

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1. Latar Belakang Masalah**

Media massa berkembang secara pesat di kalangan masyarakat beberapa tahun terakhir ini. Menurut data yang dikutip dari sendjaja (2000), ada beberapa kondisi yang terlihat di dalam perkembangan televisi, radio, media cetak, dan perkembangan industri bisnis media.

Di bidang pertelevisian, selain jaringan TVRI saat ini terdapat 10 (sepuluh) stasiun televisi swasta, yaitu RCTI, TPI, SCTV, ANTEVE, INDOSIAR, METRO TV, TRANSTV, LATIVI, GLOBAL TV, DAN TV 7. Di samping itu kini telah beroperasi 7 televisi berlangganan satelit, 6 televisi berlangganan terrestrial, dan 17 televisi berlangganan kabel.

Dunia penyiaran radio pun mengalami kemajuan meskipun tidak sepesat televisi. Hingga akhir tahun 2002, terdapat 1188 Stasiun Siaran Radio di Indonesia. Jumlah itu terdiri atas 56 stasiun RRI dan 1132 buah Stasiun Radio Swasta.

Dunia bisnis media penerbitan, khususnya surat kabar dan majalah, juga mengalami peningkatan khususnya dalam hal kuantitas. Pada tahun 2000, menurut laporan MASINDO, terdapat 358 media penerbitan. Jumlah tersebut

Dengan perkembangan media massa di atas tadi, kita melihat bagaimana media massa berusaha memenuhi kebutuhan informasi khalayak yang begitu beragam dan berusaha mempengaruhi informasi yang diterima oleh masyarakat. Mengapa media massa menarik untuk diteliti adalah karena Media televisi memiliki perbedaan dengan media elektronik yang lain, kemampuannya menyajikan audio dan visual secara bersamaan, sehingga mampu lebih banyak menarik minat masyarakat yang ada. (Elvinaro dan Erdinaya 2004 : 127)

Menurut data statistik BPS tahun 1993, sebanyak 66% masyarakat Indonesia memilih untuk menonton televisi, sedangkan yang memilih untuk membaca Koran/majalah hanya 22,5%. Di tahun 2003 persentase menonton televisi tersebut meningkat hingga 84,94%, dan di tahun 2012 meningkat hingga 91,68%. Melalui data di atas dapat disimpulkan bahwa tayangan televisi yang terus meningkat jumlah pemirsanya semakin menarik perhatian masyarakat.

Kecenderungan televisi di dalam siarannya didominasi oleh tayangan hiburan. Seperti yang dikemukakan oleh Elihu Katz bahwa

*consequently coverage of public affairs on television 'is being minimized and ghettoized and overwhelmed by entertainment' (Katz 1997: 24).*

Hiburan yang ditayangkan melalui media juga sangat dipengaruhi oleh ideologi pemilik media, sehingga ideologi baik positif ataupun negatif akan disalurkan melalui pesan yang ditayangkan melalui media itu sendiri.

Seperti yang diungkapkan Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese (1996), dalam *Mediating The Message: Theories of Influences on Mass Media*

*Content* mengungkapkan bahwa isi media di masyarakat sangat dipengaruhi oleh ideologi. Di sini, ideologi diartikan sebagai kerangka berpikir atau kerangka referensi tertentu yang dipakai oleh individu untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya. Ideologi memiliki level yang abstrak.

Dalam hal ini, kerangka berpikir seseorang sangat dipengaruhi oleh latar belakang dari mana tayangan itu berasal. Latar belakang dibentuk oleh budaya dan adat istiadat dari tempat asalnya. Masing-masing tayangan itu membawa suatu pesan halus yang tanpa disadari telah berhasil mengkonstruksi suatu nilai budaya dari suatu masyarakat yang melihat tayangan itu sendiri. Apapun yang disajikan media merupakan suatu hasil konstruksi pesan yang dipengaruhi oleh kebudayaan baik secara sengaja maupun tidak sengaja.

Definisi kebudayaan menurut Bounded et.al (1989) adalah sesuatu yang terbentuk oleh Pengembangan dan transmisi dari kepercayaan manusia melalui simbol-simbol tertentu, misalnya simbol bahasa sebagai rangkaian simbol yang digunakan untuk mengalihkan keyakinan budaya di antara para anggota suatu masyarakat. Pesan-pesan yang sampai pada sebuah masyarakat sangat dipengaruhi oleh ideologi pengelola media, ideologi merupakan sebuah produk kebudayaan. Dari kebudayaan yang ada ini membentuk pesan yang mempengaruhi persepsi khalayak.

Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita (Mulyana, 2007: 179). Sedangkan lahrly

(1991) mendefinisikan persepsi sebagai proses yang kita gunakan untuk menginterpretasikan data-data sensoris. Data-data sensoris sampai kepada kita melalui lima indera kita (Severin, 2005: 83). Melalui definisi di atas dapat dilihat bagaimana kita dipengaruhi perilakunya melalui rangsangan lingkungan kita yang berupa data-data sensoris yang diinterpretasikan melalui lima panca indera kita.

Persepsi ini terbentuk karena memiliki beberapa *entry point* (titik masuk) yang di mana dalam penelitian ini titik masuknya adalah melalui media massa televisi khususnya tayangan *Take Me Out Indonesia*.

Take me Out Indonesia adalah sebuah tayangan reality show yang bertemakan ajang pencarian pasangan. Dalam acara ini akan ada 30 wanita yang berdiri dan akan ada 7 pria lajang yang akan diperkenalkan satu per satu. Tayangan ini ditayangkan oleh IVM sejak tanggal 19 juni 2009.

Di dalam penelitian ini, saya mengambil tayangan Take Me Out Indonesia berasal dari Amerika. Di dalam tayangan tersebut, diperlihatkan bagaimana ada sekelompok pria yang mendaftarkan diri mereka untuk dijodohkan di depan umum. Ini merupakan sebuah pola hubungan yang secara wajar dan dipengaruhi oleh kebudayaan mereka berasal. Menariknya, di dalam tayangan take me out Indonesia yang menjadi kriteria utama dalam pemilihan pasangan hanya penampilan fisik, pendidikan, dan materi yang dimiliki oleh masing-masing kontestan tersebut.

Teori yang peneliti gunakan untuk meneliti adalah *Social learning theory* oleh Albert Bandura. *Social learning theory* mempelajari bagaimana manusia

berusaha meniru apapun yang dilihat melalui media sebagai *modelling* untuk mereka contoh. Seperti yang dikemukakan pada paragraf sebelumnya, Take Me Out Indonesia menampilkan sebuah pola hubungan kebudayaan amerika dan dimana khalayak akan Disini tayangan *take me out Indonesia* sebagai faktor external yang mempengaruhi individu.

Dalam teori kultivasi dikemukakan oleh Gerbner (West, Turner 2010: 379) mengasumsikan bahwa *Television shapes our society's way of thinking and relating*. Televisi begitu mempengaruhi cara seseorang ketika menonton tayangan yang ada di dalam televisi. Teori kultivasi ini mendukung proses *modelling* tersebut akan dengan cepat ditiru oleh manusia yang menonton tayangan yang tergolong sebagai *heavy viewer*.

Kita tahu bahwa Indonesia adalah negara dengan berbagai macam budaya yang ada, dan tentu masing-masing agama mempunyai nilai yang mengatur mengenai hubungan beda agama yang tidak menjadi perhatian di dalam tayangan *take me out Indonesia*. Dalam penelitian ini, peneliti mengetahui bagaimana **”persepsi khalayak terhadap pemilihan pasangan dalam tayangan take me out Indonesia”**. Khususnya apakah telah terjadi pembentukan opini baru dalam masyarakat mengenai kriteria pemilihan pasangan dalam acara tersebut.

## **I.2. Identifikasi Masalah**

*Take me out Indonesia* adalah sebuah tayangan dengan *genre reality show* yang sekarang memiliki rating tertinggi di Indonesia. Melalui sumber [takemeoutindonesia.com](http://takemeoutindonesia.com), kita mampu melihat rating acara tersebut. *Take me out*

*Indonesia* adalah sebuah tayangan di mana akan ada pria-pria yang berkualitas diukur dari sisi profesinya dan karakter yang telah siap untuk memulai hubungan dan akan diperebutkan oleh beberapa wanita melalui serangkaian ujian yang sudah diatur dalam acara tersebut. Acara tersebut dibagi ke dalam tiga babak. Babak pertama, para pria akan diminta untuk memperkenalkan diri mereka selama lima detik, dan disitu wanita boleh memilih untuk bertahan dengan mematikan lampunya atau tidak.

Lalu babak berikutnya, akan dilakukan yang disebut *chemistry challenge* yang di mana di dalam babak tersebut, peserta yang sudah mendapat pasangan akan diuji kekompakannya dan dinilai oleh 100 juri. Lalu babak berikutnya apabila mereka lolos di *chemistry challenge*, mereka boleh melanjutkan ke dalam hubungan yang lebih serius. Dari 10 episode yang peneliti lihat, yang menjadi kriteria utama dalam memilih pasangan ini hanya penampilan fisik, pendidikan, dan materi saja. Pemilihan pasangan tentu tidak hanya berkaitan dengan kriteria yang di tayangkan tersebut, tentu ada banyak hal lainnya selain itu semua, namun permasalahan yang akan diangkat adalah khususnya mengenai kriteria agama dalam menentukan pasangan hidup. Negara Indonesia memiliki lima agama utama. Dimana kita tahu, bahwa Negara kita berasaskan pancasila yang bersifat keTuhanan. Sebagai warga Negara Indonesia yang berasaskan keTuhanan tentu penting untuk setiap warganya mematuhi aturan agama nya mengenai hubungan dan setiap agama mengatur tata cara berhubungan. Tidak hanya sekedar penampilan fisik, pendidikan atau materi yang selalu ditampilkan oleh *Take Me Out Indonesia*.

Seperti dikemukakan di dalam beritahangat.net bahwa MUI sebagai lembaga yang besar yang menaungi berbagai macam aturan dalam agama islam telah mengeluarkan fatwa. Berdasarkan Musyawarah Nasional (Munas) II pada 11 – 17 Rajab 1400 H, bertepatan dengan 26 mei – 1 juni 1980 M, MUI mengemukakan bahwa perkawinan beda agama itu hukumnya haram.

Pernyataan di atas menegaskan bahwa perkawinan beda agama di Islam itu haram, lalu tentu akan menjadi percuma apabila kita menjalin hubungan pacaran yang berakhir pada ujungnya harus berpisah karena tidak diperbolehkan untuk menikah.

Sedangkan di dalam agama Kristen, Pandangan awal untuk pernikahan adalah “suci dan kudus”. Bahkan konsep suci dan kudus ini disandingkan dengan konsep satu Tuhan, satu Tubuh Kristus sehingga menimbulkan sikap inklusif. Pernikahan memang suci dan kudus, namun pandangan ini pun berakar dari pandangan bahwa orang Yahudi adalah orang suci dan kudus, dan kemudian bergeser ke dalam pandangan bahwa orang Kristen sajalah yang suci dan kudus sedangkan orang yang diluar kristus adalah orang-orang cemar. Ini tentu memberikan tekanan dalam pandangan Paulus bahwa ada orang-orang kudus yaitu orang beriman dan ada orang-orang yang tidak beriman dan menimbulkan tingkatan dalam hubungan keluarga dari pasangan yang berbeda agama. (Conzelman: *A Commentary On First Epistle To The Corinthians*). Melalui pernyataan di atas kita melihat ternyata penting sekali memilih pasangan sesama agama, karena apabila memilih pasangan berbeda keyakinan, maka akan dianggap cemar.

Di dalam agama Buddha tidak dilarang keras mengenai perkawinan beda agama ini. Agama Buddha menganggap apabila ada kaum Buddha yang memutuskan untuk menikah dengan pasangan beda agama, dianggap mengalami kemunduran dari keyakinan seseorang (Makmur Gunawan 1991:16).

Dalam agama Hindu Perkawinan orang yang beragama Hindu yang tidak memenuhi syarat dapat dibatalkan. Menurut Dde Pudja, MA (1975:53), suatu perkawinan batal karena tidak memenuhi syarat bila perkawinan itu dilakukan menurut Hukum Hindu tetapi tidak memenuhi syarat untuk pengesahannya, misalnya mereka tidak menganut agama yang sama pada saat upacara perkawinan itu dilakukan, atau dalam hal perkawinan antar agama tidak dapat dilakukan menurut hukum agama Hindu.

Dari pernyataan di atas, dapat diketahui bahwa untuk mensahkan suatu perkawinan menurut agama Hindu, harus dilakukan oleh Pedande/Pendeta yang memenuhi syarat untuk itu. Di samping itu tampak bahwa dalam hukum perkawinan Hindu tidak dibenarkan adanya perkawinan antar penganut agama Hindu dan bukan Hindu yang disahkan oleh Pedande.

Agama yang ada telah mengatur mengenai pentingnya membangun hubungan yang sifatnya berbeda keyakinan. Tayangan *take me out Indonesia*, tidak menjadikan keyakinan sebagai komponen penting dalam membangun hubungan. *Take me out Indonesia* menjadikan penampilan fisik, pendidikan, dan materi sebagai kategori utama dalam memilih pasangan. Padahal di satu sisi, proses *modelling* terus berjalan pada kalangan audiens *Take Me Out Indonesia*.



### **I.3.Rumusan Masalah**

Bagaimana persepsi khalayak mengenai pemilihan pasangan dalam tayangan Take Me Out Indonesia?

### **I.4. Maksud Dan Tujuan Penelitian**

Ingin mengetahui bagaimana persepsi khalayak terhadap pemilihan pasangan dalam tayangan Take Me Out Indonesia.

### **I.5. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain sebagai berikut:

#### **I.5.1 Kegunaan Akademis**

- a) Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mahasiswa/i ilmu komunikasi mengenai persepsi dan aplikasinya di lapangan
- b) Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan dan perbandingan bagi penelitian selanjutnya mengenai persepsi
- c) Penelitian ini dapat menambah wawasan mahasiswa/i dan para akademisi mengenai persepsi yang terbentuk setelah menonton tayangan Take Me Out Indonesia.

#### **I.5.2 Kegunaan Praktis**

a) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi tayangan Take Me Out Indonesia

b) Melalui penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan lain untuk lebih memahami kekuatan persepsi yang merupakan bagian dari media itu sendiri.

### I.5.3 Kegunaan Sosial

Dengan penelitian ini diharapkan masyarakat dapat mengetahui pentingnya persepsi yang terbentuk melalui tayangan yang kita lihat melalui media massa.

## I.6. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, penulis membagi Tugas Akhir ini menjadi enam bab dengan rincian sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada BAB I ini diuraikan mengenai latar belakang dari permasalahan yang akan diteliti, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : OBJEK PENELITIAN**

Pada BAB II ini diuraikan mengenai objek dari permasalahan yang akan diteliti dan yang berhubungan dengan topik yang telah ditentukan oleh Penulis.

### **BAB III : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada BAB III ini diuraikan mengenai pengertian dari Ilmu Komunikasi, Komunikasi Massa, Media Massa Televisi, Budaya,

Persepsi. Selain itu akan diuraikan mengenai kerangka pemikiran dan teori, serta konsep yang digunakan Penulis untuk mendukung proses penulisan hasil penelitian.

#### **BAB IV : METODOLOGI PENELITIAN**

Pada BAB IV ini diuraikan mengenai pendekatan yang digunakan penulis dalam penelitian, metode penelitian yang digunakan, teknik pengumpulan data, unit analisis yang digunakan dalam penulisan laporan penelitian.

#### **BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada BAB V ini diuraikan mengenai hasil dari data yang diperoleh beserta dengan pembahasan mengenai rumusan masalah yang telah ditentukan oleh Penulis.

#### **BAB VI : PENUTUP**

Pada BAB VI ini diuraikan mengenai kesimpulan yang menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan oleh Penulis dan memberikan saran yang sesuai dengan topik penelitian.