

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk sosial yang membutuhkan komunikasi sebagai wadah untuk memperoleh informasi dan pengetahuan serta wadah untuk menyalurkan ide, emosi, keterampilan dan lain sebagainya. Melalui komunikasi, manusia dapat memecahkan dan menyelesaikan masalahnya. Dengan berkomunikasi manusia dapat menambah pengetahuan dan wawasannya. Jika kita berbicara mengenai media massa, tentu kita tidak boleh melupakan salah satu media yang sangat digemari oleh banyak orang. Media ini mengkombinasi unsur audio dan visual, sehingga efek dan dampak yang dihasilkan ke penggunaanya lebih dahsyat dibandingkan oleh efek yang dihasilkan oleh media lainnya. Media massa tersebut adalah televisi

Televisi merupakan salah satu media komunikasi yang sangat efektif untuk memberikan informasi dibandingkan dengan media lainnya. Kelebihan media televisi dalam menyampaikan pesan adalah pesan-pesan yang disampaikan melalui gambar dan suara secara bersamaan dan memberikan suasana hidup dan sangat mudah diterima oleh pemirsa. Bila dibandingkan dengan radio yang hanya didengar (audibel), televisi jelas mempunyai pengaruh yang lebih kuat dalam kapasitasnya tersebut, karena selain siaran dapat didengar (audibel) juga dapat dilihat (visibel). Siaran televisi juga memiliki sifat-sifat langsung, simultan, intim dan nyata (Mulyana, 1997:169).

Perkembangan televisi di Indonesia didahului oleh kuatnya posisi tayangan televisi sebagai media hiburan. Sebagai sarana hiburan, televisi menjadi sebuah bentuk kebudayaan tersendiri yang menghipnotis 100 juta lebih penonton Indonesia yang setia menyerap berbagai macam informasi dan hiburan. Banyak orang menghabiskan waktunya lebih lama di depan televisi dibandingkan dengan waktu yang digunakan untuk nggbrrol dengan keluarga atau pasangan mereka. Bagi banyak orang televisi adalah teman televisi menjadi cermin perilaku masyarakat dan televisive dapat menjadi candu. (Morrison, 2004 : 1). Televisi juga berupaya membuat acara yang lain atau menarik minat untuk ditonton oleh pemirsanya sehingga seringkali suatu program siaran diproduksi tanpa memperhitungkan kualitas siaran dan seringkali melanggar P3 dan SPS (Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran).

Sejak didirikannya stasiun televisi pertama di Indonesia, yaitu TVRI pada tahun 1962 sebagai salah satu stasiun televisi milik pemerintah, TVRI menjadi salah satu sarana komunikasi massa milik pemerintah yang terbaik pada saat itu. Kehadiran TVRI diatur dalam Kepres pasal 4 No. 215 tahun 1963 yang bertujuan sebagai alat hubungan masyarakat dalam melaksanakan pembangunan mental/spritual, fisik, bangsa dan negara, khususnya pembangunan manusia sosial Indonesia (Fahmi, 1997:49).

Pada tahun 1990 lahirlah RCTI sebagai stasiun televisi swasta pertama di Indonesia, televisi menjadi populer di mata khalayak. Kemudian disusul dengan lahirnya stasiun televisi swasta yang lain seperti SCTV, TPI pada tahun 1991, dan AN-TEVE dan INDOSIAR di tahun 1993. Tidak lama kemudian tahun 2000 hadir

kembali stasiun baru seperti TRANS TV, TV One, GLOBAL dan TRANS 7 dan METRO TV. Semakin lengkapnya industri pertelevisian di Indonesia tentu bertambah dan sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat.

Fenomena yang terjadi sekarang pada industri pertelevisian membawa konsekuensi pada pengelolaan stasiun televisi bersaing dengan ketat dalam salah satu program siaran televisi di segmen hiburan yang menarik untuk dicermati adalah kuis. Kuis adalah tontonan, permainan dengan berbagai tingkah pola manusia, program ini dapat menggugah emosi positif terhadap kehidupan rumah tangga dan sosial. Melalui kuis, penonton terhibur menyaksikan tingkah polah para pemain, di sini yang dinikmati bukanlah akting seperti dalam drama tetapi emosi dramatisnya. (Siregar, 2001 :113)

Program acara kuis di televisi memang menarik, selain bertabur hadiah, bagi peserta dan penonton, otak dan mentalpun terasah. Adapun program kuis yang bertemakan ilmu pengetahuan, kuis tentang musik, sampai program kuis yang dipandu dengan ketahanan fisik dan mental pesertanya. Program kuis yang baik adalah tidak hanya menghibur tetapi juga bisa mendidik peserta dan penontonnya.

Salah satunya adalah kuis kebangsaan yang ditayangkan di RCTI. Kuis Kebangsaan merupakan salah satu program acara televisi yang bergenre kuis interaktif yang menggali wawasan mengenai bangsa Indonesia. Kuis ini ditayangkan di RCTI secara langsung (*live*) setiap hari pada pukul 09.30 WIB dan pukul 17.00 WIB, berdurasi sekitar 3-4 menit dalam setiap tayangannya. Program Kuis Kebangsaan pertama kali ditayangkan di RCTI mulai tanggal 1 Oktober 2013. Dalam program kuis ini terdapat *host* yang cantik - cantik diantaranya

Tiffany Orié, Nycta Gina, Lolita Agustine, Amanda Zevanya, Pica Pricilla dan lain-lain. Selain itu juga ada satu sampai dua orang yang di undang untuk menemani *host* dan mempunyai tugas sebagai pembaca pertanyaan dan memberikan informasi tentang jawaban dari pertanyaan tersebut.

Prosedur mengikuti acara ini adalah peserta melakukan registrasi terlebih dahulu melalui website RCTI.TV/WINHT kemudian peserta mengisi identitasnya sesuai dengan form yang disediakan setelah itu peserta berhak mengikuti kuis secara interaktif pada waktu program tersebut tayang secara *live*. Sebelum acara kuis ini di mulai satu jam sebelumnya peserta kuis yang sudah mendaftar di hubungi operatornya sebagai langkah persiapan. (<http://rcti.tv/winht/>)

Pada waktu tayangan Kuis Kebangsaan di siarkan secara *live* di studio sudah hadir *host* yang cantik untuk mengarahkan jalannya program acara ini. Dalam tayangan ini, pertama host memperkenalkan tamu yang hadir di studio tersebut, *host* mengingatkan kembali saat *host* mengatakan WIN-HT penelpon harus mengucapkan BERSIH, PEDULI, TEGAS sebagai password dari kuis tersebut. Setelah terdengar telepon masuk *host* langsung mengangkat telepon dengan mengucapkan WIN-HT dan dijawab oleh penelpon dengan Bersih, Peduli, Tegas setelah itu *host* bertanya“ halo dengan bapak atau ibu dimana ?” kemudian Peserta kuis diminta memilih satu dari lima pertanyaan yang telah disediakan dilayar kaca dengan memilih salah satu huruf dari (W,I,N,H dan T) setelah memilih, peserta akan diberikan pertanyaan yang berhubungan dengan Bangsa Indonesia yang dibacakan oleh tamu yang hadir di studio tersebut, setelah peserta menjawab pertanyaan *host* memberikan perintah kepada tamu tersebut untuk menjelaskan

jawaban dari pertanyaan tersebut. Apabila peserta berhasil menjawab pertanyaan tersebut dengan benar berhak mendapatkan hadiah. Hadiah yang disediakan mulai dari dispenser, mesin cuci, handphone hingga sepeda motor dan lain-lain. Setiap episode ada dua penelepon yang berkesempatan memperoleh hadiah yang disediakan tadi.

Kuis ini sempat mendapat pro dan kontra kuis ini dianggap rekayasa karena nuansa kampanye politik salah satu pasangan capres dan cawapres yaitu Wiranto dan Hary Tanoë (WIN-HT) dari partai Hanura dan adanya keterlibatan calon anggota legislatif dalam pembacaan pertanyaan kuis ada juga yang menganggap kuis ini berdasarkan realita sama dengan kuis-kuis pada umumnya. Beberapa media online memberitakan bahwa pasangan ini menggunakan pendekatan melalui media televisi. Salah satu pendekatan yang mereka gunakan adalah membuat tayangan kuis bernama Kuis Kebangsaan.

Pengamat politik dari Universitas Gadjah Mada, Ari Dwipayana mempunyai pendapat yang kontra, mengatakan *Kuis Kebangsaan Win-HT di RCTI* tidak layak ditayangkan. "Melanggar etika politik," Dia berpendapat, meski Partai Hanura membayar *RCTI* untuk menyiarkan program tersebut, kuis itu menampilkan unsur-unsur kampanye. "Penyebutan WIN-HT adalah identitas politik dari Hanura *Kuis Kebangsaan WIN-HT* yang ditayangkan sejak 1 Oktober lalu dipermasalahkan. Sebagian kalangan menilai kuis itu sudah direkayasa karena dianggap sarat dengan unsur kampanye Wiranto-Hari Tanoesoedibjo, calon presiden dan wakil presiden dari Partai Hanura. Sementara penelepon wajib

menjawabnya dengan berkata "bersih, peduli, tegas", yang merupakan slogan kampanye.

<http://www.tempo.co/read/news/2013/12/12/078536832/Pengamat-Kuis-Win-HT-Langgar-Etika-Politik>

Menurut singsetset ketika berpendapat melalui situs kaskus yang mempunyai pendapat pro terhadap kuis ini bagi saya yang patut dikritisi adalah soal frekuensi dan intensitas dari kuis kebangsaan tersebut, soal blunder jawaban dan pertanyaan saya melihat kita sebagai publik juga ada kesalahan memahami. kuis ini adalah kenyataan atau realita tidak ada teknik yang salah dan tidak ada pembohongan publik kuis ini juga sama seperti kuis-kuis yang ada stasiun televisi lainnya. Sebelumnya apa yang heboh di media soal blunder kuis kebangsaan juga telah dijelaskan melalui sebuah chirpstory yang ditulis oleh akun official kuis @kuiskebangsaan. (<http://chirpstory.com/li/176013>) dan tentu penjelasan ini harus mendapat penilaian publik di sosial media.

<http://www.kaskus.co.id/thread/52a720cf108b46240e8b46d9/tidak-ada-pembohongan-dalam-kuis-kebangsaan-win-ht/3>

Tayangan Kuis Kebangsaan mendapatkan tiga kali teguran oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI Pusat) diantaranya :

1. Pada tanggal 1 Desember 2013 di mulai pukul 16.54 WIB, mendapat teguran dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI Pusat), pelanggaran yang ditemukan berdasarkan pada pengaduan dari masyarakat, pemantauan, dan

hasil analisis dari KPI Pusat. KPI Pusat memutuskan bahwa program tersebut telah melanggar Pedoman Perilaku Penyiaran Komisi Penyiaran Indonesia Tahun 2002 Pasal 50 ayat (4) dan Standar Program Siaran Komisi Penyiaran Indonesia Tahun 2012 Pasal 71 ayat (4). Atas dasar pelanggaran di atas, KPI Pusat memberikan sanksi administratif teguran tertulis.

<http://www.kpi.go.id/index.php/lihat-sanksi/31779-program-kuis-kuis-kebangsaan-rcti>

2. Pada tanggal 21 Desember 2013 di mulai pukul 16.37, tayangan ini mendapat teguran ke dua oleh Komisi Penyiaran Indonesia Pelanggaran yang dilakukan program adalah menayangkan program siaran yang dibiayai, disponsori atau menayangkan isi siaran yang tidak bersikap netral karena menguntungkan salah satu Peserta Pemilu, yaitu Partai Hanura. KPI menilai program siaran tersebut juga telah dimanfaatkan untuk kepentingan pribadi pemilik lembaga penyiaran bersangkutan dan/atau kelompoknya. Berdasarkan catatan, program ini telah mendapatkan Surat Sanksi Administratif Teguran Tertulis No. 872c/K/KPI/12/13 tertanggal 5 Desember 2013. KPI Pusat memutuskan bahwa tindakan penayangan tersebut telah melanggar P3 Pasal 11 dan Pasal 50 ayat (4) serta SPS Pasal 11 ayat (1) dan ayat (2) serta Pasal 71 ayat (4).

<http://www.kpi.go.id/index.php/lihat-sanksi/31838-teguran-tertulis-kedua-kuis-kebangsaan-rcti>

3. pada tanggal 20 Februari 2014 Komisi Penyiaran Indonesia (KPI Pusat) memberi teguran tegas dengan alasan kuis ini tetap melanggar karena tidak bersifat netral dengan menyebutkan huruf WIN-HT dan slogan partainya sampai pada akhirnya KPI Pusat memberhentikan tayangan kuis kebangsaan untuk sementara KPI Pusat memutuskan bahwa tindakan penayangan tersebut telah melanggar P3 Pasal 11 dan SPS Pasal 11 ayat (1) dan ayat (2) serta Pasal 71 ayat (3). KPI meminta untuk menghilangkan materi siaran yang bersifat tidak netral dan dimanfaatkan untuk kepentingan pribadi pemilik lembaga penyiaran apabila harus ditayangkan kembali.

<http://www.kpi.go.id/index.php/lihat-sanksi/31890-penghentian-sementara-program-siaran-kuis-kebangsaan-rcti>

Setelah mendapat sanksi administratif oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI Pusat) yang menyatakan untuk dapat menayangkan kembali program siaran Kuis Kebangsaan di RCTI dan melakukan perubahan materi siarannya. Pada tanggal 21 Februari 2014 Kuis Kebangsaan di RCTI sudah membenahi isi tayangan kuis, dengan tidak ada penyebutan kata WIN-HT oleh *host* dan memilih huruf WIN-HT oleh peserta lalu dihilangkan juga penyebutan password Bersih, Peduli Tegas yang merupakan tagline kampanye partai hanura, tetapi dalam tayangan ini masih ada calon anggota legislatif dari partai hanura yang terlibat sebagai tamu yang hadir untuk membacakan pertanyaan dan menjelaskan jawaban dari pertanyaan kuis. Hal tersebut menimbulkan pro dan kontra karena disisi lain masih ada unsur kepentingan pribadi walaupun tayangan ini sudah memperbaiki isi materi sesuai

dengan sanksi dari KPI Pusat dan tayangan ini masih tetap disiarkan karena pihak RCTI menilai bahwa tayangan ini sudah bersifat netral dan layak untuk ditayangkan sebagai program acara bergenre kuis interaktif

Dengan banyaknya polemik ditengah – tengah masyarakat antara pro dan kontra yaitu sebagian menganggap bahwa kuis ini rekayasa karena adanya unsur kampanye terselubung dan juga sebagian menganggap pro karena kuis ini berdasarkan kenyataan, hal tersebut menimbulkan suatu opini masyarakat Surabaya . Mengingat segmen dari tayangan ini adalah bebas, maka akan sangat menarik apabila mengetahui opini dari orang-orang yang berbeda pula. Sebagai contoh apabila kita menanyakan opini tayangan “Kuis Kebangsaan“ terhadap orang tua. Orang tua yang bertindak sebagai responden pasti akan memberikan opini mereka sebatas apa yang mereka ketahui. Opini ini harus kita terima berdasarkan pengetahuan mereka. Akan tetapi apabila kita menanyakan opini terhadap anak muda, maka kita akan memperoleh hasil yang akurat sesuai dengan pendidikan yang dimilikinya (Effendy, 2000:87).

Proses pengiriman pesan program harus berhubungan dengan proses penerimaan si penerima agar tayangan “Kuis Kebangsaan“ menjadi efektif sehingga komunikator harus merancang pesan yang menarik perhatian sasarannya. Opini masyarakat terhadap tayangan “Kuis Kebangsaan“ menarik untuk diteliti mengingat tayangan tayangan “Kuis Kebangsaan“ adalah tayangan yang tidak mengenal batasan umur untuk disaksikan. Opini yang diharapkan dapat dilihat berdasarkan indikator yang berupa *attitude*, *perception*, dan *believe*. Dimana indikator *attitude* (apa yang dirasakan) terdiri atas *cognitive*, *affective*, *behaviour*.

Sedangkan *perception* (persepsi) terdiri atas latar belakang budaya, pengalaman masa lalu, dan nilai yang dianut. Dan beliefs tentang kebenaran suatu tayangan. Sehingga akan membentuk opini masyarakat baik positif, pasif maupun negatif.

Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat Surabaya yang melihat tayangan “Kuis Kebangsaan” dan berusia diatas 17 tahun keatas sampai 60 tahun dipilihnya usia ini sebagai responden karena pada usia ini seseorang telah memiliki kemampuan berfikir yang lebih sempurna dan secara psikologis, masa ini merupakan permulaan masa dewasa karena emosinya mulai stabil dan mulai matang. Dipilihnya masyarakat Surabaya sebagai objek penelitian ini karena kota Surabaya ini adalah kota metropolitan terbesar kedua setelah Jakarta yang masyarakatnya heterogen dan channel RCTI yang paling banyak disaksikan. Karena itulah peneliti nantinya akan menyebarkan kuisisioner di masyarakat Surabaya dari hasil kuisisioner ini nantinya akan mewakili opini dari pemirsa masyarakat Surabaya.

1.2. Perumusan Masalah

Berawal dari latar belakang yang telah penulis jabarkan di atas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut : Bagaimana opini masyarakat Surabaya terhadap tayangan “Kuis Kebangsaan” di RCTI ?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana opini masyarakat Surabaya terhadap tayangan”Kuis Kebangsaan” di RCTI ?

1.4. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan wawasan pada perkembangan dan pendalaman ilmu komunikasi terutama dalam bidang komunikasi massa dan lebih memahami teori-teori komunikasi massa, selain itu penelitian ini juga dapat dijadikan masukan bagi mahasiswa yang mengadakan penelitian serupa di masa mendatang.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi RCTI untuk melihat opini masyarakat Surabaya terhadap isi tayangan “Kuis Kebangsaan”, sehingga RCTI dapat mengetahui sejauh mana isi tayangan “Kuis Kebangsaan” telah direspon oleh masyarakat Surabaya pada khususnya dan publik pemirsa pada umumnya.

c. Manfaat Sosial

Memberikan pengetahuan tentang opini tayangan “Kuis Kebangsaan” yang bermanfaat dan dapat diharapkan informasi yang ada dapat menambah wawasan masyarakat dan menjadi inspirasi baru bagi masyarakat Surabaya.