BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi media massa kini memberikan andil yang cukup besar dalam perkembangan dan kemajuan komunikasi massa. Dari semua media komunikasi yang ada, televisi dianggap paling berpengaruh dalam kehidupan manusia (Rakhmat, 2008). Sebagai primadona media, televisi memberikan imbas yang luar biasa besar bagi kehidupan masyarakat, terlebih lagi dalam deretan media informasi, media televisi memiliki daya penetrasi yang jauh lebih besar daripada media informasi lainnya (Rakhmat, 2008).

Penikmat televisi tidak memiliki batasan umur, dari anak bayi hingga kalangan lanjut usia, hampir semua memiliki tayangan televisi yang difavoritkan atau sering mereka jadikan hiburan diwaktu senggang. Karena sebagai media hiburan, televisi dianggap sebagai media yang ringan dan murah. Hiburan yang disajikan televisi mampu menarik mayoritas penduduk untuk memasukan kegiatan menonton tayangan televisi dalam kegiatannya sehari-hari (Effendy, 2006).

Setelah SK Menteri Penerangan No.III/1990 dikeluarkan oleh pemerintah, banyak stasiun-stasiun televisi swasta yang lahir seperti misalnya RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia, SCTV (Surya Citra Televisi), INDOSIAR, TRANS TV, METRO TV, ANTV, MTV yang selanjutnya menjadi Global TV pada tahun 2006, LATIVI yang sejak tahun 2008 bertransformasi menjadi stasiun televisi

RD Dini Dwijayanti, 2013
Perbedaan Minat Menonton Program Tayangan Televisi Ditinjau Dari Tipe Kepribadian *The Big Five*
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

berlabel TV ONE, TV 7 yang kini menjadi TRANS 7 dan bernaung dibawah TRANS *Coorperate* sejak tahun 2000, dan TPI (Televisi Pendidikan Indonesia) yang kini resmi menjadi MNC TV pada tahun 2010 kemarin. Belum lagi ditambah dengan menjamurnya stasiun-stasiun televisi lokal disetiap daerah-daerah senusantara.

Hal tersebut menggambarkan suatu kemajuan dalam bidang komunikasi khususnya dalam bidang pertelevisian. Dengan semakin banyaknya stasiun televisi swasta, persaingan merebut perhatian khalayak pun semakin ketat. Hasil survey Lembaga Survey Indonesia (LSI) pada bulan Maret 2012, program-program televisi seperti sinema elektronik (sinetron), *infotaiment*, berita, acara komedi, *reality show* dan acara musik dipilih sebagian besar masyarakat untuk menjadi program acara televisi yang memiliki rating dan peminat tertinggi (*Vivanews.com*, 2012).

Dengan beragamnya program televisi yang hadir menemani pemirsa hampir 24 jam sehari, tak ayal membuat televisi menjadi salah satu fasilitas hiburan yang paling digemari dan wajib dimiliki oleh hampir seluruh lapisan masyarakat (Rakhmat, 2008). Stasiun televisi Indonesia baik nasional maupun daerah seakan berlomba-lomba membuat berbagai macam tayangan yang mampu menarik minat masyarakat. Setiap stasiun televisi juga memiliki pencitraan tersendiri dengan program-program yang disajikannya. Sebagai contoh, stasiun televisi Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) yang unggul dalam menayangkan program sinema elektronik (sinetron) yang selalu mendapat rating tertinggi dari masyarakat. RCTI merupakan salah satu stasiun televisi yang

menarik minat penontonnya dengan memiliki jam tayang sinetron paling banyak, hampir kurang lebih 15 Jam setiap harinya. Disusul dengan SCTV, INDOSIAR dan MNC TV yang tidak kalah menampilkan acara ber-*genre* sinetron tapi cenderung kepada film berdurasi pendek atau biasa dikenal dengan sebutan FTV (film televisi).

Disamping itu, lembaga survei Nielsen memaparkan hasil riset penonton terhadap tayangan televisi di Indonesia sepanjang kuartal I 2011 untuk semua stasiun televisi di 10 kota besar di Indonesia yang hasilnya menyebutkan bahwa sinema elektronik menjadi salah satu program televisi terlaris yang disaksikan oleh pemirsa televisi. Sebelumnya pada kuartal I tahun 2010, jumlah waktu menonton sinetron pemirsa televisi hanya 42 jam setiap bulannya namun pada kuartal I tahun 2011 terjadi peningkatan jumlah jam menonton sinetron. Pada kuartal I tahun ini pemirsa televisi menghabiskan waktu menonton sinetron lebih banyak 22 jam yakni sebanyak 64 jam setiap bulannya (Nielsen, 2011).

Infotaiment dan berita juga termasuk tayangan yang paling diminati dan dinanti oleh masyarakat. *Infotaiment* yang kental akan pemberitaan selebritis maupun kehidupan para *public figure*, seakan menjadi hiburan tersendiri bagi para pemirsanya. Baik pemberitaan yang positif maupun negatif mengenai para selebritis menjadi suatu hal yang diminati dan secara tidak langsung menjadi bahan obrolan antar penontonnya. Disusul dengan tayangan berita yang lebih bersifat informatif mengenai situasi serta fenomena-fenomena yang terjadi baik nasional maupun internasional, memiliki rating yang cukup stabil (Nilesen, 2011). Bahkan kini dengan kondisi masyarakat Indonesia yang semakin *open minded*

mengenai berita nasional maupun internasional, banyak hadir stasiun televisi swasta yang notabene menayangkan program *news full version* hingga menjadikan program berita menjadi semacam *brand image* tersendiri bagi perusahaan penyiarannya seperti TV ONE dan METRO TV.

Selanjutnya, dalam survey Nielsen pada kuartal II tahun 2010 sampai dengan tahun 2012 peminat acara musik *live* juga sempat beberapa kali menduduki rating tertinggi diberbagai stasiun televisi, dimana penonton terbanyak merupakan remaja (15-19 tahun). Sebagai contoh acara musik Dahsyat di RCTI, Inbox dan Hip-Hip Hura yang tayang di SCTV, 100% Ampuh yang hadir di Global TV, program musik KLIK di ANTV rata-rata mendapatkan rating dan *share* yang cukup tinggi sekitar 324.000 penonton setiap harinya. (Nielsen, 2012).

Tak kalah saing, tayangan komedi juga mempunyai pemirsa setia dan salah satu program yang paling diminati oleh hampir semua kalangan, contohnya situasi komedi OVJ (Opera Van Java) yang ditampilkan oleh stasiun televisi swasta TRANS 7, Awas Ada Sule di Global TV, Sketsa Tawa yang ditayangkan di TRANS TV juga acara Pesbukers yang hadir setiap hari di ANTV. Banyak program komedi yang menjadi andalan stasiun televisi karena mendapat rating yang cukup tinggi dan bertahan cukup lama dibandingkan dengan program-program televisi lainnya. Pada bulan April 2012 terhitung sebanyak 105 jam program komedi yang ditayangkan diseluruh stasiun televisi swasta dalam sebulan (Nilesen, 2012).

Meskipun teknologi informasi, hiburan serta media massa lainnya seperti internet semakin berkembang, televisi tetap menjadi sarana informatif dan

entertainment yang masih banyak diminati oleh masyarakat. Ditambah lagi dengan hadirnya layanan TV kabel, yang memberikan informasi global secara lebih cepat sekaligus memanjakan para penggunanya dengan tayangan-tayangan dari berbagai stasiun televisi dari berbagai belahan dunia.

Hasil survei Media Index yang dilakukan oleh Nielsen Media Survei pada responden Indonesia, menunjukan pembaca koran konvensional menurun dan pengguna internet mengalami kenaikan yang cukup signifikan, sementara penonton televisi relatif stabil di angka 94% (Nielsen, 2012). Angka tersebut cukup tinggi bila mengingat maraknya *gadget-gadget* import seperti *Handphone*, *tablet*, juga komputer atau *laptop* yang kini menjadi salah satu kebutuhan *primer* dalam berkomunikasi maupun mendapatkan informasi bagi masyarakat, tidak mengalahkan popularitas televisi sebagai media informasi. Perilaku masyarakat Indonesia yang cenderung konsumtif, membuat para produsen teknologi dengan mudah merancang, membuat, serta mendistribusikan segala bentuk hasil produksi mereka untuk dibeli atau dinikmati oleh sebagian besar masyarakat Indonesia, salah satunya program tayangan televisi (Laki-Lakinto, 2001).

Kecenderungan seseorang dalam memilih program tayangan televisi dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya faktor usia, jenis kelamin, konsep diri, lingkungan sosial dan kepribadian (Mares & Sun, 2010; Gutman, 1973; Astuti, 2010; Kraaykamp & Eijck, 2005). Pada penelitian terdahulu, faktor kepribadian memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap pemilihan jenis tayangan televisi. Dikarenakan faktor kepribadian merupakan gabungan dari sikap, kepercayaan dan nilai-nilai yang kemudian memberikan arah interaksi

antara aspek kognitif dan afektif individu dengan lingkungan sosialnya (Hall & Lindzey, 1998). Didukung dengan penelitian Fulk Schmitz dan Steinfield (1990) yang mengemukakan hal yang sama yakni pemilihan media dipengaruhi tidak hanya oleh karakteristik media yang digunakan, melainkan juga kepribadian individu.

Hubungan antara *personality traits* dengan penggunaan media massa khususnya televisi juga telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu antara lain Katz, Blumler, & Gurevitch pada tahun 1974 yang telah melakukan investigasi antara hubungan tipe kepribadian dengan penggunaan media masa (Finn & Seth, 1997). Dari hasil penelitian tersebut, tipe kepribadian *The Big Five* merupakan suatu bentuk taksonomi kepribadian manusia yang dianggap paling cocok dalam mendeskripsikan atau mengklasifikasikan antara hubungan kepribadian manusia dengan penggunaan teknologi.

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka dalam penelitian ini faktor kepribadian akan digunakan sebagai ukuran dari minat menonton program tayangan televisi. Seperti hal nya dalam penelitian Kraaykamp & Eijck (2005) yang menggunakan teori *The Big Five Personality* dengan pemilihan jenis program tayangan televisi, dinyatakan bahwa dari kelima tipe kepribadian antara lain e*xtraversion, agreeableness, neuroticism, conscientiousness,* dan *openess to experiences*, menunjukan minat yang berbeda terhadap pemilihan program tayangan televisi diantaranya diantaranya *cultural programs, informative programs, soap programs*, dan *erotic programs*.

Dalam penelitian ini, mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia dipilih peneliti sebagai subjek penelitian. Dipilihnya mahasiswa sebagai responden penelitian ini karena selain mampu menjadi perwakilan dari bentuk keragaman masyarakat juga mahasiswa dianggap memiliki kemampuan intelektual maupun keterampilan dalam menganalisa sebuah informasi ditunjang dengan sikap pandang yang lebih realistis terhadap lingkungan sosial sehingga dapat mengikuti perubahan zaman (Dariyo, 2004).

Dengan adanya fenomena mengenai minat masyarakat yang begitu tinggi terhadap media televisi khususnya pada program-program tertentu yang mendapat *rate and share* tertinggi dari waktu ke waktu, juga berdasarkan penelitian terdahulu mengenai keterkaitan antara tipe kepribadian dengan *television programs preferences*, maka peneliti tertarik untuk membuat penelitian mengenai perbedaan minat menonton program tayangan televisi ditinjau dari tipe kepribadian *The Big Five*

B. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Televisi telah menjadi salah satu sarana informasi dan hiburan yang paling umum dan diandalkan oleh khalayak dari masa ke masa. Perkembangan media televisi dari waktu ke waktu cukup banyak membantu kemajuan teknologi informasi banyak orang diseluruh dunia, termasuk Indonesia. Berbagai macam stasiun televisi di Indonesia, kini telah banyak menunjukan kemampuan serta kualitasnya dalam membuat dan menampilkan program-program acara yang

menarik serta informatif bagi para penontonnya. Berbagai jenis program acara disajikan kepada *audiens* hampir 24 jam *non stop* setiap harinya.

Pilihan masyarakat yang masih cukup tinggi terhadap program-program tayangan televisi telah diteliti oleh Kraaykamp & Eijck (2005) dengan menggunakan tipe kepribadian sebagai landasan *individual preference* terhadap tayangan *soap opera*, *cultural programs*, *informative programs*, dan *erotic programs*. Di Indonesia sendiri, dimana masyarakatnya terbilang tinggi dalam pengunaan televisi, masih minim informasi mengenai penelitian mengenai keterkaitan antara tipe kepribadian dengan program-program televisi yang disiarkan diberbagai stasiun televisi negeri maupun swasta, baik yang bertaraf lokal maupun nasional.

Dari rumusan masalah tersebut di atas dijabarkan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran umum minat menonton program tayangan televisi pada mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia?
2. Bagaimana gambaran umum kepribadian *The Big Five* pada mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia?
3. Apakah terdapat perbedaan minat menonton program tayangan televisi ditinjau dari tipe kepribadian *The Big Five* yang dimiliki oleh mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian mengungkapkan sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian. Isi dari tujuan penelitian ini mengacu pada isi rumusan masalah. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui gmambaran umum minat menonton program tayangan televisi pada mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Untuk mengetahui gambaran umum kepribadian *The Big Five* pada mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Untuk mengetahui ada atau tidak nya perbedaan minat menonton program tayangan televisi ditinjau dari tipe kepribadian *The Big Five* yang dimiliki oleh mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat yang bersifat teoritis dan praktis, penjabarannya adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

a. Memperkaya teori-teori atau kajian mengenai media pertelevisian, khususnya program-program televisi seperti *hard news*, *soft news*, musik, drama, permainan (*games*) dan pertunjukan (*show*).

b. Memperkaya pengetahuan mengenai teori kepribadian *The Big Five*.

c. Memberikan informasi mengenai minat menonton program tayangan televisi dengan tinjauan pada profil tipe kepribadian *The Big Five* yang dimiliki oleh individu.

2. Manfaat Praktis

a. Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan informasi kepada para mahasiswa mengenai jenis program televisi yang paling banyak diminati oleh kalangan mahasiswa dan tipe kepribadian seperti apa yang dimiliki oleh mahasiswa UPI dalam *The Big Five Personaity Theories*.

b. Industri Pertelevisian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai jenis program televisi yang paling diminati oleh kalangan mahasiswa sehingga baik *production house* maupun stasiun-stasiun televisi di Indonesia dapat memberikan tayangan yang lebih variatif, menarik dan tentunya memberikan nilai-nilai positif dari segi informasi dan hiburan bagi para penontonnya khususnya mahasiswa.

c. Jurusan Psikologi Universitas Pendidikan Indonesia

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber keilmuan mengenai perbedan minat menonton program tayangan televisi ditinjau dari tipe kepribadian *The Big Five* yang dapat dijadikan gambaran dari minat menoton pada sebagian besar mahasiswa juga gambaran tipe kepribadian yang dimiliki oleh mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia.

d. Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya khususnya pada penelitian yang berkaitan dengan minat menonton program tayangan televisi dan tipe kepribadian *The Big Five*.

E. Struktur Organisasi Skripsi

Adapun langkah-langkah dalam penyusunan skripsi, adalah sebagai berikut**.**

BAB I: Merupakan pendahuluan yang mencangkup latar belakang penelitian, identifikasi dan perumusan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, manfaat penelitian, serta struktur organisasi skripsi.

BAB II: Memuat teori-teori yang mendasari penelitian yang terangkum dalam kajian pustaka, kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian.

BAB III: Merupakan bahasan mengenai metode penelitian yang mencangkup lokasi dan subjek populasi penelitian, desain penelitian, definisi operasional, instrumen penelitian serta pengembangannya, dan pengujian validitas serta reabilitas instrumen penelitian.

BAB IV: Memuat mengenai hasil dan pembahasan penelitian.

BAB V: Kesimpulan dan rekomendasi dari hasil penelitian.