ВАВ І

PENDAHULUAN

* 1. Konteks Penelitian

 Kompetisi dan persaingan yang ketat di industri televisi memaksa para pengelola stasiun televisi mencurahkan ide - ide cemerlang serta memaksimalkan daya kreasi dalam membuat dan memilih program siaran. Stasiun televisi komersial yang gagal memproduksi dan memilih program yang menarik bagi audiens dipastikan akan gulung tikar.

Saat ini terdapat 11 (sebelas) stasiun televisi yang bersiaran secara nasional serta puluhan TV vokal yang bertebaran di berbagai daerah, sebagian diantaranya bergabung dalam Asosiasi TV Lokal Indonesia (ATVLI). Sebelas stasiun televisi yang bersiaran secara nasional yakni ANTV, Global TV, Indosiar, TVOne, RCTI, SCTV, MNC TV, Trans TV, Trans 7. Metro TV dan TVRI. Para pengelola stasiun televisi belomba-lomba merancang, memproduksi dan menyiarkan program yang diharapkan bisa merebut penonton/pemirsa sebanyak mungkin, karena program yang disukai penonton (mendapat rating tinggi) diminati pemasang iklan.

Kesulitan utama bagi pengelola program sebuah stasiun televisi adalah memastikan apakah suatu acara akan meraih banyak penonton. Hingga saat ini belum ada perangkat yang dapat digunakan untuk memperkirakan apakah sebuah program akan sukses saat disiarkan. Namun demikian tetap ada standar kwalitas yang harus dipenuhi sebuah program, meski itu bukan jaminan kesuksesan[[1]](#footnote-1).

Artinya kemauan penonton susah ditebak, sebuah program yang diprediksi bakal diminati penonton sangat mungkin rating-nya rendah, demikian pula sebaliknya. Drama seri Meteor Garden yang disiarkan Indosiar pada awal tahun tahun 2000-an salah satu contohnya. Pihak Indosiar mengakui memang telah meramalkan drama seri tersebut akan direspon positif oleh pemirsa, tapi tak menyangka sambutan yang luar biasa dari penonton datang dalam waktu singkat. Karena pertimbangan minat penonton dan bisnis, setelah episode empat pihak Indosiar menambah jam tayang Meteor Garden dari satu jam menjadi dua jam dan selanjutnya memindah waktu penayanganya ke primetime[[2]](#footnote-2).

Dengan alasan pertimbangan bisnis (perolehan iklan) pengelola stasiun televisi akan menghentikan penayangan sebuah program yang rating-nya rendah. Selanjutnya mereka mengganti dengan program sejenis dengan acara TV lain yang mendapat rating tinggi[[3]](#footnote-3). Hal ini, menyebabkan terjadinya keseragaman acara di beberapa stasiun TV. Contohnya, program musik salah satu stasiun TV yang sukses meraih banyak penonton, segera diduplikasi oleh beberapa stasiun TV lain.

Salah satu program televisi yang diminati penonton adalah *talk show*. Seperti namanya, program ini menyuguhkan wacana, perbincangan, dengan seorang atau beberapa orang narasumber yang dipandu oleh host. Topiknya beragam, tergantung target audience, mulai dari hal - hal ringan sampai perkara serius misalnya masalah pengelolaan negara. Sekadar contoh, TVOne mempunyai program talk show ‘'Indonesia Lawyer’s Club’’ dan Trans7 punya ‘‘Bukan Empat Mata.’’

Di Amerika Serikat ada talk show yang sangat fenomenal, yakni Oprah Winfrey Show yang mampu merebut perhatian jutaan penonton dalam tempo lama. The Oprah Winfrey Show , sering disingkat Oprah, adalah talk show terpanjang dalam sejarah pertelevisian Amerika. Talk Show yang diproduksi dan dibawakan oleh Oprah Winfrey ini mengudara selama 25 tahun sejak 8 September 1986 hingga 25 Mei 2011. Episode terakhir Oprah disaksikan 16,4 juta penonton di Amerika Serikat, menduduki rating teratas[[4]](#footnote-4).

Di Indonesia, program talk show yang bisa dikatakan fenomenal, salah satunya adalah ‘Kick Andy’ yang disiarkan Metro TV setiap Jumat malam pukul 20. 05 WIB. Program yang ditayang ulang setiap hari Minggu, pukul 13.00 WIB itu pernah mendapat penghargaan Panasonic Award pada 2009 dan 2012.

Tayang perdana pada 1 Maret 2006, acara yang dipandu Andy F Noya itu hingga kini sudah bertahan selama lebih dari 9 tahun. Kekhasan talk show Kick Andy antara lain menampilkan narasumber yang berprestasi di bidang yang digelutinya serta adanya pembagian buku secara cuma – cuma kepada penonton yang hadir di studio, di akhir acara. Dalam sebuah kesempatan, Andy F Noya mengatakan, ‘’Kick Andy lahir untuk memberi tayangan yang mengasah hati, ketika tayangan lainnya hanya mengasah akal dan intelektualitas.”[[5]](#footnote-5)

Mampu bertahan hingga lebih dari 9 tahun menunjukkan bahwa talk show Kick Andy diminati penonton. Vane Grosse dalam bukunya Programing for TV, Radio and Cable, (dalam Morissan, 2008) mengatakan, program TV yang sukses meraih banyak penonton memiliki elemen - elemen konflik, durasi, kesukaan, konsistensi, energi, timing, dan tren. Bisa diasumsikan program Kick Andy diminati penonton sekurang –kurangnya karena adanya elemen kesukaan.

Terkait dengan elemen kesukaan, Vane Grosse mengatakan, bahwa sebagian audiens memilih program yang menampilkan pemain utama atau pembawa acara yang mereka sukai уaitu orang yang membuat audiens merasa nyaman. Mereka adalah orang - orang yang memiliki kepribadian yang hangat, suka menghibur, sekaligus sensitif dan ramah[[6]](#footnote-6).

Bertahannya program Kick Andy hingga lebih dari 9 tahun, membuat peneliti tertarik untuk mengkaji apa opini mahasiswa mengenai tayangan program ini. Peneliti ingin mengetahui lebih jauh bagaimana opini mahasiwa mengenai talk show Kick Andy setelah mereka menyaksikan tayangan tersebut.

Dalam wawancara prapenelitian, Puti, salah seorang penonton setia program Kick Andy mengatakan, dirinya pertama kali secara tak sengaja menonton program tersebut dan langsung tertarik. Menurut Mahasiswi perguruan tinggi swasta di Bandung itu, materi bahasan dan cara Andy F Noya membawakan program tersebut menarik. Puti sekarang menjadi penggemar fanatik Kick Andy dan selalu menyempatkan menonton setiap Jumat malam, kecuali jika ada acara yang tak bisa ditinggalkanya.

Begitu juga dengan Mulyadi, penggemar acara Kick Andy yang lain. Ia selalu berusaha menyempatkan menonton penampilan Andy F Noya setiap Jumat malam. Dalam wawancara prapenelitian, mahasiswa perguruan tingggi negeri di Bandung ini mengatakan, Kick Andy adalah program yang disebutnya cerdas, kadang menggugah hati dan kadang memberi inspirasi.

Adanya mahasiswa yang menjadi penonton fanatik Kick Andy seperti terungkap dalam wawancara prapenelitian semakin menguatkan alasan peneliti untuk mengetahui opini mahasiswa mengenai Talk Show Kick Andy.

Dengan konteks seperti dipaparkan di atas, peneliti merumuskan permasalahan dalam penelitian ini dengan judul Opini Mahasiswa Mengenai Talk Show Kick Andy di Metro TV.

* 1. Fokus Dan Pertanyaan Penelitian

Penentuan fokus penelitian mempunyai dua tujuan. Pertama, penetapan fokus penelitian dapat membatasi studi, dalam hal ini fokus akan membatasi bidang inquiry. Kedua, penetapan fokus penelitian berfungsi untk memenuhi criteria inklusi ekslusi atau memasukan dan mengeluarkan suatu infomasi baru yang diperoleh di lapangan[[7]](#footnote-7).

Fokus dalam penelitian ini yakni asumsi bahwa khalayak aktif dalam melakukan pembacaan teks media. Pandangan mengenai khalayak aktif merupakan respon atas berbagai kajian terhadap khalayak/audiens media, terutama televise, yang berasumsi bahwa khalayak pasif terhadap pesan dan makna yang mereka terima.

Dengan demikian bisa diasumsikan penonton Talk Show Kick Andy juga aktif ketika menerima pesan – pesan yang disampaikan dalam program tersebut. Dengan fokus penelitian seperti penulis paparkan, maka pertanyaaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana opini mahasiswa mengenai konten talk show Kick Andy di Metro TV.
2. Apa opini mahasiswa mengenai host Andy F. Noya dalam talk show tersebut?
3. Apa opini mahasiswa mengenai narasumber yang dihadirkan dalam talk show Kick Andy.
	1. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

 Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui :

1. Opini mahasiswa mengenai konten talk show Kick Andy di Metro TV.
2. Opini mahasiswa mengenai host Andy F. Noya dalam talk show Kick Andy.
3. Opini mahasiswa mengenai narasumber yang dihadirkan dalam talk show Kick Andy.
	* 1. Kegunaaan Penelitian

 Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat baik secara akademik maupun praktis sebagai berikut:

* + - 1. **Akademis**

 Hasil penelitian juga diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi dunia akademis dan kontribusi yang lebih luas bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya komunikasi masa. Penelitian ini dapat memberikan masukan bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai kajian program televisi dan dampaknya terhadap penonton.

* + - 1. **Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi :

1. Masukan bagi praktisi dalam merencanakan dan membuat sebuah program TV, terutama program talk show.
2. Masukan bagi pengelola program stasiun TV dalam merencanakan penayangan program siaran, terutama program talk show.
3. Rujukan bagi peneliti yang akan meneliti hal - hal yang berkaitan dengan dampak tayangan program televisi.
1. Morissan, Manajemen Media Penyiaran, Jakarta, Penerbit Remaja Rosdakarya, 2008 : .324. [↑](#footnote-ref-1)
2. Heryanto, Budaya Populer di Indonesia, Yogyakarta, Jalasutra, 2012: 146 - 147. [↑](#footnote-ref-2)
3. Panjaitan, Matinya Rating Televisi, 2006, : 21-22 [↑](#footnote-ref-3)
4. [Http://id.wikipedia.org/wiki\_Oprah\_Winfrey\_Show](http://id.wikipedia.org/wiki_Oprah_Winfrey_Show). [↑](#footnote-ref-4)
5. www.kickandy.com [↑](#footnote-ref-5)
6. Morissan, Manajemen Media Penyiaran, Penerbit Remaja, 2008, hal. 327. [↑](#footnote-ref-6)
7. Moleong, Metododologi Penelitian Kualitatif, Penerbit Rosdakarya, 2002, hal. 62 [↑](#footnote-ref-7)