

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Media massa khususnya televisi, merupakan cerminan budaya modern pada era teknologi informasi yang semakin pesat. Televisi sebagai sebuah institusi juga tidak lain hasil manusia berfikir dan *audience* nya manusia juga (Nurudin,2015:16). Televisi Merupakan industri yang berbasis pada *profit oriented* yang memaksa mereka untuk mengejar rating. Dalam memperoleh share iklan yang tinggi, setiap Stasiun Televisi harus menyajikan program yang diminati khalayak. Ukuran rating dalam sebuah program acara khususnya Program acara Televisi adalah disukai pemirsa. Rating sering menjadi fokus utamanya dan kemudian seringkali menjadi penyetir segenap perencanaan program. Dengan demikian, semakin tinggi rating suatu acara, diharapkan semakin tinggi pula raihan iklan yang diperolehnya. Akhirnya, persaingan seringkali berhenti hanya pada raihan rating yang diartikan keuntungan bagi televisi.

Ditengah maraknya program Televisi seperti sinetron, muncul program *Talkshow* yang membuat pemirsa seakan ikut berbicara dan menyimak dengan seksama. *Talkshow* juga menghadirkan tamu berkelompok yang ingin mempelajari berbagai pengalaman hebat, seperti *Talkshow* rumpi “*No secret*”.

Program *Talkshow* Rumpi “*No Secret*”, merupakan program acara Televisi yang mengangkat tema *lifestyle* dan gosip yang tayang setiap hari Senin- Jumat di *TransTv*. Tayangan ini dikemas untuk penonton perempuan. Tayangan ini juga ditayangkan di jam-jam anak dan remaja menonton TV. Dalam Program ini juga, *Host* akan mengulik hal pribadi dari bintang tamu dan narasumber dengan cara santai melalui sebuah permainan kecil yang menarik, dan mempertemukan artis yang berkonflik yang sedang hangat-hangatnya diperbincangkan oleh media. Perdebatan/adu mulut antar bintang tamupun sering terjadi, *Host* kadang menengahi atau terkadang “Mengompori” bintang tamu yang sedang berkonflik dalam satu *Frame*.

Rumpi yang bila diartikan berarti membicarakan/menggosipkan seseorang atau tamu yang diajak bercerita masalah kehidupan pribadi seperti pembahasan diatas. Sedangkan “*No Secret*”, berarti Tanpa rahasia. Dalam *Talkshow* ini, tidak adanya pembatas rahasia, tamu seakan dipaksa harus menceritakan masalah pribadinya yang baik maupun buruk dihadapan publik / Audiens. Rumpi memiliki peminat dapat dikatakan banyak dari kategori remaja hingga dewasa. Khususnya untuk Ibu-ibu rumah tangga, pada Jaman sekarang, yang aktivitas keseharian selain mengurus keluarga, mereka juga menyukai Tayangan Televisi hiburan yang bertema Gosip, karena mereka ingin mengetahui isu-isu artis terkenal di Indonesia, terutama pada Tayangan Rumpi “*No Secret*” .

Relasi media dengan Audiens dalam komunikasi media massa sangat beragam, setiap audiens berbeda-beda seperti dalam berpakaian, cara berfikir juga dalam hal menanggapi pesan yang diterima. Misalnya anda sama-sama menonton siaran acara “*Extravaganza*” di TransTv pada hari sabtu pukul 19.00 WIB. Masing-masing penonton mempunyai komentar yang berbeda-beda terhadap pesan (Program Acara) yang sama-sama dilihatnya (Nurudin, 2007:104-105).

Alasan peneliti memilih Ibu Rumah Tangga sebagai subjek penelitiannya, sebab Ibu rumah tangga merupakan audiens yang paling dekat dengan dunia Gosip. Seperti, keadaan memperbincangkan seseorang dan keadaan dimana mereka suka berkumpul dengan teman dan orang terdekat untuk merumpikan setiap topik. Sebelum peneliti menentukan subjek Ibu rumah tangga, peneliti mencoba melihat beberapa Ibu Rumah Tangga disekitar peneliti yang menyukai Tayangan berupa Gosip khususnya Tayangan *Talkshow* Rumpi “*No Secret*”.

Media Televisi sebagaimana media massa yang lain juga berperan sebagai alat informasi, hiburan, kontrol sosial dan penghubung wilayah. Bersamaan dengan jalannya proses penyampaian isi pesan televisi kepada pemirsa, isi pesan akan diinterpretasikan secara berbeda-beda menurut tujuan pemirsa. Keadaan terjadi karena pemahaman dan kebutuhan pemirsa terhadap isi pesan pada acara televisi berkaitan erat dengan status sosial ekonomi serta situasi dan kondisi pemirsa pada saat menonton televisi. Sebab itu, pengaruh yang akan ditimbulkan televisi bagi khalayak

juga bermacam-macam, bisa berpengaruh ke arah yang positif dan juga, hal tersebut dilihat lagi pada selektifitas pemirsa dalam memilih dan mempergunakan informasi yang disampaikan televisi.

Media televisi berperan sebagai alat informasi, hiburan, persuasi dan penghubung wilayah. Proses penyampaian isi pesan televisi kepada khalayak, pesan akan diinterpretasikan secara berbeda-beda menurut tujuankhalayak. Pemahaman dan kebutuhan khalayak terhadap isi pesan berkaitan dengan status sosial ekonomi serta situasi dan kondisi khalayak pada saat menonton televisi. Oleh sebab itu, pengaruh yang ditimbulkan televisi bagi khalayak juga berbeda, bisa berpengaruh yang positif dan juga negatif.

B. RUMUSAN MASALAH

Program acara Televisi *Talkshow* Rumpi “*No Secret* di TransTV menjadi Tayangan yang diminati oleh khalayak. Tayangan Televisi *Talkshow* yang bertemakan *lifestyle* dan *Gossip* ini membahas kehidupan pribadi bintang tamunya dan memaksa mereka untuk menceritakan masalah pribadi bintang tamu dengan cara membuat permainan permainan kecil untuk memancing artisnya menceritakan konfliknya dan terkadang *Talkshow* ini akan mempertemukan lawan artis yang bermasalah dalam satu Frame. Sehingga peneliti menarik rumusan masalah: “Bagaimana Persepsi Ibu Rumah Tangga di Jakarta Utara terhadap Tayangan *Talkshow* Rumpi “*No Secret*”?”

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan Penelitian yaitu:

1. Mengetahui Persepsi audiens Ibu Rumah Tangga Jakarta Utara dalam menonton Tayangan *Talkshow* Rumpi "No Secret?"

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat teoritis :
 - a. Secara Secara teoritis, penelitian ini dijadikan sebagai bahan pembelajaran maupun dasar pijakan untuk melakukan penelitian-penelitian lain yang terkait dengan Persepsi audiens dalam Acara Televisi *Talkshow*. Hasil dari penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta memacu semangat untuk dilakukannya penelitian penelitian lain mengenai judul ini.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap perkembangan dan Kemajuan pendidika Ilmu Komunikasi.
2. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan terhadap program-program Tayangan Televisi *Talkshow* lainnya di TransTV untuk menciptakan Tayangan yang baik dalam media penyiaran.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai kajian agar lebih baik dalam menyajikan Tayangan Televisi dan Audiens mampu memilih tontonan yang cerdas sehingga memberikan Tanggapan yang baik bagi Tayangan Televisi.

E. TINJAUAN PUSTAKA

1. Penelitian Terdahulu

NAMA PENELITI	JUDUL	TEORI	PERBEDAAN	PERSAMAAN	HASIL PENELITIAN
Didik Hariyanto Dosen Ilmu Komunikasi Fisip Umsida	Persepsi penonton Televisi Terhadap Tayangan Reka Ulang Peristiwa Kriminal	Teori Kerangka Berfikir	Pendekatan Fenomenologi	Penelitian ini menggunakan metode FGD(focus Group Discussion)	Terdapat 2 persepsi yakni persepsi Negatif dan Persepsi Positif, Partisipan yang mempersepsikan Tayangan Reka Ulang Peristiwa kriminal, Tayangan yang memici kejahatan, Acara yang Dramatisasi untuk penilaian positif dapat membantu pencegahan tindak kejahatan
Danandika Pramasto(2012), mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial budaya Universitas Islam Indonesia	Persepsi Anggota Jafana terhadap Diskriminasi Islam dalam Film My Name is Khan”	Teori Persepsi , Teori Audience, dan Teori perbedaan individual	Penelitian yang dilakukan Pramasto Danandika membahas Diskriminasi dalam Islam, menitikberatkan pada isu terorisme yang diidentikkan dengan Islam dalam Film My Name Is Khan . Objekpenelitiannya adalah dawah kampus, yaitu Javana.	Persamaan Penelitian yang dilakukan Pramasto Danandika pada penelitian ini terdapat pada Teori , dan metode penelitian. Pada Penelitian ini, membahas tentang persepsi anggota lembaga dakwah kampus yaitu Jafana terhadap diskriminasi Islam yang dilihat dari ilmu	beberapa hal seperti kepercayaan agama yang diyakini oleh anggota Javana, serta pengalaman dan persepsi yang berbeda-beda. Temuan yan kedua,selain dari persepsi, kedudukan Javana sebagaia audience dalam mengkonsumsi film juga ikut mempengaruhi persepsi yang dihasilkan, faktor seperti perbedaan yang ada didalam setiap individu, tergabungnya individu kedalam suatu organisasi, sampai peran pemuka pendapa, ikut mempengaruhi persepsi

				persepsi	anggota javana dalam melihat diskriminasi di film My Name Is Khan (Pramasto Danandika, 2012:101).
Neny ab'rita Sari	Pengaruh Menonton Film "Laskar Pelangi" Terhadap Persepsi Remaja Tentang Persahabatan (Studi FGD pada mahasiswa di Yogyakarta)", sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia 2011.	Teori kultivasi dan teori pembelajaran sosial	terletak diteori yang dipakai. Penelitian diatas menggunakan teori kultivasi dan teori pembelajaran sosial .	Persamaan dari penelitian ini terletak pada metode pengumpulan data yang digunakan, yaitu sama-sama menggunakan metode Focus Group Discusion (FGD).	Terdapat tiga dampak pada media massa, yaitu dampak kognitif film laskar pelangi berpengaruh terhadap pengetahuan partisipan mengenai orang-orang yang hidup dibawah garis kemiskinan mampu menggambarkan indahny persahabatan. Dampak Afektif yaitu menemukan bahwa partisipan merasa terharu, senang, dan bangga melihat sang tokoh. Dampak behavioral adalah bisa memberikan contoh yang pantas diteladani dalam kehidupan sehari-hari.
Yuriki Dandung H	Pengaruh Persepsi <i>Audience</i> terhadap ketertarikan Menonton acara Talkshow diTelevisi(Riset penonton acaraTalkshow Ceriwis dan Kick	Teori audience dan persepsi	Perbedaan pada penelitian ini, terlihat pada Objek Penelitian dan juga membandingkan pada Dua tayangan yaitu <i>Talkshow Ceriwis dan Kick Andy</i>	Persamaan dengan menggunakan Teori yang sama dan juga menggunakan pendekatan kualitatif	Dalam penelitian ini juga menghasilkan beberapa temuan yang dianalisis dengan teori audience dan persepsi . Hasilnya adalah bahwa audience adalah berbeda-beda.

	Andy)”, Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia 2010.				

2. Kerangka Teori

a. Teori S-O-R

Menurut (Effendy,2003:254), stimulus response, efek yang akan ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus, sehingga seseorang dapat memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi yang diberikan komunikan. Juga terdapat Unsur-unsur dalam model ini adalah :

1. Pesan/Stimulus adalah rangsangan, sehingga unsur stimulus dalam teori ini merupakan perangsang yang berupa isi pernyataan.
2. Komunikasi/Organism adalah badan yang hidup, sudah berarti manusia atau dalam istilah komunikan. Unsur organism dalam teori ini adalah receiver/penerima pesan.
3. Efek/Response dimaksud sebagai reaksi, tanggapan, jawaban, pengaruh,efek atau akibat,jadi dalam teori ini unsur respon adalah efek. Dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting, yaitu :
 - a. Perhatian, Stimulus yang disampaikan kepada komunikan diterima atau ditolak oleh komunikan,

komunikasi dapat berlangsung jika ada perhatian dari komunikasikan.

b. Pengertian, Proses berikutnya adalah komunikasikan mengerti stimulus yang diterima, kemampuan komunikasikan akan melanjutkan pada proses berikutnya.

c. Penerimaan, Setelah komunikasikan mengolah dan menerimanya maka terjadilah kesediaan.

(Effendy,2003:254)

b. Komunikasi Massa

Pada dasarnya, komunikasi massa, menurut (Nurudin,2015: 4) komunikasi melalui media massa seperti media cetak dan elektronik. Awal perkembangan komunikasi massa berasal dari pengembangan kata media of *mass communication* atau media komunikasi massa. Sedangkan Komunikasi massa, merupakan Proses komunikasi dengan media massa yang bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas.(Bungin, 2009:71).

Terdapat beberapa fungsi komunikasi massa menurut (Nurudin,2015:

4) ,yaitu:

“Sebagai Fungsi Informasi, merupakan fungsi paling penting yang terapat dalam komunikasi massa. Komponen paling penting untuk mengetahui fungsi informasi ini adalah berita-berita yang disajikan. Sebagai Fungsi Hiburan, untuk media elektronik menduduki posisi yang paling tinggi dibandingkan dengan fungsi-fungsi yang lain, masyarakat menjadikan televisi sebagai media hiburan. Sebagai Fungsi Persuasi, fungsi persuasif komunikasi massa tidak kalah pentingnya dengan fungsi informasi dan hiburan. Banyak bentuk tulisan kalau diperatikan sekilas hanya berupa informasi, tetapi jika diperhatikan secara lebih jeli

ternyata terdapat fungsi persuasi. Tulisan pada tajuk rencana, artikel, dan surat pembaca merupakan contoh tulisan persuasif. Sebagai Fungsi Transmisi Budaya, merupakan salah satu fungsi komunikasi massa yang paling luas, meskipun paling sedikit dibicarakan. Transmisi budaya tidak dapat dielakan selalu hadir dalam berbagai bentuk komunikasi yang mempunyai dampak pada penerimaan individu.”(Nurudin,2015:4)

c. Audiens

Menurut(Nurudin,2015:104), Masing-masing audience berbeda satusama lain diantaranya dalam hal berpakaian, berpikir, menanggapi pesan, pengalaman. Akan tetapi, masing-masing individu bisa saling mereaksi pesan yang diterimanya.

(Nurudin,2011:105) mengatakan audience dalam komunikasi massa setidaknya-tidaknya mempunyai lima karakteristik yaitu sebagai berikut:

“Audience, cenderung berisi individu-individu yang condong untuk berbagi pengalaman dan dipengaruhi oleh hubungan sosial diantara mereka. Individu-individu ini memilih produk media yang mereka gunakan berdasarkan kebiasaan dan kesadaran sendiri. Audiens, cenderung besar. Besar disini berarti tersebar ke berbagai wilayah jangkauan sasaran komunikasi massa. Meskipun begitu, ukuran luas ini sifatnya bisa jadi relatif. Audiens, cenderung heterogen, mereka berasal dari berbagai lapisan dan kategori sosial. Beberapa media tertentu mempunyai sasaran, tetapi heterogenitasnya juga tetap ada. Audiens, cenderung anonim, yakni tidak mengenal satu sama lain. Bagaimana mungkin audience bisa mengenal khalayak televisi yang jumlahnya juta. Tidak mengenal tersebut tidak ditekankan satu kasus per kasus, tetapi meliputi semua audience. Audience secara fisik dipisahkan dari komunikator dan dapat juga dikatakan audience dipisahkan oleh ruang dan waktu.”(Nurudin, 2011:105)

d. Persepsi

Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita (Mulyana, 2007:179).

Persepsi mempengaruhi rangsangan (stimulus) atau pesan apa yang kita serap dan apa makna yang kita berikan kepada mereka ketika mereka mencapai kesadaran. Persepsi merupakan proses dimana sensasi yang diterima oleh seseorang dan dipilih, kemudian diatur dan diinterpretasikan. Persepsi merupakan proses mental yang digunakan untuk mengenali rangsangan (Mulyana, 2007 :180)

Menurut (Sobur, 2003:446), persepsi menjadi 3 tahap, yaitu: seleksi, interpretasi dan reaksi:

“Seleksi, adalah proses penyaringan oleh indra terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit. Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Dalam fase ini rangsangan yang diterima selanjutnya diorganisasikan dalam suatu bentuk. Interpretasi dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni pengalaman masa lalu, system nilai yang dianut, motivasi, kepribadian dan kecerdasan. Namun, persepsi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengkategorian informasi yang diterimanya, yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana. Reaksi, yaitu tingkah laku setelah berlangsung proses seleksi dan interpretasi. Jadi, persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi dan pembulatan terhadap informasi yang sampai serta melakukan reaksi atas informasi tersebut. Berdasarkan pengertian yang diuraikan oleh para pakar, dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah sesuatu proses pengorganisasian dan penafsiran rangsangan yang menyangkut hubungan manusia dengan lingkungannya yang diperoleh dengan pengindraan, sehingga memunculkan intepretasi dari stimulus yang mengenainya, sehingga memunculkan makna tentang objek tersebut. Pada intinya persepsi dimulai dari stimuli dan kemudian di intepretasikan. Input sensorik yang diterima oleh manusia merupakan data awal (mentah) yang kemudian diproses dan diolah kemudian di interpretasikan menjadi persepsi. Sebuah tayangan di televisi mengandung stimulus yang beragam. Keseluruhan penampakan seperti Pemilihan tokoh presenter, pengambilan gambar, efek suara, diterima

oleh masing masing indera sehingga sebuah tayangan memunculkan makna di hati pemirsanya. (Sobur, 2003:446),

Sedangkan persepsi Menurut (Hanurawan,2012:34), mengatakan persepsi menunjukkan bagaimana kita melihat, mendengar, merasakan, dan mencium sesuatu disekitar kita, sehingga persepsi dapat pula dimaknai sebagai sebagai segala sesuatu yang dialami oleh manusia.

1. Faktor yang mempengaruhi persepsi

Dalam proses persepsi individu tidak hanya menerima satu stimulus saja, tetapi individu menerima bermacam-macam stimulus yang datang dari lingkungan. Tetapi tidak semua stimulus akan diperhatikan atau akan diberi respon. Individu mengadakan seleksi terhadap stimulus yang mengenainya, dan disini berperannya perhatian. Sebagai akibat dari stimulus yang dipilihnya dan diterima oleh individu, individu menyadari dan memberikan respon sebagai reaksi terhadap stimulus tersebut.(Walgito,1981 : 90). Dalam Rahmat (2009:52) ada 4 faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu :

a. Perhatian

Perhatian yaitu proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran disaat stimuli lainnya melemah. Perhatian terjadi jika kita mengkontrasikan pada salah satu alat indera kita dan mengesampingkan masuka-masukan melalui alat indera lain. Perhatian dibentuk oleh faktor internal dan eksternal.

Adapun faktor eksternal terdiri dari :

1. Intensitas stimuli Kita akan memperhatikan stimuli yang lebih menonjol dari yang lain.
2. Gerakan. Seperti organisme yang lain manusia secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak. intensitas stimuli. kita akan memperhatikan stimuli yang lebih menonjol dari stimuli yang lain.
3. Kebaruan (novelty) adalah hal-hal yang baru, yang luar biasa, yang berbeda, akan menarik perhatian.
4. perulangan adalah hal-hal yang disajikan berkali-kali, bila disertai dengan sedikit variasi akan menarik perhatian. disini unsur familiarity (yang sudah kita kenal) berpadu dengan unsur novelty (yang baru kita kenal). perulangan juga mengandung unsur sugesti yang mempengaruhi bawah sadar kita.

Sedangkan faktor internal terdiri dari :

1. Faktor biologis (kebutuhan dasar manusia),
 2. Faktor sosiopsikologis(sikap, kebiasaan dan kemauan).
- b. Faktor fungsional
- Menurut Rahmat (1999:55) faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal.

c. Faktor struktural

Faktor struktural menurut (Rakhmat, 1999:58) semata-mata dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada system saraf individu.

d. Memori

Memori menurut Schlessinger dan Groves (dalam Rahmat, 1999:62) adalah sistem yang berstruktur, yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta-fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing perilakunya. Mussen dan Roxenzweig (dalam Rakhmat, 1999:63) mengemukakan bahwa secara singkat memori melewati tiga proses yakni perekaman, penyimpanan, pemanggilan sebagai berikut :

1. perekaman (disebut encoding) adalah pencatatan informasi melalui reseptor indera dan sirkuit saraf internal.
2. penyimpanan (storage), proses yang kedua adalah menentukan berapa lama informasi itu berada beserta kita, dalam bentuk apa dan dimana. penyimpanan bias aktif atau pasif. kita menyimpan secara aktif, bila kita menambahkan informasi tambahan kita mengisi informasi tidak lengkap dengan kesimpulan kita sendiri.
3. pemanggilan (retrieval) dalam bahasa sehari-hari, mengingat lagi adalah menggunakan informasi yang disimpan. Hampir sama seperti yang dikemukakan Rahmat, faktor yang

mempengaruhi pembentukan persepsi seseorang.(Prasetijo,2005 : 69)”.

Terdapat Faktor-Faktor yang mempengaruhi Persepsi, yaitu Faktor Internal/perasaan, sikap dan kepribadian dan individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian, proses belajar,keadaan fisik,nilai,kebutuhan juga minat dan motivasi. (Miftah Toha,2003:154)

(Walgito,2003: 89) mengemukakan proses terjadinya persepsi dapat dijelaskan sebagai berikut:

“Sebagai langkah pertama adanya sensasi, yaitu objek menimbulkan stimulus, dan stimulus mengenai alat indera/reseptor. Stimulus diterima oleh alat indera diteruskan oleh syaraf sensoris ke otak. Kemudian terjadilah proses di otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu menyadari yang dilihat, yang didengar, atau yang diraba. “Perhatian sebagai langkah persiapan dalam proses persepsi diperlukan karena keadaan yang menunjukkan bahwa individu tidak hanya dikenai oleh satu stimulus saja, tetapi berbagai macam stimulus yang ditimbulkan oleh keadaan sekitar. Namun, tidak semua stimulus mendapat respon individu untuk dipersepsi. Stimulus yang mendapatkan respon dari individu tergantung pada perhatian individu yang bersangkutan”. (Walgito, 2003: 89)

Dapat dikemukakan bahwa tahap terakhir dari proses persepsi ialah individu menyadari yang dilihat, yang didengar, atau yang diraba, yaitu stimulus yang diterima melalui alat indera. Proses ini merupakan proses terakhir dari persepsi dan merupakan persepsi akhir. Respon sebagai reaksi dari persepsi yang diperoleh individu dalam berbagai macam bentuk. Menurut (Rakhmat,1988: 49)menerima sebuah pesan,khalayak mengalami suatu proses, yakni meliputi sensasi, persepsi, memori dan berpikir.

“Sensasi Tahap paling awal dalam penerimaan informasi adalah sensasi, yang dimaksud sensasi adalah pengalaman elementer yang tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual, dan juga berhubungan dengan kegiatan alat indera, Persepsi, Persepsi adalah Pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Dengan kata lain, persepsi adalah memberikan makna pada stimuli. Memori, Memori adalah sistem yang sangat berstruktur, yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing perilakunya. Berfikir, Berfikir merupakan organisasi unsur-unsur lingkungan dengan menggunakan lambang sehingga tidak perlu langsung melakukan kegiatan yang tampak.”(Rakhmat, 1988: 49)

2. Hubungan Persepsi pada Karakteristik Responden

Hubungan Karakteristik demografis dan demografis dengan persepsi peserta FGD pada tayangan *talkshow* Rumpi “*No Secret*” menunjukkan kecenderungan yang beragam, dilihat dari latar belakang sosial.

Menurut Setiadi(2003) menjelaskan peubah utama yang dapat digunakan sebagai dasar pengelompokkan sasara, antara lain menyangkut segmentasi demografis terkait dengan cara-cara atau kebiasaan seseorang dalam bertingkah laku. Menurut Rakhmat (2007) menjelaskan bahwa faktor yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang seperti umur, pendidikan serta pengalaman masa lalu. Faktor-faktor inilah yang memberi respon pada stimuli dan berhubungan nyata dengan persepsi seseorang terhadap suatu stimuli. Ragam kemasan dan

penamaan dalam format tayangan infotainment antarlain ditujuh stasiun televisi swasta, memungkinkan persepsi pemirsa yang juga beragam ada tiap tayangan infotainment yang meliputi nilai di infomasi dan daya tarik format tayangan.

3. Hubuungn Persepsi dengan pengalaman menonton

a. Pengalaman

Menurut Daehler & Bukatko, (1985) Pengalaman diartikan sebagai sesuatu yang pernah dialami oleh setiap individu. Pengalaman dapat diartikan juga sebagai sesuatu yang pernah dialami oleh setiap individu. Pengalaman juga dapat diartikan sebagai memori episodic, yaitu memori yang menerima dan menyimpan peristiwa yang terjadi atau dialami individu pada waktu dan tempat tertentu yang berfungsi sebagai referensi otobiografi.

Selain itu, pengalaman merupakan hal yang tak dapat dipisahkandari kehidupan manusia sehari-harinya. Pengalaman juga sangat berharga bagi setiap manusia, dan pengalaman juga pengalaman dapat diberikan oleh siapa saja untuk digunakan dan menjadi pedoman serta pembelajaran manusia. Pengalaman peserta FGD dalam menonton tayangan rumpi “no secret” juga hal yang tidak dapat terlupakan , karena hampir semuaa peserta FGD yang sering menonton tayangan rumpi “no secret” akan lebih memahami tayangan tersebut.

b. Menonton

Pengertian menonton televisi adalah suatu tindakan menarik yang tidak lepas dari dorongan dari masing-masing individu untuk menikmati apa yang ditayangkan oleh televisi, atau dengan kata lain tindakan menonton televisi adalah kesadaran seseorang terhadap sesuatu yang berhubungan dengan dorongan yang ada dalam diri individu sehingga seseorang memusatkan perhatiannya terhadap acara yang di tayangkan televisi dengan senang hati serta dengan perasaan puas sehingga pemirsa dapat menikmati apa yang ditayangkan oleh televisi tersebut.

Menurut (Danim, 2004) menonton berarti aktivitas melihat sesuatu dengan tingkat perhatian tertentu. Menonton televisi sebagaimana halnya aktivitas konsumsi yang lain, adalah sebuah proses aktif, baik antar partisipan maupun antara partisipan dan televisi yang didalamnya audiens tidak sekedar mengambil peran sebagai pihak yang secara aktif memilih aneka material media yang tersedia bagi mereka, melainkan juga aktif memakai, menafsir, serta mengawasi(decoding) material-material yang dikonsumsinya (Morley, 1995: 54). Artinya, menonton televisi bukanlah sekedar aktivitas menyorotkan mata kearah layar kaca melainkan bersifat multidimensi. Jadi, intensitas menonton televisi disini merupakan tindakan atau keadaan seseorang yang

menikmati tayangan di televisi dalam ukuran waktu tertentu. Dan menggambarkan seberapa sering serta memusatkan perhatiannya terhadap acara yang ditayangkan di televisi. Sehingga, dalam hal ini, pengalaman menonton audiens merupakan sering tidaknya dalam menonton tayangan Rumpi”no secret” sehingga persepsi yang diberikan akan berbeda satu sama lain pada setiap audiens.

e. ***Talkshow***

Talkshow adalah program televisi dimana setiap individu/grup mendiskusikan setiap topik. Dalam *Talkshow* juga, akan menghadirkan tamu untuk berbagi kisah/pengalaman. *Talkshow* juga merupakan program Televisi diskusi yang didalamnya juga terdapat seorang atau sekelompok yang akan membahas suatu topik tertentu.

Talkshow bisa dibedakan menjadi tiga subgenre utama (Timberg, 2002:81) ,
antarlain:

- 1) *The Late Night Entertainment Talk Show* Jenis ini merupakan subgenre yang biasanya paling melekat dalam benak banyak orang jika mereka mengingat program *talk show*, yakni acara yang menghadirkan selebriti, bisa juga bersama orang lain dan mereka duduk berdekatan.
- 2) *The Daytime Audience-Participation Show* Format acara yang diciptakan Phil Donahue pada 1967 di Dayton, Ohio, ini terinspirasi dari radio call-in-show (*Conversation Piece*, 1963-1967) yang pernah dibawakannya. Ketika diterapkan di televisi, penonton 13 memenuhi studio karena ingin berdialog langsung dengan pakar atau selebriti.
- 3) *The Early Morning News Talk Magazine Show* Pada 1940-an, radio memiliki banyak variasi acara bincang-bincang di pagi hari. Namun, televisi muncul lebih pagi lagi. Pada tahun 1947-1948, pasangan terkenal pembawa *talk show* di radio, Tex dan Jinx, mengudara pada pukul 13.00. pada 1948, jaringan televisi Dumont menguji pasar dengan menampilkan acara talk show sebelum tengah hari. Tahun-tahun berikutnya, subgenre talk show ini secara berkala berubah-ubah sesuai tuntutan industri hiburan

Daya tarik adalah salah satu faktor yang harus dimiliki oleh seorang komunikator. Faktor daya tarik (*attractiveness*) banyak menentukan berhasil tidaknya komunikasi. Pendengar atau pembaca bisa saja mengikuti pandangan seorang komunikator, karena ia memiliki daya tarik dalam hal kesamaan (*similarity*), dikenal baik (*familiarity*), disukai (*liking*) dan fisiknya (*physic*). Menurut Onong Uchjana Effendy, “daya tarik adalah kekuatan, penampilan komunikator dalam memikat perhatian, sehingga seseorang mampu untuk mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi”. Menurut (Effendy, 1989 :

181) mengemukakan bahwa daya tarik merupakan *appeals* pesan yang mengacu pada motif psikologis yang mengandung pesan rasional emosional dengan himbauan akan ganjaran tertentu. Berbagai daya tarik dalam berbagai tayangan :

1. Daya Tarik Selebritis.

Suatu tayangan akan menarik perhatian penonton apabila seorang selebritis terkenal yang menjadi bintang dalam tayangan tersebut. Begitu pula dalam tayangan Rumpi "No Secret", apabila pembawa acara tayangan tersebut orang yang memiliki kemampuan dalam bidangnya maka tayangan tersebut akan diminati oleh khalayak.

2. Daya Tarik Humor.

Humor salah satu daya tarik agar suatu program tayangan tersebut selalu diminati dan diminati penonton. Humor dalam acara ini selalu menyegarkan penonton.

3. Daya Tarik Musik.

Dalam suatu tayangan, musik merupakan minat semua kalangan, tinggal program tayangan tersebut membuat tayangan musik mereka diminati penonton. Dalam hal ini, mencakup musik sebagai penarik perhatian, membuat konsumen berperasaan positif, membuat konsumen lebih menerima acara yang ditayangkan.

4. Daya Tarik Pesan

Pesan merupakan topik yang dibahas atau informasi terhangat dari program acara Show Imah yang ingin disampaikan kepada publik dan para penontonnya. Berdasarkan definisi mengenai daya tarik tersebut, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa daya tarik adalah sesuatu yang dapat menarik perhatian dalam memberi kepuasan seseorang terhadap objek dari setiap penyajiannya. Dan jika dikaitkan dengan penelitian ini, program acara Rumpi “*No Secret*” mampu mengundang dan menarik perhatian para pemirsanya dengan menyuguhkan berita yang aktual dan faktual, bersifat menghibur dan menyentuh emosi para penontonnya dengan tema-tema yang menarik.

F. METODE PENELITIAN

1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

a) Postpositivisme

Postpositivisme memiliki ciri utama sebagai suatu perbaikan dari Positivisme. Melihat kekurangan pada Positivisme yang membuat menyebabkan pendukung Postpositivisme berusaha mengurangi kelemahan dan menyesuaikannya. Paradigma ini akan memperbaiki kekurangan Positivisme. Secara ontologi, aliran yang bersifat critical memandang bahwa realitas memang ada dalam kenyataan sesuai dengan hukum alam, tetapi suatu hal, yang mustahil bila suatu realitas dapat dilihat baik oleh peneliti. (Salim, 2001:40).

Menurut Salim (2001:40) menjelaskan Postpositivisme sebagai berikut: Paradigma ini merupakan aliran yang ingin memperbaiki kelemahan-kelemahan Positivisme yang hanya mengandalkan kemampuan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Secara ontologi aliran ini bersifat *critical realism* yang memandang bahwa realitas memang ada dalam kenyataan sesuai dengan hukum alam, tetapi suatu hal, yang mustahil bila suatu realitas dapat dilihat secara benar oleh manusia (peneliti). Oleh karena itu secara metodologi pendekatan eksperimental melalui metode *triangulation* yaitu penggunaan bermacam-macam metode, sumber data, peneliti dan teori.

Selanjutnya, dijelaskan secara epistemologis hubungan antara pengamat atau peneliti dengan objek atau realitas yang diteliti tidaklah bisa dipisahkan, tidak seperti yang diusulkan aliran Positivisme. Aliran ini menyatakan suatu hal yang tidak mungkin mencapai atau melihat kebenaran apabila pengamat berdiri di belakang layar tanpa ikut terlibat dengan objek secara langsung. Oleh karena itu, hubungan antara pengamat dengan objek harus bersifat interaktif, dengan catatan bahwa pengamat harus bersifat senetral mungkin, sehingga tingkat subjektivitas dapat dikurangi secara minimal (Salim, 2001:40).

Dari pandangan Guba maupun Salim yang juga mengacu pandangan Guba, Denzin dan Lincoln dapat disimpulkan bahwa Postpositivisme adalah aliran yang ingin memperbaiki kelemahan pada Positivisme. Satu sisi Postpositivisme sependapat dengan Positivisme bahwa realitas itu memang

nyata ada sesuai hukum alam. Tetapi pada sisi lain Postpositivisme berpendapat manusia tidak mungkin mendapatkan kebenaran dari realitas apabila peneliti membuat jarak dengan realitas atau tidak terlibat secara langsung dengan realitas. Hubungan antara peneliti dengan realitas harus bersifat interaktif, untuk itu perlu menggunakan *prinsip triangulasi* yaitu penggunaan bermacam-macam metode, sumber data, data, dan lain-lain.

Selanjutnya, menurut Guba (1990:23) sistem keyakinan dasar pada peneliti Postpositivisme adalah sebagai berikut:

Asumsi ontologi : “Realis kritis – artinya realitas itu memang ada, tetapi tidak akan pernah dapat dipahami sepenuhnya. Realitas diatur oleh hukum-hukum alam yang tidak dipahami secara sempurna.”

Asumsi epistemologi: “Objektivis modifikasi - artinya objektivitas tetap merupakan pengaturan (*regulator*) yang ideal, namun objektivitas hanya dapat diperkirakan dengan penekanan khusus pada penjaga eksternal, seperti tradisi dan komunitas yang kritis.”

Asumsi metodologi : “Eksperimental/manipulatif yang dimodifikasi, maksudnya menekankan sifat ganda yang kritis. Memperbaiki ketidakseimbangan dengan melakukan penelitian dalam latar yang alamiah, yang lebih banyak menggunakan metode-metode kualitatif, lebih tergantung pada teori-grounded (*grounded-theory*) dan memperlihatkan upaya (*reintroducing*) penemuan dalam proses penelitian.”

b) Pendekatan Kualitatif

Penelitian kualitatif merupakan riset yang menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Riset ini, tidak mengutamakan besarnya populasi atau samplingnya sangat terbatas (Rachmat, 2006:56)

Pendekatan kualitatif dalam hal ini sesungguhnya merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang akan diamati. Sehingga data yang dikumpulkan adalah data yang berupa kata/ kalimat maupun gambar. Data bisa berupa wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumen pribadi, memo ataupun dokumen resmi lainnya.

Pendekatan ini peneliti akan memperoleh gambaran yang lengkap dari permasalahan dengan memfokuskan proses dan pencarian makna dibalik kejadian yang muncul dalam penelitian, dengan harapan agar informasi yang dikaji lebih bersifat mendalam, alamiah dan apa adanya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif. Dalam pendekatan Kualitatif, jenis penelitian yang sering dilakukan adalah penelitian kualitatif, dimana kondisi sebagaimana adanya atau keadaan sewajarnya (tanpa perlakuan) atau secara naturalistik (*natural setting*). Oleh karena itu, penelitian kualitatif diartikan sama dengan penelitian naturalistik. Penelitian pada dasarnya berarti rangkaian kegiatan atau proses mengungkapkan rahasia sesuatu yang belum diketahui, dengan mempergunakan metode atau cara bekerja yang sistematis dan terarah.

Data yang diungkapkan dan cara mengungkapkannya itulah yang menjadi salah satu penelitian kualitatif. Datanya yang bersifat kualitatif, tidak menggambarkan jumlah atau bilangan yang memiliki perbandingan yang pasti (Indranata, 2008:4).

2. Metode Penelitian Focus Group Discussion (FGD)

Focus Group Discussion dapat dikatakan sebagai metode diskusi yang direncanakan dan bertujuan untuk menjangkau persepsi serta sikap dan Topik yang didiskusikan secara terbuka dalam suasana proaktif. Peserta diskusi saling mempengaruhi atas ide dan pendapat yang diutarakan dalam diskusi tersebut.

Focus Group Discussion/FGD(Kelompok diskusi terfokus) adalah metode riset yang dianggap mewakili sejumlah publik atau populasi yang berbeda. FGD memungkinkan periset mendapatkan data yang lengkap dari responden (Rachmat,2006:63).

FGD yang menggunakan metode “diskusi terfokus” termasuk metode kualitatif, seperti metode kualitatif lainnya, in-depth interview, dsb. Dalam Diskusi FGD menjawab jenis-jenis pertanyaan how and why, bukan jenis-jenis pertanyaan what and how many yang khas digunakan untuk metode kuantitatif survei sosial ekonomi, atau lainnya.

Teknik FGD dimaksudkan untuk memperoleh data dari suatu kelompok berdasarkan hasil diskusi terpusat yang membahas satu topik tertentu. Penggunaan teknik FGD diciptakan hanya untuk digunakan pada

persoalan yang meminta tanggapan atau pemecahan kelompok, FGD juga hanya dipakai untuk menghimpun data dari informan. Sedangkan metode lain, peneliti mendapatkan data dari informan yang sifatnya pribadi, tanpa melalui “Pergumulan” sikap dan pendapat orang lain, sedangkan FGD informasi yang didapat adalah informasi, sikap, pendapat dan keputusan kelompok tersebut.

Di dalam proses FGD, peneliti harus memikirkan tentang kelompok yang akan dipilih, Beberapa hal yang harus dipertimbangkan dalam memilih peserta FGD adalah:

- a. Keahlian atas tingkat pengetahuan seseorang dalam masalah yang akan dibicarakan
- b. Pengalaman Praktis dan kepedulian terhadap fokus masalah
- c. Pribadi terlibat dalam fokus masalah.

Pelaksanaan diskusi dipimpin oleh seorang pimpinan diskusi yang bisa merangkap sebagai moderator dan juga dibantu oleh seorang sekretaris yang mencatat jalannya diskusi mencatat jalannya diskusi. Sebelum memulai diskusi, sebaiknya sebaiknya para peserta saling berkenalan terlebih dahulu, sebab hal ini akan menghasilkan suasana *friendly*. Setelah selesai, bahan diskusi dicatat dalam transkrip yang lengkap termasuk semua percakapan, komentar, dan kejadian khusus lainnya. Namun semua itu hanya berupa data mentah. Transkrip FGD dibuat berdasarkan kronologi agar mudah saat dianalisis.

3. Fokus Penelitian

Tujuanfokus penelitianuntuk mempermudah dalam mengambil data danjuga mengolah menjadi kesimpulan.Berdasarkan paparan diatas dan berdasarkan permasalahan yang diteliti serta tujuan penelitian maka fokus penelitian ini yaitu persepsi (Walgito,2003:89) yang meliputi sebagai berikut

“Sensasi, berkaitan dengan penginderaan (indera penglihat, dan inderapendengar), yang berhubungan dalam penerimaan informasi. Perhatian, tidak semua stimulus mendapat respon individu untuk dipersepsi. Stimulus mana yang akan dipersepsi ataumendapatkan respon dari individu tergantung perhatian individu yang itu sendiri .Respon, berkaitan dengan tanggapan, reaksi atau akibat seseorang setelah mendapatkan stimulus.”(Walgito, 2003:89).

4. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian yang peneliti lakukan yaitu Jln Lagoa Terusan kec Koja Jakarta Utara.

5. Subjek Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan diwilayah Jakarta khususnya di. Jln Lagoa Terusan kec Koja Jakarta Utara.

Populasi Penelitian ini adalah Para pemilih pemula(berusia antara 20-40) di wilayah Yogyakarta. dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Pesertanya adalah Ibu Rumah Tangga dengan pendidikan Minim(SD/SMP) dan Ibu Rumah Tangga dengan pendidikan Tinggi. Juga pemerhati Tayangan Rumpi “No Secret” .
- b. Usia peserta antara 20 – 40 tahun.
- c. Komposisi perempuan / Ibu-Ibu Rumah Tangga.

- d. Penonton berat dengan aktivitas menonton sering dan antusias terhadap Tayangan sedangkan penonton Ringan dengan aktivitas menonton sedang dan kurang antusias dalam menonton
- e. Berasal dari Latar Belakang pendidikan yang berbeda. Pendidikan dengan studi akhir tamatan SMA /Diploma.

6. Unit Analisis

Unit analisis adalah satuan objek yang dijadikan populasi penelitian atau yang akan dianalisis, misalnya mahasiswa, sekolah, guru, perusahaan, instansi, maupun organisasi tertentu. Dalam Skripsi yang akan peneliti buat, unit analisisnya adalah Ibu Rumah Tangga Kel. Lagoa Kec. Koja Jakarta Utara.

Pada penelitian ini, peneliti mengambil 7 Ibu Rumah Tangga Jakarta Utara untuk dipilih sebagai target penelitian peneliti. Sebab, Mendapatkan persepsi masyarakat haruslah dengan Jumlah sample lebih dari satu, dan peneliti juga menganggap Pengambilan sample dengan Jumlah ini, sudah cukup mendapatkan hasil persepsi setiap individu pada persepsi Ibu Rumah Tangga. Dan pengambilan jumlah objek ini, sudah mampu menghasilkan persepsi Pada Tayangan Rumpi "*No Secret*".

7. Jenis Data

- a. Data Primer

Data yang diperoleh secara Langsung dari subjek peneliti, dalam hal ini data primer yang dimaksud adalah Talkshow Rumpi "*No Secret*".

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh secara tidak langsung dari subjek penelitian.

Data sekunder ini bisa dilihat dari buku, jurnal, situs online, penelitian terdahulu dan sebagainya yang berkaitan dengan topik penelitian.

8. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Pengambilan data pada Penelitian ini menggunakan data observasi, yakni peneliti akan mengobservasi lokasi penelitian dan aktivitas menonton Rumpi "No Secret" yang dilakukan oleh peserta.

b. Dokumen

Peneliti mengambil data menggunakan Data Dokumen sebab peneliti mengambil melalui Buku, Internet dan sumber lainnya.

c. FGD

Teknik pengambilan Data menggunakan FGD (*Focus Group Discussion*), yakni Melalui Metode Diskusi kelompok ini, peneliti akan mendapatkan hasil persepsi dari subjek penelitian.

9. Teknik Analisis Data

Analisis Data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, dan setelah selesai dilapangan. Dalam hal ini, analisis telah dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian, namun dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih difokuskan selama proses

dilapangan bersamaan dengan pengumpulan data. Ada Tiga hal dalam analisis data, yaitu reduksi data, dan penyajian data.

a. Reduksi

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan ketika melakukan penelitian dilapangan. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

b. Penyajian data

Penyajian Data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif, dan kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan dan bagan.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan.

G. JADWAL PENELITIAN

Beberapa hal yang terkait dengan waktu penelitian:

- a. FGD beserta Laporrannya dilakukan dalam rentang Akhir bulan Mei 2016 –Pertengahan Juni 2016.
- b. Tahap-Tahap Penelitian
 1. Pertama, membentuk tim-tim/Fasilitator diskusi Moderator, Notulen, Logistik, Transkrip dan Teknis Perekaman.
 2. Kedua, mengumpulkan peserta, mendiskusikan tempat diskusi serta membagikan undangan bagi peserta.
 3. Ketiga, menyiapkan bahan diskusi yang akan dibahas dalam diskusi
 4. Keempat, melakukan Tahap diskusi.

