

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu bentuk media massa yang sudah sangat lekat dengan khalayak Indonesia yaitu media massa televisi. Televisi mempunyai sifat transitory yaitu meneruskan isi pesan bersifat dinamis (audiovisual gerak sinkron). Televisi juga merupakan media jaringan komunikasi massa yakni berlangsung satu arah, komunikator berlembaga, pesannya bersifat umum, dan sasarannya menimbulkan keserempakan serta sifat komunikasinya yang heterogen (Effendy, 2003 : 21).

Media televisi merupakan salah satu media komunikasi massa. Semua media pada umumnya merupakan sebuah media komunikasi massa dengan menyebarkan informasi kepada khalayak. Seseorang bisa saja mendapatkan segala macam informasi bahkan mendapat pengalaman baru dari media massa seperti yang dikatakan oleh Vivian (2002, 2).

Perkembangan teknologinya yang begitu cepat dan penayangannya mempunyai jangkauan yang relatif tidak terbatas, televisi dapat menarik simpatik dari kalangan masyarakat luas (Darwanto, 2007: 22).

Dewasa ini dunia pertelevisian Indonesia merupakan salah satu media yang paling dipercaya oleh kalangan masyarakat dan merupakan

sumber informasi yang paling aktual. Televisi memiliki unsur-unsur yang menjadi daya tariknya dibanding dengan media massa lainnya. Unsur-unsur tersebut yaitu audio visual, berupa gambar hidup yang mampu menimbulkan kesan mendalam kepada pemirsanya. Keberadaan televisi karenanya dinilai paling efektif saat ini dengan sifat audio-visualnya yang tidak dimiliki media massa lain. Dunia pertelevisian tidak dapat lepas dari kehidupan sehari-hari manusia, oleh karena itu banyak stasiun televisi yang memberikan masyarakat program acara yang beragam.

Program acara tayangan televisi tentu terdapat proses transmisi pesan dari komunikator kepada audiensnya. Pesan yang disampaikan melalui program acara atau tayangan televisi mengandung *value* atau nilai didalamnya, nilai inilah yang stasiun televisi selaku komunikator berusaha untuk dapat menyampaikan kepada audiens atau komunikannya. Pesan ini bertujuan atau berfungsi dalam memberikan informasi, pendidikan, mempersuasi serta menyenangkan dan memuaskan kebutuhan khalayaknya (Hidayat, 2007:65)

Di Indonesia terdapat banyak sekali stasiun televisi yang menayangkan berbagai *genre* atau jenis acara. Jenis acara televisi yang kini marak menjadi konsumsi masyarakat adalah acara musik, *reality show*, sinetron, *talk show*, berita dan komedi.

Sejalan dengan ketatnya persaingan dunia televisi swasta Indonesia dalam memperebutkan penonton, maka pengelola stasiun televisi berusaha sekreatif mungkin untuk menyajikan tontonan yang sekiranya dapat

menarik perhatian pemirsa. Persaingan di kalangan industri televisi mulai terlihat dalam perang program demi mencapai rating agar program acara yang ditayangkan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan pertelevisian, dikarenakan tingginya rating suatu program menentukan jumlah iklan yang masuk, semaki banyak iklan, semakin banyak pula keuntungan atau laba yang diperoleh media tersebut. Dalam hal ini stasiun televisi berlomba-lomba untuk memberikan program-program baru dan memikirkan konsep program acara dengan cerita yang sekreatif mungkin sesuai dengan *trend* program yang berlangsung, salah satunya adalah sinetron.

Sinetron (sinema elektronik) adalah istilah untuk program drama bersambung produksi Indonesia yang disiarkan oleh stasiun televisi di Indonesia. Sinetron berbeda dengan film, dimana sinetron membutuhkan beberapa seri atau episode untuk sampai pada akhir cerita, sedangkan film hanya membutuhkan kurang lebih 2 jam untuk sampai pada akhir cerita. Sinetron pada umumnya bercerita tentang kehidupan manusia sehari-hari yang diwarnai konflik berkepanjangan. Seperti layaknya drama atau sandiwara, sinetron diawali dengan perkenalan tokoh-tokoh yang memiliki karakter yang khas satu sama lain. Berbagai karakter yang berbeda tersebut 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 skenario.

Kehadiran sinetron membuat khalayak tidak merasa kesepian dengan waktu luang di luar jam kerja mereka dan mereka juga dapat menikmati waktu senggang mereka bersama keluarga secara hemat dan sehat. Oleh karena itu banyak stasiun televisi kini berlomba-lomba untuk menggarap sinetron semenarik mungkin agar dapat diminati oleh khalayak serta mendapat rating yang tinggi. Jika melihat kondisi sekarang ini, program acara televisi yang mendapat rating tinggi kebanyakan adalah program yang mengandung unsur hiburan di dalamnya termasuk sinetron. Walau kadang program acara tersebut kurang mengandung unsur yang mendidik. Salah satu stasiun televisi swasta di Indonesia yang sekarang ikut bersaing dengan tayangan-tayangan sinetronnya adalah SCTV. SCTV merupakan salah satu stasiun swasta yang tergabung dalam satu manajemen dengan Indosiar yaitu PT. Surya Citra Media, Tbk.

Dari sekian banyak program acara yang tayang di televisi, sinetron "*Orang ketiga*" merupakan salah satu serial yang sangat diminati oleh khalayak, selain itu sinetron ini cukup unik dibanding sinetron lainnya yang bertemakan percintaan anak remaja. Selain itu, alasan peneliti memilih sinetron tersebut, karena tema yang diusung sinetron tersebut adalah tema yang sedang banyak dibicarakan dan dalam sinetron tersebut mempunyai sisi pandang berbeda terhadap pelakor (<https://hype.idntimes.com/entertainment/sita-amalia/5-alasan-sinetron-orangketiga-hits-abis-bikin-baper-parah-1/full>), namun dibalik itu tayangan sinetron tersebut menayangkan adegan – adegan yang rentan ditirukan sehingga dapat berdampak buruk bagi pemirsanya, seperti

adegan perselingkuhan dan pertengkaran rumah tangga. “*Orang ketiga*” pada tanggal 14 februari 2018 telah memasuki episode ke 50 dan mendapatkan TVR/share sebesar 5,0/22,7% menjadikan program sinetron ini menjadi peringkat satu acara TV paling banyak ditonton (<http://showbiz.liputan6.com/read/3290119/orang-ketiga-melesat-ke-peringkat-satu-bola-indosiar-buat-rating-dua-sinetron-sctv-turun>). “*Orang ketiga*” adalah salah satu sinetron yang menyajikan alur cerita berisi tentang perselingkuhan dalam rumah tangga. Di dalam cerita “*Orang Ketiga*” banyak sekali kisah tentang permasalahan dalam berumah tangga. Banyak sekali kisah yang sebenarnya nyata yang terjadi di kalangan rumah tangga saat ini yang diceritakan di sinetron “*Orang Ketiga*”. Sinetron “*Orang Ketiga*” tayang setiap hari pukul 21.30 WIB di SCTV.

“*Orang Ketiga*” bercerita tentang rumah tangga yang harmonis tetapi tiba – tiba menjadi miris karena adanya *pelakor* didalam rumah tangga itu. *Pelakor* yang berasal singkatan dari Perebut Laki Orang itu menjadi trend sebagai julukan untuk perempuan yang merebut suami orang lain, *pelakor* adalah istilah lain dari orang ketiga. *Pelakor* di sinetron “*Orang Ketiga*” bernama Yuni yang diperankan oleh Marshanda.

Tampil sebagai pasangan utama adalah aktor dan aktris terkenal, Marshanda dan Rionaldo Stockhorst. Dua nama ini sudah sangat dikenal dari dulu dan sudah banyak penggemar di sosial media dan di masyarakat sekitar. Dalam sinetron “*Orang Ketiga*” menyajikan beberapa adegan yang dinilai negative khususnya untuk para perempuan yang *single parent* (janda).

Sinetron “*Orang Ketiga*” ini menuai banyak pro dan kontra khususnya untuk ibu – ibu rumah tangga. Ada yang mengatakan sinetron ini menjadi motivasi bagus agar para ibu rumah tangga di Surabaya berahati - hati dalam menjaga suaminya dari perempuan *pelakor* dan juga karena pemainnya yang terkenal bagus dalam berakting, seperti contohnya seperti komentar netizen ini @laracassandra: "Wah pemain2nyaa yg aku sukaa smuaa..." dan @sriangraeni19: "Mantap gasabar hahaha." (<http://style.tribunnews.com/2017/12/28/belum-tayang-di-tv-sinetron-orang-ketiga-jadi-pro-kontra-rip-kpi?page=all>. diakses pada 12 Maret 2018 pukul 14.30 WIB), dari 2 komentar tersebut para penonton tidak sabar menanti sinetron *Orang Ketiga*.

Selain itu ada juga yang kontra dengan sinetron “*Orang Ketiga*” ini. Sinetron *Orang Ketiga* yang ditayangkan di SCTV menuai banyak komentar dari netizen seiring dengan iklan sinetron tersebut di televisi. Bagi yang kontra, ada yang mengatakan bahwa acara ini dianggap memberi contoh yang kurang bagus hingga Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sudah jadi incaran.

@eni_liana7: "Ini apalagi, secara gak langsung ngajarin banyak orang, RIP KPI kalau bakal diijinin tayang!"

@nellaramadany: "Nj*r mentang2 lagi hitz pelakor"

(<http://style.tribunnews.com/2017/12/28/belum-tayang-di-tv-sinetron-orang-ketiga-jadi-pro-kontra-rip-kpi?page=all>. diakses pada 11 April 2018 pukul 17.30 WIB)

Cerita *Orang Ketiga* adalah kisah perempuan janda yang menggoda suami dari perempuan yang bernama Afifah yang di perankan oleh aktris terkenal yaitu Nasyila Mirdad yang sudah mengaggapnya sahabat baiknya sendiri merupakan perbuatan yang kurang baik, karena disitu menampilkan bahwa seorang janda adalah *pelakor*. Dan pada akhirnya para kaum hawa menyimpulkan mayoritas janda adalah pelakor. Seperti halnya Marshanda yang memerankan pelakor di sinetron “Orang Ketiga” yang memang berstatus janda mendapat hujatan oleh para netizen khususnya para ibu rumah tangga. Seperti yang ada di sosial media Instagram akun @orangke_tiga banyak sekali komentar – komentar para netizen yang membully Yuni si pelakor yang diperankan oleh Marshanda. Dan pada akun Instagram Marshanda sendiri pun juga penuh dengan netizen yang membullynya dengan sebutan “janda si pelakor” (<https://www.kapanlagi.com/showbiz/selebri/curhatan-marshanda-dikritik-haters-karena-jadi-pelakor-di-orang-ketiga-680273.html> - diakses pada 11 April 2018 pukul 17.30 WIB).

Sinetron yang saat ini digandrungi oleh para wanita yang khususnya ibu – ibu rumah tangga, “*Orang Ketiga*” mulai menuai sejumlah prokontroversi. Pasalnya, sinetron yang dibintangi Marshanda, Ronaldo Stockhorst, dan Nasyila Mirdad ini merupakan diambil dari kisah nyata yang banyak dialami oleh para kaum wanita yang sudah berumah tangga yang akhirnya rumah tangga mereka hancur karena datangnya orang ketiga. Pada sinetron “Orang Ketiga” membuat para ibu –

ibu rumah tangga yang baper untuk menontonnya dan membuat para ibu – ibu semakin berhati – hati dalam menjaga rumah tangganya.

Selain itu pada tayangan sinetron “*Orang Ketiga*” tanggal 8 Maret 2018 pukul 21.30 WIB terdapat adegan orang tua Afifah yang marah dengan orang tua Yuni yang karena ibu Afifah tidak ingin melihat rumah tangga anaknya hancur. Pada akun @orangke_tiga diupload potongan video sinetron orang ketiga dengan adegan ibu Afifah sedang memarahi ibu Yuni karena orang tua Afifah yang berusaha mempertahankan rumah tangga anaknya, banyak netizen yang bermunculan yang berkomentar mendukung ibu Afifah. Dilihat pada komentar netizen pada akun @riyantigun1872 “*Bu riris kan selalu membela mantu dan anaknya, jadi wajar dong*”. Dan komentar akun @giohelen yang berkomentar “*Bu Laras ngacaaa Buu ngacaa. Yeah I love bu Riris yang di omongin judes tapi kenyataan*”. Pada komentar dua akun tersebut menunjukkan bahwa ibu rumah tangga menyetujui mempertahankan rumah tangganya dan membasmi para orang ketiga atau *pelakor*.

Masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah persepsi Ibu rumah tangga Surabaya tentang sinetron “*Orang Ketiga*”. Setelah adanya penayangan sinetron tersebut di televisi. Persepsi Ibu rumah tangga tentang sinetron “*Orang Ketiga*”, diukur dari tiga komponen persepsi yakni diperoleh melalui alat – alat indera, (yaitu peraba, penglihatan, pendengaran, dan pengecapan), atensi dan interpretasi.

Sesuai dengan uraian yang ada diatas dipilihnya sinetron “*Orang Ketiga*” karena banyak ditonton oleh ibu rumah tangga dengan mendapatkan rating yang tinggi. Dalam sinetron ini memberikan pesan tersendiri dikarenakan tema yang diusung sangat dekat dengan permasalahan yang sedang ramai saat ini yaitu adanya orang ketiga atau pelakor dalam sebuah rumah tangga.

Subjek dalam penelitian ini adalah Ibu rumah tangga Surabaya yang mengikuti sinetron *Orang Ketiga*. Dipilihnya Ibu rumah tangga Surabaya yang berusia lebih dari 25 tahun sebagai informan karena pada usia ini ibu rumah tangga yang dinilai memiliki kemampuan berfikir lebih sempurna.

Teori yang digunakan adalah Perbedaan Individu (*Individual difference*), dimana setiap individu dalam hal ini ibu rumah tangga sebagai sasaran media massa akan memberikan respon tertentu sesuai dengan tatanan psikologisnya sehingga respon yang diberikan terhadap sinetron *Orang Ketiga* tidak seragam, berbeda sesuai dengan psikologi dan lingkungan yang membentuk pola pikirnya. Kedua Teori ini dianggap paling cocok karena tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui persepsi ibu rumah tangga terhadap tayangan sinetron “*Orang Ketiga*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian Latar Belakang Masalah, diatas maka dirumuskan masalah sebagai berikut “Bagaimana Persepsi Ibu Rumah Tangga Surabaya Terhadap Sinetron *Orang Ketiga* di SCTV?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan “Bagaimana Persepsi Ibu Rumah Tangga Surabaya Terhadap Sinetron *Orang Ketiga* di SCTV”

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini secara umum dapat memberikan referensi bagi perkembangan ilmu komunikasi dan manfaat dalam penelitian ini yaitu dapat mengkaji persepsi ibu rumah tangga Surabaya terhadap tayangan *Orang Ketiga* di SCTV, yang dapat memberikan perkembangan pada media massa untuk menayangkan program acara khususnya di media televisi.

1.4.2 Manfaat Sosial

Saat ini kita juga harus sadar bagaimana peran media yang sangat berpengaruh dan berperan penting untuk masyarakat, dan terutama untuk ibu rumah tangga Surabaya agar lebih selektif dalam memilih tayangan di televisi. Penelitian ini dapat juga menambah literature dan referensi yang berguna sebagai dasar pemikiran bagi kemungkinan penelitian sejenis agar

bisa lebih baik di masa mendatang. Serta bermanfaat pula bagi pihak SCTV untuk lebih baik lagi dalam menayangkan sinetron tersebut.