

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Motif

Motif adalah salah satu faktor personal yang mempengaruhi perilaku manusia. Rakhmat (2011:33) menjelaskan bahwa ada sebuah faktor biologis yang mendorong perilaku manusia, yang lazim disebut motif biologis. Hal yang paling penting dari motif biologis adalah:

- a. Kebutuhan akan makanan, minuman dan istirahat yang disebut Visceral Motives.
- b. Kebutuhan seksual
- c. Kebutuhan memelihara kelangsungan hidup dengan menghindari sakit dan bahaya.

Namun manusia bukanlah sekedar makhluk biologis. Jika manusia hanya sekedar makhluk biologis maka tidak ada perbedaan dengan binatang. Menurut Marvin Harris, antropolog terkenal dari University of Florida, agak sukar kita menjelaskan perubahan kultural ini pada sebab-sebab biologis. Ini hanya dapat dijelaskan dengan melihat komponen-komponen lain dari manusia yakni faktor-faktor sosiopsikologis. Dalam Sosiopsikologis terdapat motif sosiogenis.

Motif sosiogenis, sering juga disebut motif sekunder sebagai lawan motif primer (motif biologis). Menurut (Rakhmat, 2011: 37-39) Secara singkat motif-motif sosiogenis dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Motif ingin tahu: mengerti, menata dan menduga (predictability). Setiap orang berusaha memahami dan memperoleh arti dari dunianya. Kita memerlukan kerangka rujukan (frame of reference) untuk mengevaluasi situasi baru dan mengarahkan tindakan yang sesuai.
2. Motif kompetensi. Motif kompetensi erat hubungannya dengan kebutuhan akan rasa aman. Bila orang sudah memenuhi kebutuhan biologisnya, dan yakin bahwa masa depannya gemilang, ia dianggap sudah memenuhi kebutuhannya akan kemampuan diri.
3. Motif cinta. Sanggup mencintai dan dicintai adalah hal esensial bagi pertumbuhan kepribadian. Kehangatan persahabatan, ketulusan kasih sayang, penerimaan orang lain yang hangat amat dibutuhkan manusia.
4. Motif harga diri. Erat kaitannya dengan kebutuhan untuk memperlihatkan kemampuan dan memperoleh kasih sayang, ialah kebutuhan untuk menunjukkan eksistensi di dunia.
5. Kebutuhan akan nilai kedamaian dan makna kehidupan. Bila manusia kehilangan nilai, tidak tahu apa tujuan hidup sebenarnya, ia tidak memiliki kepastian untuk bertindak.
6. Kebutuhan pemenuhan diri. Kita bukan saja ingin mempertahankan kehidupan, kita juga ingin meningkatkan kualitas kehidupan kita; ingin memenuhi potensi-potensi kita.

Maka motif dapat disimpulkan sebagai bentuk dorongan yang menggerakkan seseorang bertingkah laku dikarenakan adanya kebutuhan-kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh manusia.

2.2 Komunikasi

2.2.1 Komunikasi Massa

Menurut Bittner dalam (Winarni, 2003:5), Komunikasi Massa merupakan pesan yang komunikasinya atau penyampaian pesannya dilakukan melalui media massa pada jumlah orang yang banyak, dan dalam hal ini adalah masyarakat luas. Komunikasi massa dilakukan oleh sebuah lembaga atau organisasi kompleks yang terdiri dari beberapa atau kumpulan individu yang mengeluarkan biaya besar guna menyusun atau mengkonstruksi dan mengirimkan pesan kepada khalayak. Pesan yang terdapat dalam komunikasi massa merupakan pesan yang bersifat umum yang mana tiap orang dapat memahami pesan-pesan dari komunikasi massa yang terdapat pada sebuah media massa (Winarni, 2003:5).

Pesan yang diterima oleh masyarakat atau khalayak akan terus mengalami proses *decoding*, *interpreting*, dan *encoding* untuk kemudian disampaikan kepada individu-individu lain yang ada dalam masyarakat atau sebuah kelompok penerima pesan tersebut. Proses timbal balik atau *Feedback* yang terjadi dalam proses komunikasi ini adalah *feedback* yang tertunda, yang mana dalam *feedback* ini komunikator dan penerima pesan tidak bisa didapatkan secara langsung seperti halnya komunikasi yang dilakukan secara tatap muka (langsung).

Menurut Severin, Tan, dan Wright dalam (Winarni, 2003:8) Komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang merupakan penggunaan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dengan

komunikasikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh, sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu.

Severin, Tan, dan Wright dalam (Winarni. 2003:8-9) juga menjelaskan beberapa sifat komunikasi massa yang sekaligus membedakannya dengan bentuk komunikasi yang lain, yaitu:

1. Komunikator Terlembagakan

Kepemilikan media massa bersifat lembaga, yayasan, organisasi usaha yang mempunyai struktur dan penunjukan atau pemberian tugas, fungsi-fungsi serta misi tertentu. Dalam organisasi kepemilikan media ini, biasanya terdapat: *gatekeeper* (penjaga gawang).

Fungsinya adalah sebagai *editor* (penyunting) yang berfungsi menyunting naskah agar sesuai dengan misi atau tujuan organisasi, sasaran yang dituju maupun konteks yang meliputi organisasi pers dengan khalayak secara bersama-sama.

2. Pesan bersifat umum

Pesan komunikasi massa bersifat umum, *universal*, yaitu pesan yang ada tentang berbagai hal yang terjadi disekitar kita baik pada lingkup lokal, nasional, maupun internasional, serta yang patut untuk diketahui oleh masyarakat atau khalayak.

Pesan sendiri terdiri dari dua aspek, yaitu: isi atau isi pesan dan lambang untuk mengespresikannya. Isi pesan bersifat umum yang patut diketahui masyarakat. Sedangkan lambang disesuaikan dengan media, untuk media radio menggunakan lambang bahasa lisan, surat kabar dengan

bahasa tulisan dan ada juga gambar, dan pada film atau televisi yang diutamakan adalah lambang gambar.

3. Komunikan Anonim dan Heterogen

Komunikan dalam suatu komunikasi adalah khalayak yang bersifat heterogen atau bermacam-macam dalam segi demografis (usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, status perkawinan, dll.), segi psikologis (cara hidup) tertentu yang memberikan ciri khas bagaimana seseorang dalam menjalani kehidupan sehari-harinya berdasar tingkat pendapatan dan juga tingkat pendidikannya).

Komunikan bersifat anonim (tidak saling mengenal), dimana anggota komunikan memiliki jumlah yang banyak, namun pada suatu tempat dan juga waktu yang sama komunikan atau masyarakat mendapat jenis pesan yang isinya sama dari media massa yang berbeda.

4. Media massa menimbulkan keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya terdapat pada jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapai relatif banyak dan tidak terbatas. Pesan yang diterima oleh komunikan yang banyak tersebut secara serempak dan bersamaan memperoleh pesan yang sama.

Keserempakan ini diartikan sebagai kesamaan kontak yang terjadi dengan sejumlah besar penduduk yang berada jauh satu sama lain dengan komunikator atau pengirim pesan.

5. Mengutamakan Unsur Isi daripada Hubungan

Unsur isi dan hubungan merupakan salah satu aspek yang terlibat dalam setiap komunikasi. Namun, berbeda dengan komunikasi antarpersonal yang mementingkan unsur hubungan, Unsur isi dalam Komunikasi massa merupakan hal yang terpenting dikarenakan pesan harus disusun sedemikian rupa berdasar sistem tertentu dan disesuaikan dengan karakteristik media massa yang akan digunakan.

6. Bersifat satu arah

Komunikasi massa pada dasarnya merupakan komunikasi dengan menggunakan dan melalui media massa. Dikarenakan komunikasi yang dilakukan melalui media massa, maka tentu saja komunikator dengan komunikan tidak melakukan kontak langsung melainkan melewati sebuah media. Komunikator aktif dalam menyampaikan pesan kepada komunikan yang hanya aktif dalam menerima pesan, dan diantara keduanya tidak dapat melakukan timbal balik atau dialog, karena komunikasi massa bersifat satu arah.

7. Stimuli alat Indera terbatas

Komunikasi massa memiliki kelemahan, dan salah satunya adalah pada Stimuli pada Indera manusia sebagai penerima pesan atau komunikan. Berbanding terbalik dengan Komunikasi antarpersonal yang dimana komunikator dan komunikan dapat bertatap muka dan dapat memaksimalkan alat indera yang ada karena kedua belah pihak dapat

melihat, mendengar, mencium secara langsung, meraba, dan bahkan mungkin merasa.

Berbeda dengan Komunikasi massa yang mana stimulus pada alat indera bergantung kepada jenis media yang digunakan untuk menyampaikan pesan.

8. Umpan Balik Tertunda

Komponen umpan balik atau *feedback* merupakan faktor penentu dalam apapun bentuk komunikasi yang dilakukan. Efektivitas suatu proses komunikasi seringkali dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikator sebagai pembuat pesan. Umpan balik pada komunikasi massa bersifat secara tidak langsung (*indirect feedback*). Dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa merupakan komunikasi yang bersifat satu arah.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa merupakan sebuah komunikasi yang dilakukan oleh kumpulan individu dalam sebuah organisasi atau lembaga yang saling bekerja sama dalam untuk menyalurkan dan menyebarkan informasi kepada khalayak melalui sebuah media.

2.1.2 Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah salah satu aktifitas sosial yang berfungsi di masyarakat. Oleh karena itu komunikasi masa dan fungsi komunikasi masa mempunyai latar belakang yang berbeda satu sama lain. Meskipun satu pendapat dengan pendapat lain berbeda, tetapi benang merah mereka

kemungkinan sama. Selain itu komunikasi massa tidak akan ditemukan maknanya tanpa menyertakan media massa sebagai elemen terpenting dalam komunikasi massa. Karena tidak akan mungkin ada komunikasi massa tanpa adanya media massa.

Fungsi komunikasi massa menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988) (dalam Nurudin, 2007:64) antara lain: (1) *to inform* (menginformasikan), (2) *to entertain* (memberikan hiburan), (3) *to persuade* (membujuk), (4) *transmission of the culture* (transmisi budaya). Fungsi komunikasi nmasa menurut John Vivian dalam bukunya *The Media of Mass Communocation* (1991) disebutkan: (1) *providing informasi*, (2) *providing entertainment*, (3) *helping to persuade*, dan (4) *contributing to social cohesion* (mendorong kohesi sosial). Adapun fungsi komunikasi massa yang pernah dikemukakan oleh Horld D. Lasswell yaitu, (1) *surveillance of the environment* (fungsi pengawasan), (2) *correlation of the part of society in responding to environment* (fungsi korelasi), dan (3) *transmission of the social heritage from generation of the next* (fungsi pewarisan sosial). Sama seperti pendapat Lasswell, Charles Robert Wright (1988) menambahkan fungsi entertainmen (hiburan).

Fungsi media seharusnya dapat berimbang dengan bertujuan melindungi masyarakat dari segala sesuatu yang dihasilkan oleh media massa, demikian yang dikutip dalam penjelasan tentang fungsi – fungsi komunikasi massa (Nurudin, 2007:64-91).

1. Informasi

Fungsi informasi merupakan fungsi paling penting yang terdapat dalam komunikasi massa. Komponen paling penting untuk mengetahui fungsi informasi ini adalah berita – berita yang disajikan.

2. Hiburan

Fungsi hiburan untuk media elektronik menduduki posisi yang paling tinggi dibanding dengan fungsi – fungsi lain. Masalahnya masyarakat kita masih menjadikan televisi sebagai media hiburan.

3. Persuasi

Fungsi persuasif komunikasi massa tidak kalah penting dengan fungsi informasi dan hiburan. Menurut Josep A. Devito fungsi persuasi dianggap sebagai fungsi yang paling penting dari komunikasi massa. Persuasi bisa datang dari berbagai macam bentuk: (1) mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang; (2) mengubah sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang; (3) menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu; dan (4) memperkenalkan etika, atau menawarkan sistem nilai tertentu.

4. Transmisi Budaya

Transmisi budaya merupakan salah satu fungsi komunikasi massa yang paling luas, meskipun paling sedikit dibicarakan. Transmisi budaya tidak dapat dielakkan selalu hadir dalam berbagai bentuk komunikasi yang mempunyai dampak pada penerimaan individu.

5. Mendorong Kohesi Sosial

Kohesi yang dimaksud disini adalah pernyataan. Artinya media massa mendorong masyarakat untuk bersatu. Dengan kata lain media massa merangsang masyarakat untuk memikirkan dirinya bahwa bercerai – berai bukan keadaan yang baik bagi kehidupan mereka.

6. Pengawasan

Bagi Laswell, komunikasi massa mempunyai fungsi pengawasan. Artinya, menunjuk pada pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai kejadian – kejadian yang ada disekitar kita. Fungsi pengawasan bisa dibagi menjadi dua, yaitu *warning or beware surveillance* atau pengawasan dan instrumental.

7. Korelasi

Fungsi korelasi yang dimaksud adalah fungsi yang menghubungkan bagian - bagian dari masyarakat agar sesuai dengan lingkungannya. Erat dengan fungsi ini adalah peran media massa sebagai penghubung antara beberapa komponen.

8. Pewaris Sosial

Dalam hal ini media massa berfungsi sebagai seorang pendidik, baik yang menyangkut pendidikan formal maupun informal yang mencoba meneruskan atau mewariskan suatu ilmu pengetahuan, nilai, norma, pranata, dan etika dari satu generasi selanjutnya.

9. Melawan Kekuasaan dan Kekuatan Represif

Fungsi ini sebagai alat untuk melawan kekuasaan dan kekuatan represif. Komunikasi massa berperan memberikan informasi, tetapi informasi yang diungkapkannya ternyata mempunyai motif – motif tertentu untuk melawan kemapanan.

10. Menggugat Hubungan Trikotomi

Hubungan trikotomi adalah hubungan yang bertolak belakang antara tiga pihak. Dalam kajian komunikasi hubungan trikotomi melibatkan pemerintah, pers, dan masyarakat.

Menurut Akexix S. Tan dalam Nurudin (2007:65) fungsi komunikasi dapat beroperasi dalam empat hal. Meskipun secara eksplisit ia tidak mengatakan fungsi komunikasi massa, tetapi ketika ia menyebut bahwa penerima pesan dalam komunikasi bisa sekumpulan orang (*a group person*) atau ia menyebutnya media masa (*mass media*), sedangkan pengirim pesan atau komunikatornya termasuk kelompok orang atau media masa, itu sudah dapat dijadikan bukti bahwa fungsi yang dimaksud adalah fungsi komunikasi masa.

2.1.3 Macam-Macam Komunikasi Massa

Dalam menyebarkan informasi atau pesan, komunikasi massa memerlukan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada khalayak yang menjadi sasaran penyampaian informasi. Saluran yang digunakan tersebut adalah media massa, media massa

merupakan sarana yang memungkinkan terlaksananya proses dari komunikasi massa.

Dijelaskan dalam (Winarni, 2003:17) media massa yang sering digunakan dalam penyaluran informasi atau pesan komunikasi massa dapat dilihat dan dikelompokkan, yaitu antara lain:

- a. Media cetakan (*printed media*), yang mencakup surat kabar, majalah, buku, pamphlet, brosur, dan sebagainya.
- b. Media elektronik, seperti radio, televisi, film, *slide*, video, dan lain sebagainya.

Dari penjelasan diatas dapat dipahami bahwa media massa merupakan sebuah sarana penyalur informasi atau pesan dalam komunikasi massa yang digunakan oleh suatu lembaga atau organisasi. Media massa merupakan sebuah sarana yang efisien dan efektif yang sering digunakan oleh masyarakat dalam memperoleh pesan dan informasi, media massa sendiri terbagi menjadi dua, yakni media massa cetak dan media massa elektronik.

2.3 Program Televisi

Menurut Morissan (2008:200) Kata “ Program ” berasal dari Bahasa Inggris programme atau program yang berarti acara atau rencana. Undang-undang penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah “Siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai macam program yang sangat banyak dan

jumlahnya beragam. Berbagai program itu dapat dibagi menjadi dua bagian berdasarkan jenisnya yaitu Program informasi dan program hiburan.

Program-program tersebut pun dijelaskan menurut Morissan (2009: 208) Program NET86 termasuk dalam jenis program Soft News. Soft News atau berita lunak adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (indepth) namun tidak bersifat harus ditayangkan. Program NET 86 termasuk dalam kategori soft news, sesuai dengan kategori yang ada didalam website official NET. Program ini disampaikan secara mendalam karena memberikan informasi lengkap mengenai kegiatan polisi namun bukan merupakan berita yang sangat berat dan harus segera disiarkan.

2.3.1 Pengertian Televisi

Televisi adalah salah satu bentuk media massa yang selain mempunyai daya tarik yang kuat disebabkan adanya unsur kata-kata, musik dan *sound effect*, juga memiliki keunggulan lain yaitu unsur visual berupa gambar hidup yang dapat menimbulkan kesan mendalam bagi pemirsanya. Dalam usaha untuk mempengaruhi khalayak dengan menggugah emosi dan pikiran pemirsanya, televisi lebih mempunyai kemampuan menonjol dibanding media massa lainnya (Atmowiloto, 1996:6).

Televisi adalah sebuah alat penangkap siaran bergambar. Kata televisi berasal dari kata *tele* dan *vision* ; yang mempunyai arti jauh (*tele*) dan tampak (*vision*). Jadi televisi berarti tampak atau dapat melihat dari jarak jauh. Penemuan televisi disejajarkan dengan penemuan roda, karena penemuan ini

mampu mengubah peradaban dunia. Di Indonesia televisi secara tidak formal disebut dengan televisi, tivi, teve atau tipi (Prasetya, 2007).

Menurut Arsyad dalam Wahiddien (2008), yang dimaksud dengan televisi adalah sistem elektronik yang mengirimkan gambar dalam dan gambar hidup bersama suara melalui kabel. Sistem ini menggunakan peralatan yang mengubah cahaya dan suara ke dalam gelombang elektrik dan mengkonversikannya kembali ke dalam cahaya yang dapat dilihat dan suara yang dapat didengar.

Dewasa ini televisi dimanfaatkan untuk keperluan pendidikan dengan mudah dapat dijangkau melalui siaran dari udara ke udara dan dapat dihubungkan melalui satelit. Apa yang disaksikan pada layar televisi semuanya merupakan unsur gambar dan suara. Jadi ada dua unsur yang melengkapinya yaitu unsur gambar dan unsur suara. Rekaman suara dengan gambar yang dilakukan di stasiun televisi berubah menjadi getaran-getaran listrik. Getaran-getaran listrik ini diberikan pada pemancar, pemancar mengubah getaran-getaran listrik tersebut menjadi gelombang elektromagnetik, gelombang elektromagnetik ini ditangkap oleh satelit. Melalui satelit, gelombang elektromagnetik dipancarkan sehingga masyarakat dapat menyaksikan siaran televisi (Arsyad, 2007).

Televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, persepsi, perilaku, pandangan dan perasaan para penonton, dan ini adalah hal yang wajar. Jadi jika ada hal-hal yang menyebabkan penonton terharu, terpesona, atau latah bukanlah sesuatu yang istimewa, sebab salah satu pengaruh psikologi dalam

televisi adalah dapat menghipnotis penonton, sehingga penonton tersebut dihanyutkan dalam suasana pertunjukan televisi (Efendy, 2009 :122).

Mengutip pernyataan Jalaluddin Rakhmat, berdasarkan uraian di atas, juga dapat disimpulkan bahwa pesan komunikasi atau stimulus yang disampaikan melalui media massa televisi akan mendapatkan berbagai tanggapan individu-individu. Artinya, walaupun peristiwanya sama, orang akan menanggapi berbedasesuai dengan keadaan dirinya (Darwanto, 2007:60)

Semua ini tentu saja menekankan unsur isi pesan yang komunikatif agar pemirsa dapat menyerap makna pesan secara tepat, yakni mengedepankan lima sifat dari media massa televisi tersebut, yakni: Publisitas, Perioditas, Universalitas, Aktualitas, dan Kontinuitas (Kuswandi, 1996:18).

2.3.2 Fungsi Televisi

Fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya (surat kabar, majalah, tabloid, dan radio siaran) yakni memberi informasi, mendidik, menghibur dan membujuk. Tapi fungsi menghibur lebih dominan pada media televisi. Karakteristik televisi yang utama adalah audio-visual, yakni dapat dilihat dan sekaligus dapat didengar. Jadi dari segi pengaruh atau efek kepada masyarakat jelas sedikit lebih kuat ketimbang efek yang ditimbulkan media massa cetak (Prasetya, 2007).

2.3.3 Jenis Siaran Televisi

Siaran televisi adalah jenis acara atau program yang disiarkan di televisi. Jenis siaran televisi yang banyak mempengaruhi khalayak adalah

siaran televisi yang mengandung unsur konsumerisme, mistik, seks dan kekerasan. Jenis film-film laga kepahlawanan (hero) selalu menarik perhatian dan disenangi khalayak, khususnya remaja dan anak-anak (Suroso, 2003). Penelitian Liebert dan Baron, menunjukkan hasil remaja dan anak-anak yang menyaksikan program televisi yang menampilkan adegan kekerasan memiliki keinginan lebih untuk berbuat kekerasan, dibandingkan dengan anak yang menyaksikan program netral (tidak mengandung unsur kekerasan). (Tasmin, 2008).

Sedangkan siaran-siaran yang mengandung unsur positif yaitu acara-acara yang dapat meningkatkan ilmu pengetahuan seperti berita tentang kejadian-kejadian informasi yang menambah pengetahuan anak, dialog tentang pendidikan, wawancara tentang perilaku anak dan pendidikan, yang memacu kreativitas dan mendidik, sinetron yang mengajarkan kebaikan dan pendidikan, dan lain sebagainya (Tasmin, 2008).

Televisi dapat memberikan pengaruh yang positif bagi para pemirsa yang menyaksikan program acara atau siaran televisi. Adapun pengaruhnya yang bersifat positif sebagai berikut : a) Adanya sinetron yang bernafaskan keagamaan yang mempengaruhi khalayak untuk selalu berbuat kebaikan, b) Adanya acara atau siaran yang bernuansakan pendidikan atau pengetahuan seperti cerdas cermat, berita dan lain sebagainya yang membuat khalayak selalu ingin tahu sesuatu hal.

2.3.4 Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa

Televisi adalah suatu buah karya teknologi media massa yang fenomenal. Kehadirannya dapat merubah pola perilaku dan pemikiran sebagian besar penduduk yang telah menikmatinya. Televisi mampu menghadirkan kejadian yang berlangsung di belahan bumi lain dengan sajian visual gerak yang dulunya hanya bisa berwujud visual diam (foto), tulisan ataupun suara.

Televisi menurut Effendy (2009:177) ” adalah selain ketiga unsur (kata, musik, dan sound effect) tersebut juga memiliki unsur visual berupa gambar. Dan gambar ini bukan gambar mati, melainkan gambar hidup yang mampu menimbulkan kesan yang mendalam pada penonton. Sedangkan menurut UU No.32 tahun 2002 tentang Kepyiaran dalam Pasal 1 ayat 4, ‘Penyiaran televisi adalah media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.’”

Seiring berlanjutnya pemindahan pesan dari jauh yang sangat fenomenal yang dapat dilakukan televisi tersebut ternyata masyarakat memiliki titik jenuh dalam melihat kejadian yang berlangsung di tempat yang jauh. Kehadiran pesan tersebut menggeser perhatian masyarakat akan kejadian yang berlangsung di sekitarnya yang lebih mempunyai efek langsung bagi masyarakat. Dengan terciptanya keadaan tersebut masyarakat mulai merombak tatanan tersebut dengan menghadirkan peristiwa-peristiwa

yang dekat dengan lingkungannya dalam media televisi tersebut. Perwujudan perombakan tersebut terbukti dengan munculnya televisi lokal yang lebih mampu menghadirkan kejadian-kejadian yang dekat dengan masyarakat dalam media ini.

Dalam kehidupan manusia, komunikasi merupakan satu hal yang mendasar. Salah satu bentuk kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh manusia adalah komunikasi massa. Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronis sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Secara sederhana, komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, yakni surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film (Jalaluddin Rakhmat, 2001:189).

Menurut Elizabeth-Noelle Neuman, ada empat tanda pokok komunikasi massa yaitu (1) bersifat tidak langsung, artinya harus melalui media teknis; (2) bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara peserta-peserta komunikasi (para komunikan); (3) bersifat terbuka, artinya ditujukan kepada publik yang tidak terbatas dan anonim; (4) mempunyai publik yang secara geografis tersebar (Jalaluddin Rakhmat, 2001:189).

Perkembangan media komunikasi modern dewasa ini telah memungkinkan orang di seluruh dunia untuk dapat saling berkomunikasi hal ini dimungkinkan karena adanya berbagai media (*channel*) yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan. Media penyiaran, yaitu radio dan televisi merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam

mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak. Karenannya media penyiaran memegang peranan yang sangat penting dalam ilmu komunikasi pada umumnya dan khususnya ilmu komunikasi massa. (Morissan, 2008:13).

Saat ini bisa dikatakan bahwa televisi yang menjadi media komunikasi massa paling populer. Pada hakekatnya, media televisi lahir karena perkembangan teknologi. Bermula dari ditemukannya *elecctrische telescope* sebagai perwujudan gagasan dari seorang mahasiswa di Berlin (Jerman Timur) yang bernama Paul Nipkov, untuk mengirim gambar melalui udara dan satu tempat ke tempat lain. Hal ini terjadi antara tahun 1883-1884. Akhirnya Nipkov diakui sebagai “bapak” televisi (Kuswandi, 1996:6).

Saat ini bisa dikatakan bahwa televisi lah yang menjadi media komunikasi massa paling populer. Studi tentang televisi pun banyak dilakukan. Karakteristik televisi yang memiliki jangkauan siar luas dan dapat memberikan efek yang besar pula menjadi daya tarik tersendiri untuk diteliti. Suatu hal yang berpengaruh banyak untuk belajar di televisi, yaitu jangkauan yang populer, skala komersial, kekuasaan politik, dan televisi sangat berpengaruh pada signifikansi budaya masyarakat secara keseluruhan.

Sedangkan pengertian komunikasi massa media televisi ialah proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan (massa) melalui sebuah sarana, yaitu televisi. Dalam komunikasi massa media tersebut, lembaga penyelenggara komunikasi bukan secara perorangan, melainkan melibatkan banyak orang dengan organisasi yang kompleks dan pembiayaan yang besar. Karena media televisi bersifat *transitory* (hanya meneruskan), mata pesan-

pesan yang disampaikan melalui komunikasi massa media tersebut hanya dapat didengar dan dilihat sekilas. Pesan-pesan televisi bukan hanya didengar, tetapi juga dapat dilihat dalam gambar yang bergerak (*audio visual*) (Kuswandi, 1996:16).

Di Indonesia sendiri, televisi sebagai media komunikasi massa mengalami perkembangan yang dinamis. Televisi mulai masuk di Indonesia (Jakarta) pada tahun 1962, bertepatan dengan “*The 4th Asian Games*”. Ketika itu Indonesia menjadi penyelenggara. Peresmian pesta olahraga tersebut bersamaan dengan peresmian penyiaran televisi oleh Presiden Soekarno, tanggal 24 Agustus 1962. Televisi yang pertama muncul adalah TVRI dengan jam siar antara 30-60 menit sehari (Kuswandi, 1996:34).

Dunia pertelevisian di Indonesia berkembang pesat seiring dengan deregulasi pertelevisian Indonesia oleh pemerintah sejak tanggal 24 Agustus 1990 melalui Surat Keputusan Menteri Penerangan nomor 111 tahun 1990 yang mengatur tata cara penyiaran di Indonesia. Hal ini terbukti dengan bermunculannya televisi-televisi swasta. Pada saat itu pemerintah mengizinkan lima saluran televisi swasta yakni RCTI, SCTV, TPI, ANTV, dan Indosiar, mandiri untuk beroperasi secara nasional (Ishadi SK, 1999:20).

Saat ini tercatat sudah ada 10 stasiun televisi swasta nasional yang telah mengudara yakni RCTI, SCTV, MNC, ANTV, Indosiar, Trans TV, Trans7, Global TV, Metro TV, dan TV One. Ini masih ditambah dengan puluhan tv lokal dan tv kabel lainnya. Hal ini membuktikan bahwa televisi memang

sudah menjadi “barang penting” di Indonesia dan bisa menjadi media komunikasi massa yang paling efektif.

2.4 Sinetron

Sinetron merupakan penggabungan dan pemendekan dari sinema dan elektronika. Elektronika disini tidak semata mengacu pada pita kaset yang proses perekamannya berdasar kaidah-kaidah elektronis. Elektronika dalam sinetron itu lebih mengacu pada mediumnya. Yaitu televisi dan televisual, yang merupakan medium elektronik selain siaran radio. (Wardana, 1997:1)

Sinetron disebutkan juga sama dengan televisi play, sama dengan teledrama, sama dengan sandiwara televisi atau samadengan lakon televisi. Inti persamaannya sama-sama ditayangkan di media audio visual yang disebut televisi. Seperti telah disebutkan diatas, sinetron adalah kependekan dari sinema dan elektronika berdasarkan kata sinema saja, ini sudah mengarah pada sebuah konsep film (sinema). Oleh sebab itu, sinetron dalam penerapannya tidak jauh berbeda dengan film layar putih (layar lebar). Demikian juga tahapan penulisan dan format naskah. Yang berbeda hanyalah film layar putih menggunakan kamera optik, bahan seloid dan medium sajiannya menggunakan proyektor dan layar putih di gedung bioskop. Sedangkan sinetron menggunakan kamera elektronik dengan video record dan pita di dalam kaset sebagai bahannya, penayangannya melalui medium televisi. (Wibowo, 1997: 153)

Walaupun sinetron memiliki beberapa prinsip dasar yang sama dengan film layar putih (layar lebar) tetapi masing-masing memiliki dinamika yang

berbeda. Televisi memiliki dinamikanya sendiri, yang pertama adalah dalam ukuran layar, film layar yang dipancarkan proyektor lalu terlayang pada sebuah layar yang besar. Sementara gambar sinetron yang direkam langsung dalam pita kaset ditayangkan melalui televisi yang layarnya relatif kecil. Kedua dari segi penonton/pemirsa, penonton film adalah mereka yang sejak awal benar-benar memiliki niat untuk menonton. Adapun penonton sinetron karena tak pernah langsung memilih (dari jenis sinema, judul, hingga jadwal waktu), jenis penontonya jauh lebih beragam, beragam dari tingkat ekonominya, intelektualitasnya, dan kategori lainnya. (Wardana, 1997:279)

Sinema elektronik atau lebih populer dalam akronim Sinetron adalah sandiwara bersambung yang disiarkan oleh stasiun televisi. Di Indonesia, istilah ini pertama kali dicetuskan oleh Soemardjono (Salah Satu Pendiri dan Mantan Pengajar Institut Kesenian Jakarta). Sumber ini didapatkan dari hasil wawancara dengan Teguh Karya. Dalam bahasa Inggris, sinetron disebut soap opera, sedangkan dalam bahasa Spanyol disebut telenovela. Sinetron pada umumnya bercerita tentang kehidupan manusia sehari-hari yang diwarnai konflik. Seperti layaknya drama atau sandiwara, sinetron diawali dengan pengenalan tokoh-tokoh yang memiliki karakter masing-masing.

Berbagai karakter yang berbeda menimbulkan konflik yang makin lama makin besar sehingga sampai pada titik klimaksnya. Akhir dari suatu sinetron dapat bahagia maupun sedih, tergantung dari jalan cerita yang ditentukan oleh penulis scenario. Produksi sinetron ternyata melonjak pesat terutama setelah munculnya production house, yakni perusahaan yang bergerak dalam

pembuatan sinetron untuk dijual kepada stasiun-stasiun TV. Di akhir tahun 1992 saja tercatat tidak kurang dari 300 production house. (Effendy 2009, 194).

Beberapa persamaan dari sinetron di negeri kita adalah isi cerita, bila kita perhatikan hampir semua sinetron di Indonesia punya cerita yang sama. Si miskin mencintai si kaya atau sebaliknya, yang kemudian mendapat pertentangan dari pihak keluarga. Ditambah lagi orang ketiga agar cerita terkesan berat karena dibumbui konflik. Padahal tidak berbeda jauh dengan film India. Alur cerita, tidak jauh berbeda dengan isi cerita. Alur cerita sinetron kita selalu itu-itu saja. Biasanya, episode-episode awal menceritakan sebuah keluarga yang bahagia, yang penuh dengan canda dan kekonyolan karakter utama.

Di sekitar minggu ketiga atau keempat munculah orang ketiga yang biasanya menimbulkan konflik. Selanjutnya hilang sudah kekonyolan dan canda tawa. Di masa-masa ini ceritanya selalu menangis. Status sosial, karakter atau tokoh yang muncul selalu si kaya dan si miskin. Tokoh, yang di maksud disini adalah mulai dari karakter dari para tokoh dan masalah yang dihadapinya. Bisa dikatakan sinetron kita mirip Srimulat yang tokoh utamanya selalu terdiri dari majikan, anak majikan, pembantu, dan supir. Kemudian orang ketiga biasanya tamu tak diundang, copet, maling, anak tetangga atau Pak RT. Sinetron kita menampilkan tokoh yang itu-itu saja. Entah darimana idenya, namun bila anda perhatikan sinetron kita akhir-akhir ini sedang marak mempublikasikan penyakit hilang ingatan, baik itu karena

kecelakaan atau hal lainnya. Namun hal tersebut cukup membuktikan keadaan sinetron kita, yaitu hilang ingatan.

Para pemain, sutradara, crew, atau produser. Semua sudah kehilangan ide dan kreatifitas. Yang mereka kejar hanyalah rating. Tidak ada lagi nilai seni yang ditampilkan. Semua menjadi hambar seperti nasi putih yang kita makan setiap hari dengan lauk yang sama. Sinema elektronik (sinetron) adalah salah satu fenomena pertelevisian yang tumbuh pesat seiring makin maraknya industri televisi di tanah air, dalam dua dekade terakhir ini. Bagi sebagian orang, berbicara tentang sinetron Indonesia identik dengan membicarakan alur cerita yang berbelit-belit, mengada-ada, mengabaikan logika, dan tidak mewakili realitas masyarakat pada umumnya.

Beberapa faktor yang membuat sinetron banyak disukai para penonton adalah sebagai berikut:

1. Isi pesannya sesuai dengan realitas sosial pemirsa.
2. Isi pesannya mengandung cerminan tradisi nilai luhur dan budaya masyarakat (pemirsa).
3. Isi pesannya lebih banyak mengangkat permasalahan atau persoalan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat (Kusnadi 1996, 130)

Paket sinetron yang tampil di televisi adalah salah satu bentuk untuk mendidik masyarakat dalam bersikap dan berperilaku sesuai dengan tatanan norma dan nilai budaya setempat. Otomatis, isi pesan yang terungkap secara simbolis dalam paket sinetron, berwujud kritik sosial terhadap penyimpangan-penyimpangan yang terjadi dalam masyarakat.