BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dengan adanya perkembangan teknologi yang sudah semakin maju dimana orang-orang dalam memerlukan berita atau informasi sudah sangat mudah memperolehnya. Dari sekian banyak kemajuan teknologi tersebut, salah satu diantaranya adalah pesawat televisi.

Televisi yang berperan sebagai media, walaupun dalam bentuk yang paling sederhana, ternyata televisi mampu membuat suatu program yang dihasilkan untuk ditayangkan dihadapan para penonton yang mampu menggelitik, mempengaruhi penonton untuk terus menyaksikan sebuah program acara yang dihadirkan.

Program-program yang paling banyak ditayangkan di media massa pada massa sekarang selain program berita, petualangan, dan religi, kini banyak pula dihadirkan program televisi hiburan. Dimana isi dari program acara yang bertemakan hiburan tersebut banyak menghadirkan kelucuan-kelucuan yang ditampilkan oleh si pemainnya. Penyebaran informasi yang disampaikan oleh pemain yang berperan sebagai komunikator disini tidak lepas dari adanya peran media massa. Dimana media telah menjadi faktor penentu kehidupan manusia, karena dengan adanya perkembangan media massa selama beberapa dasawarsa saat memasuki abad 21 ditandai dengan semakin pentingnya informasi yang dibutuhkan masyarakat.

> "Media massa adalah media komunikasi yang mampu menimbulkan keserempakan dalam arti kata khalayak dalam jumlah yang relatif sangat banyak bersama-sama pada saat yang sama memperhatikan pesan yang dikomunikasikan melalui media tersebut. Berupa surat kabar, radio, televisi dan film teatrikal yang ditayangkan digedung bioskop" **(Effendy, 2003; 177).**

Media massa khususnya yang biasa kita sebut televisi sangat penting sekali untuk mengetahui berbagai informasi yang mungkin belum diketahui secara langsung oleh kita pada saat itu juga. Dilihat dengan semakin banyaknya program acara yang dihadirkan dalam media massa saat ini terutama televisi, tidak lepas dari banyaknya acara hiburan yang banyak menyajikan tayangan-tayangan lucu.

Dilihat dari segi kreatifitas si pemain dalam memainkan perannya diprogram acara hiburan tersebut, mereka berusaha dan terus mengembangkan kreatifitasnya dalam memainkan perannya sebagai penghibur, mereka menghadirkan ide-ide lucu yang diolah dan dibuat dengan sedemikian rupa sehingga mampu menarik perhatian penonton. Yaitu dengan penyampaian informasi kepada penontonnya melalui kelucuan-kelucuan atau humor. Sehingga tidak membuat penontonnya merasa jenuh. Semakin kreatif sang pemain/komunikator dalam memainkan kelucuannya, maka semakin besar daya tarik yang dimiliki oleh komunikatornya.

Daya tarik media televisi dan program hiburan yang dihadirkan tersebut, dapat merubah pola-pola kehidupan masyarakat. Dengan media kita dapat mengetahui mengenai berbagai macam informasi. Dalam

penyajian segala bentuk program tayangan televisi memiliki beberapa ciri khusus yang berbeda dengan penyampaian oleh media massa lainnya, seperti surat kabar, radio, dan internet.

Televisi lokal yang kini hadir di Bandung, salah satunya STV (Pasundan Utama Televisi) yang banyak menghadirkan berbagai macam program tayangan televisi lokal sunda. Sebagai salah satu televisi lokal yang berada dikawasan Jawa Barat, STV memiliki program acara yang khas berkaitan erat dengan konteks kebudayaan sunda atau pasundan (*local content*). Program-program acara yang disuguhkan oleh STV ini sangat beragam, diantara stasiun-stasiun televisi lokal Bandung, STV menyuguhkan banyak siaran yang mengangkat budaya tanah Pasundan.

Salah satu tayangan program acara hiburan yaitu program acara Pojok Si Cepot. Dengan segala bentuk tayangan yang dikemas secara kreatif, program budaya lokal yang telah menjadi salah satu program hiburan unggulan ini, menghadirkan bentuk penayangan dengan memadukan unsur Teknologi Komunikasi Visual didalamnya, seperti Illustrasi *(drawing), coloring, visual effect* dan animasi, program ini dapat menciptakan suasana tertentu dimana para penontonnya duduk dengan santai dan memunculkan kenikmatan tersendiri bagi orang yang menontonnya.

Di dalam tata pergaulan, humor memegang peran penting agar komunikasi dapat lancar dan mengalir tanpa hambatan. Kesadaran bahwa

pada saat seseorang bergaul dengan orang lain, berarti pada saat itu seseorang tersebut menghadapi berbagai karakter yang perlu direspon baik. Banyak teoritisi psikologi berpendapat bahwa humor adalah mekanisme untuk beradaptasi. Adapun pendapat **Thomson** dalam buku Deddy Mulyana "*Komunikasi Humoris:Belajar Komunikasi Lewat Cerita dan Humor"* :

> "humor dapat digunakan sebagai pertahanan melawan rasa takut dan memungkinkan orang memperoleh kendali atas peristiwa yang tidak dapat mereka kontrol". **(Mulyana. 2008:xiv)**

Dengan adanya humor yang dihadirkan untuk mencairkan suasana, membuat suasana seseorang yang tadinya menjadi sedih, diam, cemberut, marah menjadi senang, tertawa, gembira. Di tatar sunda khususnya, kita pasti sudah akrab sekali dengan seni pertunjukan wayang golek. Dari yang tradisional sampai yang kontemporer, seni pertunjukan wayang golek serasa mengotak-atik perasaan untuk terus menikmati kejenakaan dari tokoh si cepot, dawala, semar, dan gareng. Maka dari itu televisi menjadi medium untuk mengobati kerinduan para penggemar tokoh pewayangan tersebut. Dalam pertunjukan yang ditayangkan dalang mencoba memberikan suguhan yang berbeda, memberikan kenikmatan bagi penontonnya. Hal ini dapat dilihat dari penyampaian pesan yang selalu di ungkapkan dalang di setiap pertunjukannya.

Pemanfaatan wayang sebagai salah satu media komunikasi merupakan langkah yang positif dan bijaksana, sekaligus akan memberikan manfaat ganda. Pertama, sebagai usaha untuk memelihara, mengembangkan dan melestarikan wayang yang merupakan warisan nilai budaya. Kedua, sebagai bentuk kesenian tradisional dalam kebudayaan masyarakat Indonesia, khususnya Jawa. Sebagai kesenian tradisional, wayang pun relatif memiliki kapasitas tinggi untuk dititipi pesan-pesan, sehingga eksistensinya sebagai media komunikasi tidak hanya pelengkap tetapi merupakan media komunikasi budaya yang dipadu dengan unsur modern.

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan (ide,gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi diantara keduaanya. Pada umumnya, komunikasi dilakukan dengan menggunakan kata-kata yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Melalui komunikasi, sikap dan perasaan seseorang atau sekelompok orang dapat dipahami oleh pihak lain.

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar atau primer manusia. Komunikasi merupakan sarana interaksi antar manusia yang efektif. Dinyatakan berinteraksi jika mereka yang terlibat masing-masing melakukan aksi dan reaksi. Aksi dan reaksi yang dilakukan oleh manusia disebut tindakan komunikasi. Tindakan komunikasi menyangkut perasaan, pikiran dan perbuatan manusia.

Adapun definisi komunikasi menurut **Everett M. Rogers** seorang pakar sosiologi Pedesaan Amerika membuat definisi dalam buku Cangara Hafied "*Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi*" :

> "Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi terhadap satu sama lain yang pada gilirannya akan tiba saling pengertian" **(Cangara, 2008;19).**

Sejak kita lahir dan selama hidupnya manusia akan selalu terlibat dalam tindakan-tindakan komunikasi. Tindakan komunikasi dapat terjadi dalam berbagai konteks kehidupan manusia, mulai dari yang bersifat individu, kelompok, keluarga, organisasi, dalam konteks publik secara lokal, nasional maupun internasional. Atau bisa saja melalui media massa.

Dalam hal ini, suatu pertunjukan yang di pertontonkan kepada khalayak dalam jumlah yang besar, termasuk ke dalam proses komunikasi massa. Adapun, definisi mengenai komunikasi massa yang dikemukakan oleh **Gerbner**, yaitu :

> "komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, dwimingguan atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri."**(Mulyana, 2007:55)**

Disini, peneliti banyak mempelajari betapa pentingnya hiburan untuk menenangkan sebuah keadaan psikologis ataupun fikiran seseorang.

Dengan memperhatikan kondisi yang terjadi dalam kehidupan, secara umum, maka dapat dikatakan bahwa setiap orang membutuhkan humor untuk kehidupannya agar menjadi lebih baik dan tidak terlalu tertekan. Setiap orang harus mampu meredakan ketegangan yang ada di dalam dirinya sehingga tidak stress menghadapi berbagai masalah yang tumbuh dan muncul dalam kehidupan. Dan hal ini lah yang perlu dipelajari oleh seorang komunikator dalam acara hiburan, dimana seorang komunikator harus mampu memiliki kreatifitas yang tinggi untuk memberikan hiburan kepada penontonnya, sehingga mampu menciptakan daya tarik bagi penontonnya.

Disini peneliti tertarik untuk dapat meneliti mengenai **Daya Tarik Dalang Pada Program Acara Pojok Si Cepot di STV Bandung,** dimana disini peneliti ingin memperlihatkan mengenai adanya daya tarik dalang dalam tayangan program acara Pojok Si Cepot di STV Bandung yang mana merupakan salah satu tayangan acara yang banyak digemari oleh masyarakat luas, dan oleh masyarakat sunda pada khususnya.

1.2. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti dapat merumuskan masalah berdasarkan kerangka pemikiran sebelumnya. Yakni :

1.2.1. Pertanyaan Makro

Berdasarkan masalah diatas maka didapat pertanyaan makro dalam penelitian ini. Yaitu sebagai berikut :

“Bagaimana Daya Tarik Dalang Pada Program Acara Pojok Si Cepot melalui komunikasi yang dikemas secara humor bagi penontonnya di STV Bandung?”

1.2.2. Pertanyaan Mikro

1. Bagaimana **Kekuatan** Dalang Pada Program Acara Pojok Si Cepot melalui komunikasi yang dikemas secara humor bagi penontonnya di STV Bandung ?
2. Bagaimana **Pesan** Dalang Pada Program Acara Pojok Si Cepot melalui komunikasi yang dikemas secara humor bagi penontonnya di STV Bandung ?
3. Bagaimana **Media** Dalang Pada Program Acara Pojok Si Cepot melalui komunikasi yang dikemas secara humor bagi penontonnya di STV Bandung ?
4. Bagaimana **Daya Tarik** Dalang Pada Program Acara Pojok Si Cepot melalui komunikasi yang dikemas secara humor bagi penontonnya di STV Bandung ?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Adapun disini peneliti memiliki maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguraikan, mengenai **Daya Tarik Dalang Pada Program Acara Pojok Si Cepot melalui**

komunikasi yang dikemas secara humor bagi penontonnya di STV Bandung.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Bekaitan dengan masalah yang akan diteliti, maka adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui **Kekuatan** Dalang Pada Program Acara Pojok Si Cepot melalui komunikasi yang dikemas secara humor bagi penontonnya di STV Bandung.
2. Untuk mengetahui **Pesan** Dalang Pada Program Acara Pojok Si Cepot melalui komunikasi yang dikemas secara humor bagi penontonnya di STV Bandung.
3. Untuk mengetahui **Media** Dalang Pada Program Acara Pojok Si Cepot melalui komunikasi yang dikemas secara humor bagi penontonnya di STV Bandung.
4. Untuk mengetahui **Daya Tarik** Dalang Pada Program Acara Pojok Si Cepot melalui komunikasi yang dikemas secara humor bagi penontonnya di STV Bandung.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini berguna sebagai pemahaman dan pengertian mengenai Ilmu Komunikasi secara umum, dan pengertian Komunikasi Massa secara khusus. Dan diharapkan penelitian ini

dapat memberikan sumbangan serta sebagai bahan rujukan atau referensi bagi mahasiswa ilmu komunikasi, khususnya konsentrasi kehumasan.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Adapun dalam penelitian ini, selain memiliki kegunaan teoritisnya peneliti pun memaparkan kegunaan praktis dari penelitian yang dilakukan. Yaitu :

a) Kegunaan untuk Peneliti

Dengan adanya penelitian ini sangat memberikan manfaat dan kegunaannya bagi peneliti. Dimana, sebagai pengalaman dan pembelajaran dalam mengaplikasikan pemahaman mengenai Ilmu Komunikasi secara umum, dan Komunikasi Massa.

b) Kegunaan untuk Akademik

Adapun manfaat dan kegunaannya bagi Akademisi. Dimana, sebagai *literature* bagi mahasiswa secara umum, dan bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi secara khusus, terutama bagi para peneliti selanjutnya dengan kajian penelitian yang sama.

c) Kegunaan untuk Perusahaan

Dapat memberikan bahan masukan yang positif bagi perusahaan baik dari segi informasi ataupun dari segi evaluasi. Khususnya bagi PT.STV (Pasundan Utama Televisi) Bandung

dalam meningkatkan kualitas pada program acara, khusunya acara Pojok Si Cepot.

1.5. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terbagi dalam lima bab, dalam memberikan gambarakn secara sistematis, maka peneliti menyusun susuan skripsi ke dalam lima bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I peneliti menguraikan Latar belakang masalah, Rumusan masalah, Pertanyaan makro, Pertanyaan mikro, Maksud dan Tujuan penelitian, Kegunaan penelitian, Lokasi dan waktu penelitian, Sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini peneliti mencoba meninjau permasalahan dari aspek teoritis dalam mengkaji tinjauan mengenai komunikasi meliputi ; Pengertian komunikasi, Unsur komunikasi, Tujuan komunikasi. Tinjauan tentang komunikasi massa ; Pengertian komunikasi massa, Karakteristik komunikasi massa, Fungsi komunikasi massa bagi masyarakat. Tinjauan tentang komunikasi verbal ; Pengertian komunikasi verbal, Pesan dan bahasa dalam komunikasi verbal, Pentingnya komunikasi verbal. Tinjauan tentang komunikator ; Pengertian dan karakteristik komunikator, Syarat-syarat komunikator, Tugas komunikator. Tinjauan tentang dalang secara

umum ; Sejarah dalang. Tinjauan tentang humor ; Sejarah humor, Pengertian humor, Fungsi humor, Humor dalam program acara. Tinjauan tentang televisi ; Pengertian televisi, Televisi sebagai media komunikasi massa. Tinjauan tentang program acara ; Jenis tayangan program acara televisi. Kerangka pemikiran, Kerangka konseptual.

BAB III OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini peneliti memberikan gambaran tentang sejarah PT. Pasundan Utama Televisi STV Bandung, Visi dan Misi STV, Logo dan arti logo STV, Tagline STV, Struktur organisasi STV. Tinjauan tentang Pojok Si Cepot, Tinjauan dalang secara khusus, Metode penelitian, Teknik pengumpulan data, Teknik penentuan informan, Teknik analisa data, serta Lokasi dan Waktu penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti mendeskripsikan mengenai informan, deskripsi hasil penelitian, dan deskripsi hasil penelitian mengenai Daya tarik komunikator dalam tayangan program acara “Pojok Si Cepot”. Di bab ini peneliti menjelaskan hasil penelitian yang terdiri dari gambaran data yang didalamnya mengelompokkan data-data yang telah didapat oleh peneliti, dan menganalisa data dilakukan peneliti dengan memperoleh hasil wawancara peneliti dengan informan dan *key informan* penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini, peneliti menguraikan mengenai kesimpulan dan saran yang diperoleh peneliti dari keseluruhan hasil penelitian yang telah dilakukan.