

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Mereka selalu ingin mengetahui lingkungan sekitarnya. Rasa ingin tahu inilah yang memaksa manusia untuk berkomunikasi. Komunikasi merupakan hal pokok yang dilakukan manusia dalam keseharian, untuk mengetahui dan mengungkap berbagai gejala sosial dalam suatu interaksi sosial. Salah satu saluran yang digunakan manusia dalam berinteraksi dengan lingkungannya, yaitu menggunakan media massa seperti televisi.

Televisi sebagai media massa elektronik mempunyai daya tarik yang kuat karena keunggulan-keunggulan yang dimilikinya dibandingkan dengan media massa lain seperti radio, surat kabar dan majalah. Media massa saat ini benar-benar bisa menyihir siapapun yang ada dalam jarak pandang. Sunguhan gambar yang bergerak-gerak penuh warna aktualitas informasi dan siarannya disajikan secara audio visual menjadi daya tarik media ini. perkembangan dunia pertelevisian dewasa ini telah mengalami kemajuan yang cukup pesat. Ini dibuktikan dengan semakin banyak munculnya stasiun televisi swasta. Kehadiran stasiun televisi swasta ikut meramaikan siaran televisi Indonesia, sekaligus memberikan peluang bagi pemirsa televisi untuk memilih stasiun televisi dengan berbagai acara dan program-program yang disajikan oleh masing-masing stasiun televisi tersebut.

Daya tarik utama media televisi terletak pada kemampuannya menghasilkan paduan gambar dan suara sekaligus, dengan potensi audio visual tersebut, apapun yang disajikan media televisi menjadi lebih hidup dan ta realistis. Tak mengherankan jika kemudian televisi menjadi media primadonna di kalangan masyarakat. Fenomena di atas diperkuat oleh Sunardian Wirodono (2006: viii) dalam pengantar bukunya yang berjudul "Matikan TV-mu" yang menyatakan :

"Sebagai primadona media, televisi telah memberikan imbas yang luar biasa besar bagi kehidupan masyarakat. Bahkan kehadirannya yang massif dengan bau kapitalistiknya yang kental, langsung tidak langsung berpengaruh pada perilaku dan pola pikir masyarakat Indonesia. Apalagi dalam deretan media informasi, media ini memiliki daya penetrasi jauh lebih besar dari pada media lainnya."

Stasiun televisi masing-masing bertahan dengan menghadirkan berbagai macam program acara hiburan. Salah satunya adalah program *Infotainment*. *Infotainment* termasuk dalam salah satu program acara hiburan televisi. *Infotainment* berasal dari kata "*information*" dan "*entertainment*". *Infotainment* adalah tayangan dalam program televisi yang menyajikan sebuah informasi yang disajikan dalam bentuk hiburan. Namun, di Indonesia *Infotainment* berubah dari tayangan informasi tentang dunia hiburan menjadi tayangan informasi mengenai kehidupan pribadi para artis di dunia hiburan. Menurut data ABG *Neilson*, didapat bahwa *Infotainment* mempunyai porsi jam tayang paling besar diantara program informasi lainnya, yaitu 41% dari total jam tayang program informasi di 11 stasiun televisi nasional. Hal ini setara dengan durasi 13 jam sehari. (<http://www.Ladewa.Com>, 2014)

Infotainment juga mengandung unsur hiburan karena program ini menempatkan selebritis sebagai tokoh utama, yang memainkan emosi dan memberikan sensasi yang disukai pemirsa. Sensasi tersebut pada akhirnya memberikan rasa bebas dari kepenatan pekerjaan dan segala persoalan hidup. Awalnya program ini mulai dipopulerkan oleh Ilham Bintang melalui Bulletin Sinetron di TVRI pada 1994, yang kemudian melahirkan Cek and Ricek, Halo Selebriti, dan Croscek di sejumlah televisi swasta. Dan kini *Infotainment* telah berkembang cepat menjadi tayangan yang menjamur di hampir semua televisi swasta. (Syahputra 2006:30)

Program tayangan ini berkembang dengan cepat karena biaya produksi murah, mudah dan disukai oleh pemirsa. Untuk itu acara *Infotainment* tumbuh subur di dunia pertelevisian Indonesia. Apalagi dengan kewajiban televisi untuk memenuhi proporsi *content domestic* paling sedikit 60% dari ketentuan UU No 32 tahun 2002 tentang penyiaran. *Infotainment* menjadi formula tepat untuk memenuhi proporsi tersebut. (UU RI No 11, 2008: 70)

Berita *Infotainment* merupakan salah satu karya jurnalistik yang berupa peliputan berdasarkan sebuah berita ataupun informasi yang dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber. Beberapa acara *Infotainment* di stasiun televisi seperti Insert Pagi, Go-Spot, Espresso, KIS, I-Gossip Pagi, Halo Selebriti, Was-Was, dan dilanjutkan acara *Infotainment* siang Insert Siang, Intens, Hot Spot, Kasak-Kusuk, Selebriti Update, I-Gossip Siang, fokus selebriti, dan acara *Infotainment* sore Insert Sore, Silet, Kros Cek, Cek & Ricek dan status selebriti.

Program acara Insert merupakan salah satu *Infotainment* yang diunggulkan dari Trans TV. Sajian beritanya cukup menghibur dan dapat mengetahui informasi tentang kehidupan dan gosip ter *update* dan rentetan para artis. Dibawakan dengan santai, agak santun dan sedikit kocak oleh para hostnya yang setiap tayangan selalu bergantian dan berpasangan. Salah satu faktor tersebut, yang membuat insert di Trans TV lebih unggul dibandingkan dengan acara *Infotainment* sejenis lainnya.

Insert tayang di stasiun televisi Trans TV setiap hari Senin – Jum’at pukul 17.00 sedangkan hari Sabtu dan Minggu pukul 16.00 WIB. Topik yang diangkat oleh Insert umumnya merupakan satu gejala atau masalah sosial yang sedang hangat terjadi dalam kehidupan realita artis serta informasi terkini. Timbul dampak dalam masyarakat ketika mengancam nilai-nilai sosial yang ada dalam masyarakat, atau bisa jadi menguatkan nilai-nilai sosial yang ada dalam masyarakat, atau membentuk nilai sosial baru dalam kehidupan masyarakat.

Trans TV sebagai stasiun televisi nasional yang mempunyai slogan “ milik kita bersama “ program Insert yang menyajikan berita *Infotainment* dengan cara mengungkap permasalahan-permasalahan selebritis yang sedang terjadi dan seputar gosip yang sedang di bicarakan oleh masyarakat serta menyiarkan berita *Infotainment* dengan permasalahan yang berbeda-beda dalam setiap penayangannya. Keunggulan tayangan Insert di Trans TV adalah tayangan ini lebih menilik pada kehidupan sosial para Artis yang sedang ramai dibicarakan oleh media massa. Permasalahan yang diangkat merupakan realitas sosial yang berkaitan dengan kehidupan sehari - hari manusia. Contohnya, Seperti Insert juga

pernah mengungkap kasus tentang skandal video porno artis, kasus artis yang nikah siri dan kasus perceraian artis, masalah konflik keluarga para artis yang timbul dari masalah yang sepele, launching promo film terbaru para artis, kasus kawin kontrak, promo *launching* album terbaru dari band papan atas, kasus perilaku negatif para artis hingga terjerat narkoba, kasus penculikan anak dari kalangan artis kaya, kegiatan-kegiatan social para artis yang membantu korban bencana banjir, bencana gempa bumi, dll.

Hal tersebut merupakan kenyataan yang sering terjadi dalam kehidupan bermasyarakat seseorang. Tayangan berita *infoteiment* Insert ini juga memberikan beberapa solusi ataupun tips-tips menarik bagi para penontonnya agar tidak terbawa suasana atau terpedaya dalam sebuah kasus dari sebuah permasalahan yang sedang terjadi di media menjadi laporan berita Investigasi. Berita yang dilaporkan pun disajikan secara mendalam dan menarik, sehingga membuat tayangan yang berdurasi 30 menit ini dapat memikat para pemirsanya. Pro kontra acara ini terlihat dari tanggapan pemirsa, ada yang menerima *Infotainment* sebagai *genre* baru di bidang jurnalistik selain itu sebagai informasi tentang hiburan bagi para penonton dan dari tayangan *Infotainment* bisa juga menjadi pelajaran yang berharga untuk para penonton, contoh : kasus video porno artis yang terjerat sehingga masuk ke dalam penjara. Kontra , tidak ada manfaatnya sama sekali beberapa berita yang ditayangkan *Infotainment* menimbulkan keresahan di masyarakat, produk-produknya tidak mendidik serta masalah konflik keluarga yang dapat merusak reputasi objek, selain itu bisa membuat masalah yang awalnya hanya masalah kecil bisa jadi masalah besar.
(<http://entertainment.kompas.com>)

Tayangn Insert di Trans TV dinilai sering merugikan para penonton. Itu karena tayangan ini selalu menyorot kehidupan-kehidupan para artis yang sering dinilai negatif dan nantinya para penonton tayangan *Infotainment* Insert meniru kehidupan para artis dan perilaku negatif lainnya. Secara runtut, host acara tersebut menceritakan bagaimana kehidupan para artis, kesibukan para artis pendatang baru serta berita miring para artis terkini. Dalam tayangan tersebut banyak terjadi adanya Pro kontra, yaitu banyak diminati masyarakat dan bisa menjadi ajang untuk para publik figure berpromosi diri mereka, contoh : seorang artis bisa promo film terbaru mereka atau kegiatan yang baru, dimaknai sebagai informasi tentang hiburan.

Isi berita pada tayangan Insert di Trans TV dapat menimbulkan opini pada masyarakat. Opini sendiri merupakan penjelasan dari pertimbangan seseorang tentang suatu hal, kejadian atau pikiran yang telah diterima sebagai pikiran umum. Opini itu bersifat relatif, maksudnya dapat benar dan dapat pula tidak benar akan tetapi kebanyakan orang dianggap sebagai kebenaran, oleh karena itu orang menyebut dengan berbagai istilah antara lain pendapat umum, anggapan umum, anggapan orang ramai (Sunarjo, 1997:31). Opini dari masyarakat sendiri dikelompokkan menjadi tiga yakni opini positif, opini netral, dan opini negative (Effendy, 2002:61).

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti mengambil judul adalah “ Opini Ibu Rumah Tangga Terhadap Program Acara Infotainment Insert di Trans TV” .

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan, antara lain :

1. Program Insert yang menyajikan berita *Infotainment* dengan cara mengungkap permasalahan – permasalahan selebritis yang sedang terjadi dan seputar gosip yang sedang di bicarakan oleh masyarakat.
2. Tayangan Insert di Trans TV menilik pada kehidupan sosial para Artis yang sedang ramai dibicarakan oleh media massa. Permasalahan yang diangkat merupakan realitas sosial yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari manusia.

1.3. Pembatasan Masalah

Agar permasalahan yang diteliti lebih terfokus dan tidak lari dari kajian serta menghindari terjadinya kesalah pahaman, maka perlu dikemukakan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. *Infoteaiment* Insert di Trans TV merupakan tayangan yang mengangkat satu topik permasalahan dari selebritis dan beberapa tokoh di tanah air kemudian dikupas secara mendalam, batasan dalam penelitian ini adalah menganalisis tayangan *Infoteaiment* Insert di Trasn TV.
2. Yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah Ibu-Ibu Rumah Tangga yang mengetahui berita Insert di Trans TV.
3. Subjek penelitian ini adalah tayangan *Infotainment* Insert di Trans TV yang mengangkat satu topik permasalahan dari selebritis dan beberapa tokoh di tanah air kemudian dikupas secara mendalam.

4. Penelitian ini dilakukan hanya untuk mengetahui opini ibu rumah tangga di Kelurahan Pulo Brayan I Kecamatan Medan Timur terhadap berita *infoteiment* Insert di Trans TV.

1.4. Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah opini ibu-ibu rumah tangga di Kelurahan Pulo Brayan Darat I tentang berita *Infotainment* para artis pada tayangan acara Insert di Trans TV?

1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah “Untuk mengetahui opini Ibu Rumah Tanga di Kelurahan Pulo Brayan Darat I terhadapm berita *Infotainment* para artis pada tayangan Insert di Trans TV”.

1.5.2. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi bahan informasi atau masukan yang bermanfaat antara lain :

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan memperkaya bidang pengetahuan dibidang Ilmu Komunikasi mengenai Peran Media Massa sebagai sarana hiburan.

2. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah teori teori tentang opini publik terhadap berita *Infotainment* dalam membangun citra dalam stasiun televisi swasta.
3. Secara praktis, Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan dan pengetahuan bagi masyarakat yang menjadi khalyak dari media massa televisi.

