

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Televisi atau yang sering disebut TV merupakan saluran media massa yang berkembang pesat sejalan dengan perkembangan zaman. Siaran-siaran yang ditampilkan televisi menyebabkan banyak perubahan dalam kehidupan masyarakat, hal ini dikarenakan televisi memiliki sifat medium yaitu pesan yang di sampaikan mempunyai daya rangsang yang cukup tinggi.

Televisi saat ini telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia. televisi telah menjadi suatu fenomena besar dan hal ini harus diakui bahwa peranannya yang sangat besar dalam membentuk pola pikir, pengembangan wawasan dan pendapat umum (Darwanto,2007: 27)

Televisi sebagai media massa yang memiliki fungsi, yaitu fungsi informasi, fungsi pendidikan, fungsi hiburan.Pada dasarnya fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya (surat kabar dan radio siaran),yakni memberi informasi,mendidik dan menghibur. Tetapi pada kenyataanya fungsi menghiburlah lebih dominan pada media televisi,sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi UNPAD, yang menyatakan bahwa pada umumnya tujuan utama khalayak menonton televisi adalah untuk memperoleh hiburan,selanjutnya untuk memperoleh informasi(Ardianto,2004 : 128,dalam Wulandari, 2009 : 2).

Televisi saat ini merupakan media massa yang sangat populer dikalangan masyarakat, hal ini dikarenakan semua orang dapat menikmati siaran-siaran televisi secara gratis. Siaran-siaran yang disajikan televisi-televisi swasta sekarang ini kebanyakan bersifat hiburan seperti acara talkshow, sinetron, kuis, komedi dan lain-lain. Hal ini dikarenakan tayangan-tayangan televisi yang mengandung unsur hiburan saat ini sangat populer dan digemari oleh semua kalangan masyarakat. Bahkan beberapa stasiun televisi swasta memiliki program siaran non stop 24 jam. Mulai dari acara rohani, program berita di pagi, siang dan sore hari, dilanjutkan dengan film kartun, musik, sinetron, variety show, talkshow dan lain-lain. Hal ini merupakan suatu paket yang dapat dinikmati semua kalangan masyarakat.

Ada beberapa faktor yang membuat paket acara televisi disukai pemirsa, yaitu: (1) isi pesannya sesuai dengan realitas sosial pemirsa, (2) isi pesannya mengandung cerminan tradisi nilai luhur budaya masyarakat (pemirsa), (3) isi pesannya lebih banyak mengangkat permasalahan atau persoalan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat. (Wawan Kuswandi, 1996: 130)

Talkshow merupakan program hiburan di televisi yang memiliki tiga komponen dasar, yakni studio televisi, host (pemandu acara), dan wawancara. Bernard M. Timberg dalam buku *Television Talk, A History of the TV Talk Show*, mengungkapkan program talk show di televisi merupakan acara yang dibawakan oleh seorang host (dibantu sebuah tim yang bertanggung jawab atas materi, pengarahannya, dan bentuk acara yang akan ditampilkan), serta

mengandung percakapan berisi pesan (message) (Lusia,2006:83,dalam Nugraha,2012: 34).

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 1954 oleh jaringan televisi NBC (Aylesworth, 1987), dengan nama program Tonight Show (Wahyudi,1996: 90, dalam Sri Wulandari, 2009: 9).

Di era globalisasi saat ini,program-program acara talkshowmulai berbenah untuk menyajikan tayangan yang menarik khalayak. Kemasannya pun lebih bervariasi, lebih segar, penuh diskusi dan hiburan. Konsep acara talkshowatau bincang-bincang di televisi terutama di Indonesia, saat ini dianggap sebagai konsep acara yangseringkali dianggap membosankan, terlalu berat untuk dipahami, dan tidak menarik kemasannya.Hal ini membuat stasiun televisi, seperti TV One, RCTI, Metro TV,Global TV Trans TV dan Trans7, 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 talkshowdikategorikan menjadi dua, yakni yang sifatnya ringan dan menghibur dan yang sifatnya formal dan serius. Namun secara umum, talkshowadalah program atau acara yang mengulas suatu permasalahan melalui perbincangan, diskusi, wawancara dan interaksi dengan

narasumber tanpa kehadiran aktor yang memerankan karakter tertentu.

(<http://nitastory.blogspot.com/2008/12/talk-show-komedi.html>)

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. Topik-topik 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.

(<http://nitastory.blogspot.com/2008/12/talk-show-komedi.html>.)

Program-program acara talkshow di Indonesia saat ini lebih didominasi oleh acara talkshow yang sifatnya ringan dan menghibur, seperti acara talkshow yang disiarkan di Trans TV dan Trans 7 yaitu Bukan Empat Mata, Show Imah, Hitam Putih, Pas Mantab, yang mendapat respon cukup baik dari pemirsa. Dari beberapa program acara talkshow tersebut, peneliti tertarik untuk memilih program acara talkshow “ Show Imah “ di Trans TV yang merupakan suatu acara yg bersifat ringan dan menghibur sekaligus diharapkan dapat menambah informasi dan wawasan khususnya para mahasiswa yang selalu ingin menambah informasi dan wawasan melalui acara-acara hiburan yang berkualitas dari segi acara dan pembawa acaranya. Dalam hal ini program

acara Talkshow “ Show Imah “juga dua kali masuk dalam nominasi Panasonic Awards ke 16 dan 17 pada tahun 2013 dan 2014 untuk kategori program acara talkshow hiburan yang diharapkan dapat menjadi acuan bagi mahasiswa dalam menyaksikan acara-acara yang berkualitas..

Program talkshow"Show Imah" yang dibawakan oleh Soimah Pancawatidan ditayangkan di Trans TV setiap hari senin-jumat pukul 15.30 WIB merupakan acara talkshow yang menggunakan perpektifkomedi dan selalu menghadirkan selebriti di setiap episodenya.Program acara Talkshow "Show Imah" pertama kali tayang pada 9 Januari 2012 danditayangkansetiap hari senin-jumat di Trans TV pukul 15.15 – 16.15 WIB.Programini tidak hanya menawarkan informasi, tapi juga sekaligus komedi yang segar yang dibawakan oleh Soimah Pancawati sambil mengobrol-ngobrol ringan seputartopik-topik yang sedang hangat dan menarik di masyarakat.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti ingin meneliti Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2010 tentang program acara talkshow "Show Imah" di Trans TV. Alasan penulis mengambil objek mahasiswa Ilmu Komunikasi UMS, karena menurut penulisdaya tangkap dan penilaian dalam menyaksikan sebuah program acara di televisi lebih cepat dan berkualitas di banding dengan jurusan lain, hal tersebut dikarenakan mahasiswa komunikasi di perkuat dengan mata kuliah yang dipelajari yaitu tentang komunikasi massa dan Jurnalistik dll.Oleh karena itu,dalam Penelitian ini peneliti ingin mengupas lebih mendalam mengenai program acara talkshow "Show Imah" di Trans TV dengan persepsi

mahasiswa mengenai kualitas program acara talkshow "Show Imah" yang dilihat dari segi pembawa acara, tema/materi acara, waktu penyangan, setting acara.

B. Rumusan Masalah

Masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut: Bagaimana Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMS Tentang Program Acara Talkshow "Show Imah" di Trans TV.

C. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan masalah yang terlalu luas, maka penulis membatasi masalah yang akan diteliti.

1. Penelitian ini bersifat deskriptif, yang hanya memaparkan situasi atau peristiwa secara sistematis.
2. Penelitian ini menganalisis persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi UMS tentang Program Acara Talkshow "Show Imah" di Trans TV.
3. Objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan komunikasi UMS angkatan 2010 yang masih aktif kuliah dan yang pernah menonton acara talkshow "Show Imah" di Trans TV.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi mahasiswa tentang program acara talkshow "Show Imah" di Trans TV.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat:

1. Secara Teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kajian pemikiran pada Ilmu Komunikasi dan masukan mengenai kajian penelitian tentang persepsi mahasiswa tentang program acara talkshow "Show Imah" di Trans TV.
2. Secara Praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada khalayak dalam melihat tentang persepsi mahasiswa tentang program acara talkshow "Show Imah" di Trans TV.

F. Landasan Teori

1. Komunikasi Sebagai Proses Transmisi Pesan

Komunikasi merupakan rangkaian proses pengalihan informasi dari satu orang kepada orang lain dengan maksud tertentu (Liliweri,2008:4). Informasi yang disampaikan baik secara verbal maupun nonverbal. Dapat dilakukan secara individu dengan individu, individu dengan kelompok dan kelompok dengan kelompok.

Proses komunikasi merupakan aktifitas yang mendasar bagi manusia sebagai makhluk sosial. Dalam proses komunikasi tersebut mencakup sejumlah komponen atau unsur, salah satu komponen atau unsur tersebut adalah pesan. Pesan adalah keseluruhan daripada apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan yang disampaikan komunikator adalah pernyataan sebagai panduan pikiran dan perasaan, dapat berupa ide, informasi keluhan, keyakinan, imbauan, anjuran, dll (Effendy, 2002: 6).

Menurut (Arifin, 2003: 20), komunikasi menyentuh semua aspek kehidupan masyarakat atau sebaliknya semua aspek kehidupan masyarakat menyentuh komunikasi. Justru itu orang melukiskan komunikasi sebagai *ubiquitos* atau serba hadir. Artinya komunikasi berada dimanapun dan kapanpun juga.

Rumusan komunikasi yang sangat dikenal orang adalah rumusan yang dibuat oleh Harold Laswell. Menurut Laswell (Mulyana, 2002: 62) komunikasi adalah: "*who says wat in which chanell to whhom with what effect*". Jadi, jika dipilah-pilahkan akan terdapat lima unsur atau komponen di dalam komunikasi, yaitu:

- | | |
|-----------------------------------|-------------|
| a. Siapa yang mengatakan | Komunikator |
| b. Apa yang dikatakan | Pesan |
| c. Media apa yang digunakan | Media |
| d. Kepada siapa pesan disampaikan | Komunikan |
| e. Akibat yang terjadi | Efek |

2. Komunikasi Massa

Pada dasarnya 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 masa disini menunjuk pada khalayak, audience, penonton, pemirsa, atau pembaca. (Nurudin, 2007: 2, dalam Visca Henfutani, 2013: 12)

Definisi komunikasi massa paling sederhana dikemukakan oleh ahli komunikasi, Gebner, yang menyatakan bahwa komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang berkesinambungan serta paling luas yang dimiliki orang dalam masyarakat industri (Ardianto, 2004 : 4).

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang tersebar yang dilembagakan, yang ditunjukkan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, selintas, khususnya media elektronik (Mulyana, 2002: 75).

3. Fungsi Komunikasi Massa

Disamping memiliki ciri-ciri khusus, komunikasi massa juga mempunyai fungsi bagi masyarakat, adapun fungsi komunikasi massa menurut Dominick yang dikutip Ardianto dkk dalam bukunya Komunikasi Massa Suatu Pengantar (2004: 16-17), adalah sebagai berikut :

a. *Surveillance* (Pengawasan)

Fungsi Pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk Pengawasan Peringatan dan Pengawasan Instrumental.

Fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman dari bencana atau isu-isu sosial, misalnya seperti angin topan, meletusnya gunung berapi, tsunami, kondisi efek yang memprihatinkan, tayangan inflasi atau serangan militer. Peringatan ini dapat juga menjadi ancaman. Sebuah stasiun televisi mengelola sebuah program untuk menayangkan sebuah peringatan, juga sebuah surat kabar yang secara berkala memuat bahaya polusi udara dan pengangguran, tetapi karena banyaknya informasi yang menjadi peringatan dan ancaman serius bagi masyarakat yang dimuat oleh media banyak pula orang yang tidak mengetahui ancaman tersebut.

Fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Berita tentang film apa yang sedang dimainkan di bioskop, bagaimana harga-harga saham di bursa

efek, produk-produk baru, ide-ide tentang mode, resep makanan dan hal-hal lainnya yang merupakan contoh pengawasan instrumental.

b. *Interpretation* (Penafsiran)

Fungsi penafsiran hampir mirip fungsi pengawasan, media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memebrikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan.

Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antar pribadi atau kelompok.

c. *Linkage* (Pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkage* (Pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

d. *Transmision of Values* (Penyebaran nilai-nilai)

Fungsi ini bisa juga disebut sebagai fungsi sosialisasi, sosialisasi yang mengacu kepada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar, dan dibaca. Media massa memperlihatkan bagaimana mereka bertindak dan apa yang diharapkan mereka, atau dengan kata lain media mewakili kita dengan model peran yang diamati khalayak dan harapan untuk menirunya.

Televisi sangat berpotensi untuk terjadinya sosialisasi (penyebaran nilai-nilai) pada anak muda, terutama anak-anak yang melampaui usia 16 tahun yang banyak menghabiskan waktunya untuk menonton televisi dibanding dengan hal lainnya, kecuali tidur. Beberapa pengamat memperingatkan kemungkinan terjadinya disfungsi jika televisi menjadikan salurannya terutama untuk sosialisasi (penyebaran nilai-nilai). Sebagai contoh, maraknya tayangan kekerasan di stasiun televisi dapat membentuk sosialisasi bagi anak muda yang menontonnya, yang membuat anak muda berfikir bahwa metode kekerasan adalah wajar dalam memecahkan persoalan hidup.

e. *Entertainment* (Hiburan)

Penyiaran, drama, tarian, kesenian, sastra, musik, film, komedi, olah raga, permainan, melalui isyarat-isyarat, lambang-lambang, suara dan gambar, bertujuan untuk menciptakan kesenangan yang bersifat hiburan. Melalui berbagai macam program yang ditayangkan di televisi khalayak dapat memperoleh hiburan yang dikehendakinya.

Fungsi menghibur dari komunikasi massa tidak lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan melihat berita-berita ringan atau melihat tayangan-tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

4. Media Massa Televisi

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi (Cangara H, 2003: 134, dalam Visca Henfutani, 2013: 15). Media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori (Ardianto, 2009: 103, dalam Visca Henfutani, 2013: 15), yakni media massa cetak dan media elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio siaran, televisi, film, media *on-line* (internet).

Media Massa (mass media) singkatan dari media komunikasi massa, merupakan *channel of mass communication*, yaitu saluran, alat atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa. Menurut Nurudin, media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audience yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lainnya adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas (Nurudin, 2003: 8)

Televisi, adalah sebuah media yang tergolong paling unik dalam sejarah penemuan media saat ini. Jalur komunikasi yang memadukan dua unsur yaitu audio dan visual membuat media ini lebih mudah untuk dinikmati dibandingkan dengan media yang lain yang hanya memadukan satu jalur komunikasi saja. Misalnya koran yang hanya bisa dinikmati dengan kemampuan mata untuk membacanya, atau radio yang hanya bisa kita nikmati dengan kemampuan mendengarkan saja. Sedangkan televisi, memberikan kelebihan dibanding dengan media yang lain yaitu :

1. Televisi dapat dinikmati dengan mudah. Televisi seolah-olah menjadi wakil mata pemirsa yang langsung bisa melihat kenyataan tanpa harus berimajinasi seperti kita membaca koran ataupun ketika kita mendengarkan radio.
2. Jangkauan pemirsa dalam televisi lebih banyak ketimbang media yang lain. Karena televisi dapat dinikmati aksesnya oleh semua kalangan baik anak-anak, remaja, dewasa, maupun lanjut usia.
3. Televisi adalah media yang relatif murah dibanding media yang lain. Untuk menonton film, masyarakat tak perlu lagi berbondong-bondong pergi ke bioskop, tetapi cukup bisa melihat melalui televisi. Televisi tidak perlu berlangganan untuk mengakses kanal nasional yang telah disediakan. Berbeda dengan koran atau internet yang harus mengeluarkan uang ketika kita akan menikmatinya.

4. Televisi adalah media yang luas jangkauannya. Semua kalangan hingga ke pelosok negeri telah mengenal media televisi ini dalam kehidupan sehari-harinya.
5. Televisi tak hanya mampu menyalurkan informasi saja sebagai fungsi media, akan tetapi televisi mempunyai kemampuan lebih untuk menyajikan acara hiburan dibandingkan dengan media yang lainnya.<http://irfanjurnalists.blogspot.com/2013/05/fungsi-televisi.html>

Menurut Frank Jefkins (Jefkins, 2003: 105, dalam Wulandari, 2009 : 42), televisi memiliki sejumlah karakteristik khusus dan program acara, yaitu :

- a. Selain menghasilkan suara, televisi juga menghasilkan gerakan, visi dan warna.
- b. Pembuatan program televisi lebih mahal dan lama.
- c. Karena mengandalkan tayangan secara visual, maka segala sesuatu yang tampak haruslah dibuat semenarik mungkin.

Sedangkan program acara televisi, terdiri dari :

- a. Buletin berita nasional, seperti siaran berita atau buletin berita regional yang dihasilkan oleh stasiun-stasiun televisi swasta lokal.
- b. Liputan-liputan khusus yang membahas berbagai masalah aktual lebih mendalam.
- c. Program-program acara olahraga, baik olahraga di dalam ataupun di luar ruangan, yang disiarkan langsung atau tidak langsung baik dalam atau luar negeri.

- d. Program acara mengenai topik khusus yang bersifat informatif, seperti acara memasak, berkebun, dan acara kuis.
- e. Acara drama, seperti sinetron, sandiwara, komedi, film, dan lain sebagainya.
- f. Acara musik, seperti konser musik pop, rock, dangdut, klasik, dan lain-lain sebagainya.
- g. Acara keagamaan, seperti siraman rohani, acara ramadhan, acara natal, dan lain-lain.
- h. Acara anak, seperti film kartun dan animasi.
- i. Program acara yang membahas tentang ilmu pengetahuan dan pendidikan.
- j. Acara bincang-bincang yang biasa disebut *talkshow*.

Fungsi Televisi adalah memberikan informasi, mendidik dan menghibur. Tetapi fungsi menghibur lebih dominan pada media televisi pada umumnya. Tujuan utama khhalayak menonton televisi adalah untuk memperoleh hiburan, selanjutnya untuk memperoleh informasi.

Tiga pokok fungsi televisi, yaitu:

- a. Fungsi Penerangan (*The Information Function*)

Televisi merupakan media yang mampu menyiarkan informasi yang amat memuaskan. Hal ini disebabkan dua faktor yang terdapat di dalamnya yaitu: *immediacy* dan *realism*. *Immediacy* mencakup pengertian langsung dan dekat. Peristiwa yang disiarkan oleh stasiun televisi dapat dilihat dan didengar oleh permirsa pada saat peristiwa itu

berlangsung, seolah-olah mereka berada di tempat peristiwa itu terjadi. Sedangkan *Realism* mengandung makna kenyataan, dimana televisi menyiarkan informasi audio visual sesuai fakta.

b. Fungsi pendidikan (*The Educational Function*)

Sebagai media massa, televisi merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan acara pendidikan kepada khlayak yang jumlahnya begitu banyak secara *stimultan*. Sesuai dengan makna pendidikan, yakni pengetahuan dan penalaran masyarakat, televisi menyiarkan acara-acara tertentu secara *implicit* mengandung pendidikan seperti film, kuis, dan sebagainya yang disebut Education Television (ETV) , yaitu acara pendidikan disisipkan dalam siaran yang bersifat umum. Karena keampuannya, maka fungsi pendidikan yang dikandung televisi ditingkatkan lagi, sehingga dinamakan saran pendidikan jarak jauh yang disebut Instruction Television.

c. Fungsi Hiburan (*The Entertainment Function*)

Fungsi hiburan yang melekat pada televisi siaran sangat dominan. Sebagian besar dari alokasi waktu masa siaran diisi oleh acara-acara hiburan. Hal ini dapat dimengerti karena pada layar televisi dapat ditampilkan gambar hidup serta suara bagaikan kenyataan, dan dapat dinikmati sekalipun khalayak yang tidak mengerti bahasa asing, bahkan tuna wicara. (Onong, 2002, dalam Victorius, 2012: 17)

5. Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut proses sensoris. Namun proses itu tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Karena itu proses persepsi tidak lepas dari proses penginderaan, dan proses penginderaan merupakan proses pendahulu dari proses persepsi. Proses penginderaan akan berlangsung setiap saat, pada waktu individu menerima stimulus melalui alat indera, yaitu melalui mata sebagai alat penglihatan, telinga sebagai alat pendengar, hidung sebagai alat pembauan, lidah sebagai alat pengecap, kulit pada telapak tangan sebagai alat perabaan; yang kesemuanya merupakan alat indera yang digunakan untuk menerima stimulus dari luar individu. Stimulus yang diindra itu kemudian oleh individu diorganisasikan dan diinterpretasikan, sehingga individu menyadari, mengerti tentang apa yang di indera, dan proses ini disebut persepsi. (Bimo Walgito, 2010: 99-100)

a. Jenis-jenis Persepsi

Jenis-jenis persepsi pada manusia sebenarnya terbagi dua, yaitu persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia (persepsi sosial), dan menurut Mulyana kedua persepsi tersebut mempunyai perbedaan, perbedaan tersebut mencakup (Mulyana, 2001: 171-172, dalam Visca Henfutani, 2013: 27).

1) Persepsi terhadap objek (lingkungan Fisik)

Persepsi fisik merupakan proses penafsiran terhadap objek-objek tidak beryawa yang ada di sekitar lingkungan kita.

Dalam program acara talkshow "Show Imah" persepsi lingkungan fisik terhadap objek dapat dilihat dari segi kualitas program acaranya meliputi tema/materi acara, waktu penayangannya dan setting acara.

2) Persepsi terhadap manusia (Lingkungan Sosial)

Persepsi sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Oleh karena itu manusia bersifat emosional, sehingga penilaian terhadap orang akan mengandung resiko. Persepsi saya terhadap anda mempengaruhi persepsi anda terhadap saya, dan gilirannya persepsi anda terhadap saya juga mempengaruhi persepsi saya terhadap anda. Setiap orang memiliki gambaran yang berbeda mengenai realitas disekelilingnya. Karena setiap orang mempunyai persepsi berbeda terhadap lingkungan sosialnya.

Dalam program acara talkshow "Show Imah" persepsi terhadap manusia atau lingkungan sosial yaitu persepsi mengenai pembawa acara dalam program acara Talkshow " Show Imah " di Trans TV.

b. Proses Terjadinya Persepsi

Dengan demikian dapat dijelaskan terjadinya proses persepsi sebagai berikut :

Objek menimbulkan stimulus dan stimulus mengenai alat indera atau reseptor. Proses ini dinamakan proses kealaman (fisik). Stimulus yang diterima oleh alat indera dilanjutkan oleh syaraf sensoris ke otak. Proses ini dinamakan proses fisiologis. Kemudian terjadilah suatu proses di otak, sehingga individu dapat menyadari apa yang ia terima dengan reseptor itu, sebagai suatu akibat dari stimulus yang diterimanya. Proses yang terjadi dalam otak atau pusat kesadaran itulah yang dinamakan proses psikologis. Dengan demikian taraf terakhir dari proses persepsi ialah individu menyadari tentang apa yang diterima melalui alat indera atau reseptor (Bimo Walgito, 1997: 54).

c. Faktor-Faktor Yang Berperan Dalam Persepsi

Persepsi yang dilakukan masing-masing individu tentunya berbeda-beda, dengan demikian dapat dikemukakan bahwa stimulus merupakan salah satu faktor yang berperan dalam persepsi. Berkaitan dengan beberapa faktor-faktor yang berperan dalam persepsi yaitu:

1) Objek yang dipersepsi

Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangkutan yang langsung mengenai syaraf penerima yang

bekerja sebagai reseptor. Namun sebagian besar stimulus datang dari luar individu.

2) Alat indera, syaraf, dan pusat susunan syaraf

Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus. Di samping itu juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan syaraf motoris.

3) Perhatian

Untuk menyadari atau untuk mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, yaitu merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktifitas individu yang ditunjukkan kepada sesuatu atau sekumpulan objek.

Dari hal-hal tersebut dapat dikemukakan bahwa untuk mengadakan persepsi adanya beberapa faktor yang berperan, yang merupakan syarat agar terjadinya persepsi, yaitu (1) objek atau stimulus yang dipersepsi; (2) alat indera dan syaraf-syaraf serta pusat susunan syaraf, yang merupakan syaraf fisiologis; (3) perhatian, yang merupakan syarat psikologis. (Bimo Walgito, 2010: 101)

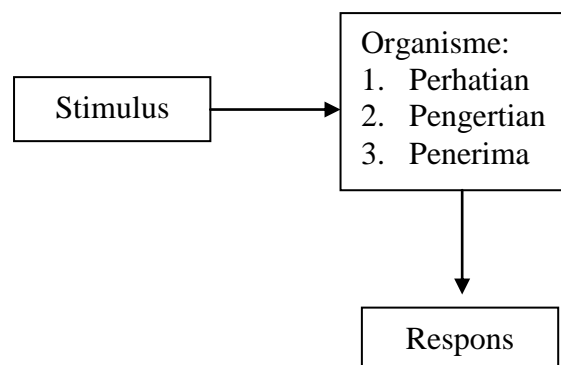
6. Teori S – O – R

S – O – R adalah singkatan dari Stimulus-Organism-Response. Menurut teori ini, organism menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu. Maksudnya adalah keadaan internal organism berfungsi menghasilkan respon tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu pula.

Prof. Dr. Mar'at (Effendy, 2002 : 253), dalam bukunya “ Sikap Manusia, Perubahan, serta Pengukurannya” mengutip pendapat Hovland, Jains dan Kelly yang mengatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru, ada tiga variable penting, yaitu :

- a. Perhatian
- b. Pengertian
- c. Penerima

Dari Uraian diatas, maka proses komunikasi S-O-R dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Teori S – O – R

(Effendy, 2002: 253)

Dalam hal ini kerangka teori S – O – R dengan program acarataalkshow“ Show Imah “juga dapat di jelaskan bahwa:

1. Stimulus (Pesan)

Diartikan sebagai suatu rangsangan atau sumber informasi. Stimulus yang dimaksud adalah program acara talkshow “ Show Imah “ di Trans Tv yang berfungsi sebagai media yaang memberikan informasi kepada khalayak.

2. Organisme (komunikaan)

Diartikan Sebagai komunikan yang menerima pesan. Yang menjadi sasaran adalah pemirsa acara talkshow “ Show Imah “ di Trans Tv, yang dimana dalam penelitian ini merupakan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UMS angkatan 2010.

3. Respon (Efek)

Respon disini adalah tanggapan individu atau khalayak terhadap suatu hal. Dalam menanggapi pesan yang diterimakhalayak, reaksi yang ditunjukkan terhadap stimulus sehingga seseorang dapat mempekirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan,yang kemudian di terima dan diolah sehigga membuat mereka dapat berpersepsi atas stimulus yang diterima.

G. Kerangka Konsep

Kerangka adalah hasil pemikiran yang rasional merupakan uraian yang bersifat kritis dan memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang dicapai dan dapat mengantarkan pada rumusan hipotesa (Nawawi, 1995: 40, dalam wulandari, 2009:19). Konsep adalah penggambaran secara tepat fenomena yang hendak diteliti yaitu istilah dan definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, keadaan, kelompok, atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial (Singarimbun, 1995: 57, dalam wulandari, 2009 : 19).

Berkaitan dengan jenis-jenis persepsi yang terdiri dari dimensi terhadap manusia dan dimensi terhadap objek, peneliti mengelompokkan indikator-indikator yang akan diuji dalam penelitian ke dalam 4 dimensi yaitu dimensi pembawa acara, tema/materi acara, waktu penyayangan dan setting acara. Pembatasan konsep dalam penelitian ini tidak saja untuk menghindari salah maksud dalam memahami konsep penelitian dalam membatasi penelitian, tetapi batasan konsep diperlukan dalam menjabarkan variabel penelitian maupun indikator penelitian.

H. Definisi Konseptual

Berdasarkan teori dan kerangka konsep di atas, mengenai persepsi mahasiswa tentang program acara talkshow “ Show Imah “ di Trans TV, maka yang akan diukur adalah :

Tabel 1 Definisi Konseptual

Variabel	Dimensi	Indikator
Persepsi Terhadap manusia	Pembawa Acara	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penampilan Soimah Pancawati dalam membawakan program acara talkshow "Show Imah" di Trans TV sangat menarik. 2. Penampilan Soimah Pancawati dengan menggunakan gaya Bahasa Indonesia dan Bahasa Jawa dalam membawakan acara talkshow "Show Imah" di Trans TV menambah menarik suasana. 3. Cara berpakaian Soimah Pancawati yang menggunakan pakaian tradisional Jawa dalam membawakan program acara talkshow "Show Imah" di Trans Tv sudah menarik. 4. Gerak tubuh Soimah Pancawati dalam membuka acara talkshow "Show Imah" di Trans TV menambah menarik suasana. 5. Ekpresi wajah Soimah Pancawati dalam membawakan program acara talkshow "Show Imah" di trans TV sudah menarik. 6. Soimah Pancawati dalam membawakan program acara talkshow "Show Imah" di Trans TV sangat spontan. 7. Soimah Pancawati memiliki jenis suara yang khas dalam membawakan program acara talkshow "Show Imah" di Trans TV. 8. Program acara Talkshow "Show Imah" di Trans TV sudah efektif menggunakan Soimah Pancawati selaku pembawa acara.

		<p>9. Cara penyampaian materi acara oleh Soimah Pancawati selaku pembawa acara talkshow "Show Imah" di Trans TV sudah menarik.</p> <p>10. Kehadiran Deswita, Ceisar dan Wendy Cagur dalam membawakan acara talkshow "Show Imah" di Trans TV menambah menarik suasana.</p>
Variabel	Dimensi	Indikator
Persepsi Terhadap objek	Tema/materi acara	<p>11. Tema yang disampaikan dalam program acara talkshow "Show Imah" di Trans TV sangat beragam.</p> <p>12. Tema yang disampaikan dalam program acara talkshow "Show Imah" di Trans TV berdasarkan masalah yang sedang hangat di masyarakat.</p> <p>13. Tema yang disampaikan oleh Soimah Pancawati dalam program acara talkshow "Show Imah" di Trans TV sangat menghibur.</p> <p>14. Tema yang disampaikan dalam program acara talkshow "Show Imah" di Trans TV dapat menarik simpati anda .</p>
	Waktu Penayangan	<p>15. Penempatan jam tayang program acara talkshow "Show Imah" di Trans TV yakni pada pukul 15.30 WIB cukup efektif.</p> <p>16. Durasi yang disediakan dalam program acara talkshow "Show Imah" di Trans TV sudah proporsial dengan isi acara.</p> <p>17. Hari penayangan program acara talkshow "Show Imah" setiap hari Senin – Jumat di Trans TV sudah sesuai.</p> <p>18. Penempatan jam tayang sore hari dinilai sangat cocok dengan pemirsa.</p>

	Setting Acara	<p>19. Tata panggung dalam program acara talkshow "Show Imah" di Trans TV sudah menarik.</p> <p>20. Backgroud yang digunakan dalam acara talkshow "Show Imah" di Trans TV sudah menarik.</p> <p>21. Backsound yang digunakan dalam acara talkshow "Show Imah" di Trans TV membuat penonton merasa lebih menikmati acara tersebut.</p>
--	---------------	---

I. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjabaran lebih lanjut tentang konsep yang dikelompokkan dalam kerangka konsep. Definisi operasional adalah suatu petunjuk pelaksanaan mengenai cara-cara untuk mengukur variabel-variabel.

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah :

- a. Pembawa acara: Untuk mengetahui bagaimana penampilan dan kemampuan pembawa acara dalam membawakan program acara talkshow "Show Imah" di Trans TV.
- b. Tema/Materi Acara: Untuk mengetahui apakah tema acara yang disampaikan dalam acara talkshow "Show Imah" di Trans TV dapat menghibur dan dipahami dengan baik atau tidak oleh para responden.
- c. Waktu Penayangan: Waktu penayangan program acara talkshow "Show Imah" di Trans TV yaitu setiap hari Senin – Jumat pukul 15.30 WIB
- d. Setting Acara: Untuk mengetahui setting acara meliputi backsound, backgroud dan tata panggung.

J. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2009:11), menyatakan bahwa:“Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain”.Metode ini merupakan metode yang paling tepat dalam penelitian mengenai persepsi mahasiswa karena format deskriptif yang digunakan untuk penelitian kuantitatif yang tidak menguji hubungan sebab akibat antara variabel yang ada. Dalam penelitian ini peneliti tidak akan menguji hubungan sebab akibat antar variabel, melainkan menggambarkan situasi yang terjadi dan menjabarkan.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam Penelitian ini penulis memilih tempat di Universitas Muhammadiyah Surakarta jurusan Ilmu Komunikasi. Alasan penulis memilih tempat penelitian tersebut karena, penulis merasa bahwa Universitas Muhammadiyah Surakarta sangat baik untuk dijadikan perwakilan responden mahasiswa dari universitas yang lain.Selain itu penulis juga mempertimbangkan kemudahan dalam pencarian data dan efisien waktu. Dalam hal ini penulis juga merasa cukup familiar dengan lokasi penelitian, sehingga diharapkan dapat mempermudah dan

memaksimalkan ketika penulis melakukan penelitian di tempat tersebut.

Penelitian ini akan dilakukan pada bulan Oktober 2013.

3. Populasi, Sampel, dan Sampling

a. Populasi

Dalam penelitian ini penulis mengambil populasi dari mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta jurusan Komunikasi angkatan 2010. Jumlah populasi berdasarkan data BAA (Biro Adminitrasi Akademik) untuk tgl 7 Januari 2013 mahasiswa angkatan 2010 Jurusan Ilmu Komunikasi UMS adalah 148 mahasiswa.

b. Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang akan diteliti dan dianggap dapat menggambarkan populasi (Bulaeng, 2004 : 156). Berdasarkan data yang diperoleh maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sample menurut rumus Taro Yamane dengan presisi 10 % dengan tingkat kepercayaan 90% yakni sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Dimana :

n = Jumlah Sample

N = Jumlah populasi yang diketahui

e = Presisi (Digunakan 10% atau 0,1)

Berdasarkan data yang ada, maka penelitian ini memerlukan sampel sebanyak :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{Nd^2 + 1} \\
 &= \frac{148}{\{ 148 * (0,10)^2 \} + 1} \\
 &= \frac{148}{\{ 148 * (0,01) + 1} \\
 &= \frac{148}{1,48 + 1} \\
 &= \frac{148}{2,48} = 59,6 \\
 &= 59,6 \text{ sampel dibulatkan menjadi } 60.
 \end{aligned}$$

Jadi jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian sebanyak 60 mahasiswa.

c. Sampling

Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik *random sampling*. Dalam *random sampling* setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel (Arikunto, 2006: 106). Alasan penulis memilih teknik *random sampling* dalam pengambilan sampel dikarenakan wilayah penelitian yang dilakukan penulis di Universitas Muhammadiyah Surakarta jurusan ilmu komunikasi angkatan 2010 yang masih aktif kuliah.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini menggunakan sumber data sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari sumber data (Arikunto, 2006: 103). Dalam hal ini data yang digunakan dalam penelitian ini di kumpulkan melalui alat pengumpul data yaitu mengenai data dari persepsi mahasiswa melalui kuesioner.

Dalam penelitian ini untuk pengukuran variabel persepsi menggunakan skala *Likert*. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, (Sugiyono, 2006 : 86). Skala ini digunakan untuk mengukur respons subyek ke dalam 4(empat) poin yang merupakan skala jenis ordinal, yang dikategorikan sebagai berikut :

Tabel 2. Kategori dan Skor Jawaban Responden.

No	Jawaban	Kategori	Skor
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	TS	Tidak Setuju	2
4	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Angket yang digunakan merupakan jenis pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan yang biasanya dapat dijawab dengan jawaban ya atau tidak, atau dijawab dengan satu atau dua kata.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang bersumber dari arsip atau dokumentasi, maupun penelitian/ catatan orang lain yang terdokumentasi (Arikunto, 2006: 105). Data sekunder yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dokumentasi data yang didapat dari BAU (Biro Akademik Umum) Universitas Muhammadiyah Surakarta dan melalui sumber bacaan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

5. Teknik Analisis Data

a. Analisis Univariat

Analisis Univariat adalah analisis terhadap satu variabel. Jenis analisis ini dilakukan untuk riset deskriptif dan menggunakan statistik deskriptif. Hasil perhitungan statistik deskriptif ini bisa merupakan dasar bagi perhitungan analisis berikutnya, dan dalam penelitian ini peneliti hanya menganalisis satu variabel yaitu variabel persepsi (Kriyantono, 2007: 166, dalam Henfutani, 2013: 44-45).

Analisis ini dilakukan untuk memperoleh gambaran secara deskriptif, bagaimana tanggapan dan jawaban responden terhadap tiap-tiap indikator. Dalam hal ini peneliti ingin melihat kecenderungan jawaban responden apakah positif atau negatif terhadap indikator-indikator yang mengukur variabel tentang program acara talkshow "Show Imah" di Trans TV.

6. Teknik Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Validitas

Uji Validitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Menurut Arikunto (2010: 117) validitas dalam penelitian ini dijelaskan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang ini atau arti sebenarnya yang diukur.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis faktor. Henfutani,visca menyatakan bahwa Analisis faktor merupakan suatu teknik statistik untuk mengidentifikasi jumlah faktor yang relatif kecil yang dapat digunakan untuk menggambarkan hubungan antara variabel yang saling berhubungan. Analisis faktor menghasilkan suatu tabel dimana baris adalah variabel indikator mentah yang diamati dan kolom adalah faktor atau variabel tersembunyi yang menjelaskan sebanyak mungkin perbedaan di dalam variabel.

Teknik analisis faktor ini digunakan untuk mengkonfirmasi penelitian yang bersifat diskriptif. Dalam penelitian ini, masing-masing dimensi diuji satu persatu dengan menggunakan teknik analisis faktor sehingga akan diperoleh nilai Kaiser – Mayer – Olkin (KMO), yaitu uji statistik yang digunakan untuk menunjukkan ketepatan analisis faktor terhadap variabel-variabel yang diukur. Nilai KMO > 0,5 dengan nilai signifikan <0,05 maka variabel tersebut dapat diukur dengan menggunakan teknik analisis faktor , analisis untuk mengetahui

apakah indikator yang dibuat memang berada pada satu kelompok dengan indikator lainnya yang masih dalam satu variabel. Dalam menghitung dan menguji validitas dalam penelitian ini penulis akan menggunakan *software SPSS for Windows*.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah pengujian alat ukur yang bertujuan untuk melihat stabilitas dan konsistensi dari suatu operasional. Suatu alat ukur dikatakan reliabel jika kita selalu mendapatkan hasil yang sama/konsisten. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Alpha Cronbach (Arikunto, 2010: 119).

$$r_{tt} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \left(\frac{\sum \sigma a^2}{\sigma^2} \right) \right]$$

r_{tt} : Reliabilitas instrumen

σ^2 : Varian butir

$\sum \sigma a^2$: Varian total

k : Banyaknya butir pertanyaan atau Σ soal

Kriteria keputusan reliabel tidaknya kuesioner dinyatakan apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5% sehingga kuesioner dikatakan reliabel.