gambarnya yang bergerak.
- d. Informasi atau berita-berita yang disampaikan lebih singkat, jelas dan sistematis.

Sedangkan kelemahan televisi menurut Syahputra (2006:70), yaitu:

- a. Media televisi terikat waktu tontonan.
- b. Televisi tidak bisa melakukan kritik sosial dan pengawasan sosial secara langsung dan vulgar.
- c. Pengaruh televisi lebih cenderung menyentuh aspek psikologis massa. Bersifat “*transitory*”, karena sifat ini membuat isi pesannya tidak dapat di memory oleh

pemirsanya. Lain halnya dengan media cetak, informasi dapat disimpan dalam bentuk kliping.

Menurut Muda (2003: 9), pada umumnya isi program siaran televisi meliputi:

- 
- The logo of Universitas Gunung Jati is a large, faint watermark in the background. It is a shield-shaped emblem. At the top, it says 'UNIVERSITAS' in an arc. In the center, there is a green mountain with a yellow sun rising behind it. Below the mountain are blue wavy lines representing water. At the bottom, there is an open book. The words 'GUNUNG JATI' are written in an arc at the bottom of the shield.
- a. News Reporting
 - b. Talk Show
 - c. Call – in Show
 - d. Documentair
 - e. Magazine
 - f. Rural Program
 - g. Advertising
 - h. Education/Instructional
 - i. Art & Culture
 - j. Music
 - k. Tv Movies
 - l. Sinetron/Drama
 - m. Game Show/Kuis
 - n. Komedy, dll.

1.6.3 Persepsi

Menurut Sarwono (2009: 89), persepsi adalah kemampuan seseorang untuk mengorganisir suatu pengamatan. Kemampuan tersebut berupa kemampuan untuk membedakan, kemampuan untuk mengelompokkan, dan kemampuan untuk memfokuskan.

Oleh karena itu seseorang bisa saja memiliki persepsi yang berbeda, walaupun objeknya sama. Hal tersebut dimungkinkan karena adanya perbedaan dalam hal sistem nilai dan ciri kepribadian individu yang bersangkutan, antara lain masa lalu individu.

Contohnya pengalaman masa lalu seseorang yang telah membekas lalu membentuknya untuk memandang sesuatu peristiwa dengan cara-cara tertentu. Karena itu, setiap individu dapat melihat suatu objek yang sama namun dengan cara yang berbeda. Persepsi setiap orang juga berbeda-beda sesuai dengan makna yang diberikan kepada “sesuatu”, kepada seseorang atau kepada peristiwa.

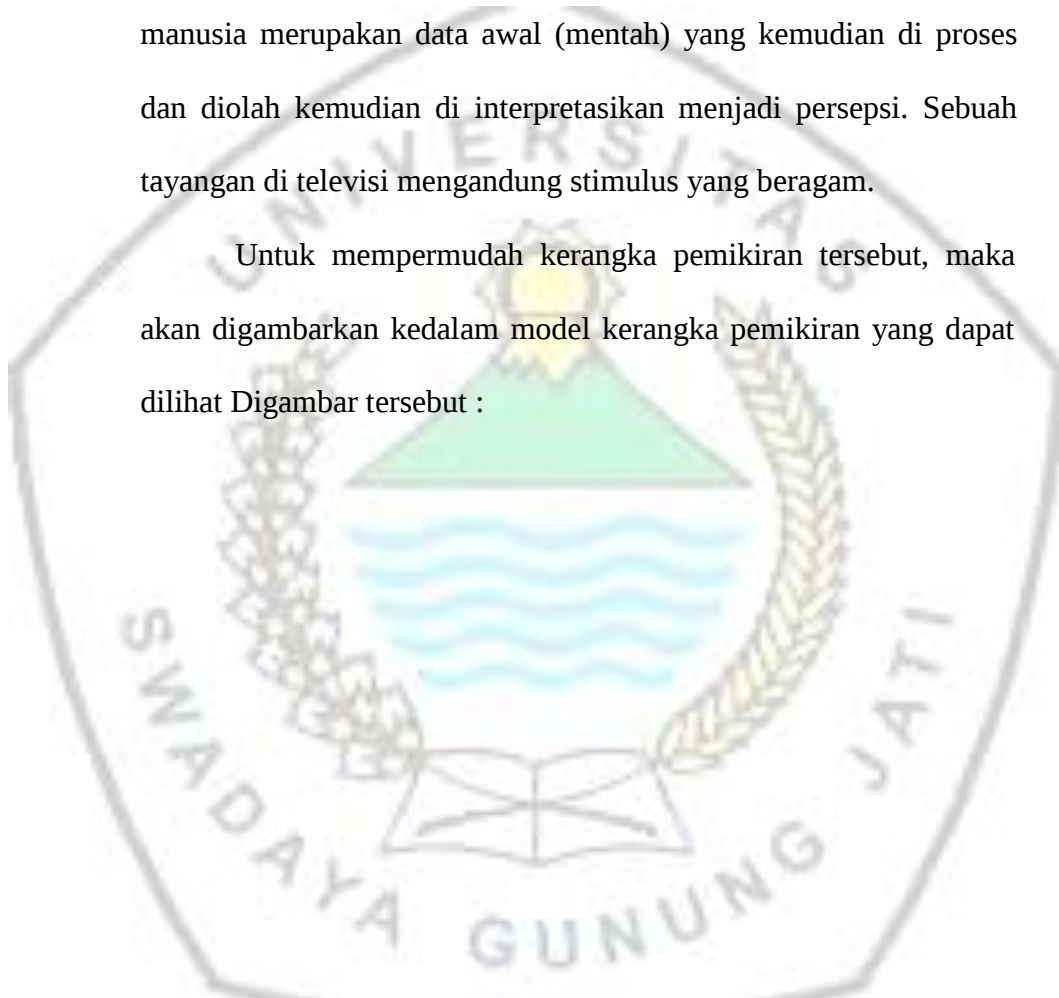
Dalam proses persepsi, terdapat tiga komponen utama berikut:

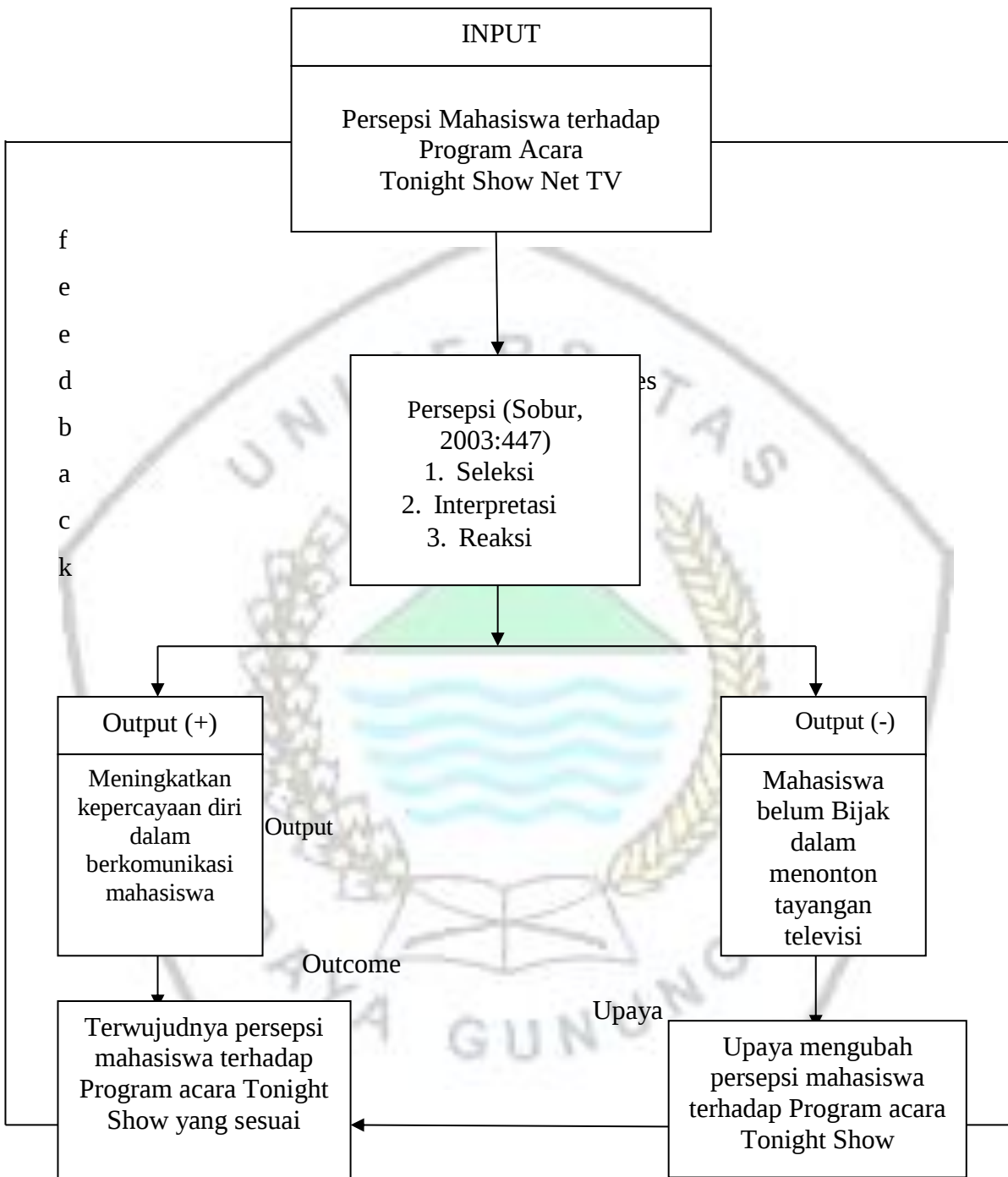
1. Seleksi adalah proses penyaringan oleh indera terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
2. Interpretasi yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kepribadian, dan kecerdasan. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengkategorian informasi yang kompleks menjadi sederhana.
3. Reaksi, yaitu tingkah laku setelah berlangsung proses seleksi dan interpretasi (Sobur, 2003: 447).

Jadi, proses persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi dan pembulatan terhadap informasi yang sampai serta melakukan reaksi atas informasi tersebut. Berdasarkan pengertian yang diuraikan oleh para pakar, dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah sesuatu proses pengorganisasian dan penafsiran rangsangan

yang menyangkut hubungan manusia dengan lingkungannya yang diperoleh dengan penginderaan, sehingga memunculkan interpretasi dari stimulus yang mengenainya, sehingga memunculkan makna tentang objek tersebut. Pada intinya persepsi dimulai dari stimuli dan kemudian diinterpretasikan. Input sensorik yang diterima oleh manusia merupakan data awal (mentah) yang kemudian di proses dan diolah kemudian diinterpretasikan menjadi persepsi. Sebuah tayangan di televisi mengandung stimulus yang beragam.

Untuk mempermudah kerangka pemikiran tersebut, maka akan digambarkan kedalam model kerangka pemikiran yang dapat dilihat Digambar tersebut :





1.7 Definisi dan Operasionalisasi Konsep Penelitian

1.7.1 Definisi Konsep Penelitian

1. Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Massa dalam arti komunikasi massa lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain media massa yang dalam sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Oleh karena itu massa disini menunjuk pada khalayak, audience, penonton, pemirsa atau pembaca.
2. Televisi adalah salah satu bentuk dari media elektronik. Media ini merupakan media yang dapat mendominasi komunikasi massa, karena sifatnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak. Televisi mempunyai kelebihan dari media massa lainnya yaitu bersifat *audio visual* (didengar dan dilihat), dapat menggambarkan kenyataan dan langsung dapat menyajikan peristiwa yang sedang terjadi ke setiap rumah para pemirsa manapun mereka berada.
3. Persepsi, Persepsi dapat didefinisikan sebagai cara organisme memberi makna. Persepsi meliputi semua sinyal dalam system saraf, yang merupakan hasil dari stimulasi fisik atau kimia dari organ pengindra. Seperti misalnya penglihatan yang merupakan cahaya yang mengenai retina pada mata, pencium yang memakai suara. Persepsi bukanlah penerimaan isyarat secara pasif, tetapi dibentuk oleh pembelajaran, ingatan, harapan, dan perhatian. Persepsi bergantung

pada fungsi kompleks system saraf, tetapi tampak tidak ada karena terjadi diluar kesadaran.

1.7.2 Operasionalisasi Konsep Penelitian

Tabel 1.1
Operasional Konsep Penelitian

Konsep Penelitian	Dimensi	Parameter
Persepsi (Sobur, Alex. (2003). Bandung: Pustaka Setia.)	1. Seleksi	Dapat menggunakan alat indra dengan baik sehingga menimbulkan persepsi yang objektif
	2. Interpretasi	Mampu mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang
	3. Reaksi	Dapat menimbulkan tingkah laku setelah berlangsung proses seleksi dan interpretasi

1.8 Metode penelitian

1.8.1 Metode penelitian yang digunakan

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Sebagaimana dikemukakan oleh Erickson (1968) dalam buku Metode Penelitian Kualitatif oleh Albi Anggito & Johan Setiawan, “metode

penelitian kualitatif berusaha untuk menemukan dan menggambarkan secara naratif kegiatan yang dilakukan dan dampak dari tindakan yang dilakukan terhadap kehidupan mereka. Secara umum, pengertian metode kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive*, dan *snowbaal*, teknik pengumpulan data dengan triangulasi (gabungan), analisi data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai komunikasi antarpersonal di dalam suatu tim futsal antara pemain dengan pemain dalam memberikan pemahaman tentang pentingnya mempertahankan kekaraban untuk mencapai kepentingan dan tujuan bersama.

Metode penelitian deskriptif kualitatif, peneliti dapat merumuskan dan mengadakan batasan masalah yang kemudian berdasarkan masalah tersebut melakukan studi pendahuluan untuk menghimpun informasi dan teori-teori sebagai dasar menyusun kerangka konsep penelitian

1.8.2 Informan dan Teknik Pemilihan Informan

Dalam buku Metode penelitian sosial oleh Dr. Drs. Ismail Nurudin, M.si, Dra. Sri Hartati, M.si Informan adalah orang yang

memberikan informasi. Dengan pengertian ini, maka informan dapat dikatakan sama dengan responden, apabila pemberian keterangannya karena dipancing oleh pihak peneliti. Istilah “informan” banyak digunakan dalam penelitian kualitatif. Artinya orang yang dapat memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian kepada peneliti. Adapun informan tersebut adalah:

Mahasiswa/Mahasiswi Universitas Swadaya Gunung Djati (UGJ) Cirebon, karena hanya beberapa mahasiswa yang menonton Tonight Show, maka peneliti tertarik untuk meneliti Mahasiswa/mahasiswi UGJ.

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategi dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian utama adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2009:224).

Menurut Sugiyono (2009:224–225) ada dua macam data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diambil langsung dari sumbernya (komunitas Edan Sepur), sementara data sekunder adalah data yang diambil dari hasil pengumpulan orang lain atau lewat dokumen. Sumber data primer yang akan digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan informan. Selanjutnya data sekunder diperoleh yang

berkaitan dengan permasalahan yang diangkat.

Metode yang digunakan dalam metode penelitian sebagai berikut:

1. **Observasi / survei**, yaitu penulis melakukan pengamatan langsung untuk mengadakan pengamatan terhadap suatu kegiatan yang sedang berjalan sehingga didapat data yang akurat.
2. **Wawancara (*interview*)** yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara lisan, biasanya dilakukan jika ingin diketahui hal-hal yang lebih mendalam dari responden. Data yang dihasilkan adalah data kualitatif.
3. **Teknik dokumentasi** yaitu penelusuran dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Biasanya berupa foto, tulisan gambar, karya dan sebagainya
4. **Riset Kepustakaan (*Library research*)** Riset kepustakaan menurut Supranto, yaitu untuk mengumpulkan data-data dan teori dalam penelitian ini maka peneliti mencari data atau informasi riset melalui membaca jurnai ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan. (Ruslan,2008:31).
5. **Teknik Pengujian Keabsahan Data** yang digunakan dalam penelitian ini adalah Triangulasi. Menurut Moleong (2013:330) dalam bukunya yang berjudul Metodologi Penelitian Kualitatif

mengatakan bahwa “Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu”. Triangulasi diperlukan karena setiap teknik memiliki kelemahan serta keunggulannya sendiri. Dengan demikian, triangulasi memungkinkan tangkapan realitas secara lebih *valid*.

Menurut *Patton* (dalam Moleong, 2013:331), metode kualitatif triangulasi sumber data dilakukan dengan cara, sebagai berikut:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
- c. Membandingkan tentang apa yang dikatakan orang – orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu,
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada dan orang pemerintahan.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. Hasil dari perbandingan yang diharapkan adalah berupa kesamaan atau alasan – alasan terjadinya perbedaan.

1.8.4 Teknik Analisi Data

Menurut Bogdan dalam buku metode penelitian kuantitatif dan kualitatif oleh Prof. Dr. Sugiyono, mengatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Terdapat tiga jalur analisis kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi (Moleong, 2013:325)

- a) Reduksi data diartikan proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar muncul dari catatan-catatan yang tertulis lapangan. Reduksi data dilakukan berawal dari data observasi yang diperoleh sehingga selanjutnya dapat memperoleh data sesuai dengan yang dibutuhkan.
- b) Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Sebagaimana halnya dengan reduksi data, penciptaan dan penggunaan penyajian dan tidak terpisah dari kegiatan analisis.
- c) Verifikasi adalah menarik kesimpulan-kesimpulan peneliti dengan melihat hasil reduksi data tetap mengacu pada perumusan masalah serta tujuan yang hendak dicapai. Data yang telah tersusun tersebut dihubungkan, dibandingkan antara satu

dengan yang lainnya, sehingga mudah ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari setiap permasalahan yang ada.

1.9 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Lokasi yang di ambil dalam penelitian dengan judul “Persepsi Mahasiswa Terhadap Program Acara Tonight Show NetTV” (Studi deskriptif kualitatif pada Mahasiswa FISIP Universitas Swadaya Gunung Dja ti). Kampus 3 UGJ adalah salah satu gedung kampus UGJ yang ada di Kota Cirebon tepat nya di JL. Terusan Pemuda, Sunyaragi Kec. Sunyaragi. Di Kampus 3 UGJ merupakan tempat kuliah bagi Fakultas FISIP.

Penelitian akan direncanakan pada awal bulan April 2020. Diawali dengan melakukan tahap persiapan literature, pengamatan. Tahap pelaksanaan seperti bimbingan dan pembuatan proposal, seminar proposal, penelitian sampai dengan sidang skripsi.

