

KONTROVERSI PROGRAM PESBUKERS DI ANTV

(Studi Pada Mahasiswa Sistem Informatika Fakultas Ilmu Komputer Universitas
Pembangunan Panca Budi)

SKRIPSI

OLEH :

MUHAMMAD ILHAM SAHPUTRA

NPM : 1303110016

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Hubungan Masyarakat



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

2017

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya, Muhammad Ilham Sahputra NPM 1303110016 menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah adalah segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang termasuk perbuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiatk atau menjiplak dan mengambil karya orang lain, adalah kejahatan yang dihukum menurut Undang-undang yang berlaku .
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila kemudian hari pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi:

1. Skripsi beserta nilai-nilai ujian saya dibatalkan.
2. Pencabutan gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan kembali ijazah dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 20 Oktober 2017

Yang menyatakan

Muhammad Ilham Sahputra
1303110016

Kontroversi Program Pesbukers Di ANTV (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Sistem Informatika Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Panca Budi)

MUHAMMAD ILHAM SAHPUTRA

1303110016

ABSTRAK

Pesbukers adalah sketsa realita yang digawangi oleh artis-artis terkenal Indonesia, seperti Raffi Ahmad, Jessica Iskandar, Ayu Ting-ting, dan masih banyak lainnya. ANTV merupakan stasiun televisi yang menayangkan program ini. Pesbukers diketahui mengawali acaranya pada tahun 2011 hingga sekarang. Semenjak tahun pertama pesbukers telah menerima penghargaan dari panasonic gobel awards. Tetapi pesbukers juga kerap mendapatkan teguran dari KPI karena di nilai melanggar norma-norma yang ada. Yang terakhir pada bulan ramadhan yang lalu pesbukers di tegur KPI karena dinilai telah melanggar ketentuan dari KPI. Tanggapan pro dan kontra bermunculan di masyarakat tanpa terkecuali mahasiswa. Maka peneliti disini menggunakan mahasiswa sebagai narasumbernya. Teori yang di gunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi massa, dan opini publik. Peneliti menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif lalu dilanjutkan pengumpulan data dengan wawancara secara terstruktur. Peneliti menggunakan beberapa aspek dalam meneliti seperti segmen program, atitude artis yang ditampilkan, prestasi, wanprestasi. Hasil dari pengumpulan data melalui beberapa aspek dengan wawancara pada mahasiswa sistem informatika fakultas ilmu komputer universitas pembangunan panca budi menghasilkan tanggapan positif dan negatif terkait program pesbukers. Segmen program ada yang menarik dan tidak menarik, atitude artis yang ditampilkan ada yang layak dan tidak layak, prestasi dinilai layak menerima penghargaan panasonic gobel awards, namun disisi lain tidak layak karena banyak kerap terkena tegur KPI, dan wanprestasinya dinilai buruk dan harus tutup programnya karena kerap terkena teguran KPI namun di sisi lain tidak harus ditutup program nya karena masih menghibur dan bisa berbenah.

Masalah terkait program pesbukers telah banyak diangkat oleh mahasiswa dalam bentuk karya ilmiah. Namun hingga saat ini fenomena pesbukers masih saja terjadi di tengah masyarakat.

Kata kunci: **Kontroversi, Program Pesbukers, Televisi, ANTV**

Kata Pengantar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Asalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Salawat dan salam kepada nabi besar Muhammad SAW, sebagai penutan umatnya yang selalu memberikan tauladan sepanjang masa.

Penulisan skripsi ini adalah salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Adapun yang penulis bahas yaitu mengenai “KONTROVERSI PROGRAM PESBUKERS DI ANTV (Studi Pada Mahasiswa Sistem Informatika Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Panca Budi)” Tak lupa pula shalawat beserta salam kepada Nabi besar Muhammad SAW, saya yang saya tulis itu bukan merupakan suatu karya yang *Instant*. Itu buah dari suatu proses yang relatif panjang, menyita segenap tenaga, waktu dan pikiran. Penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi mulai dari awal proses penulis hingga akhir penulisan tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan pihak - pihak yang telah banyak membantu dan menyelesaikan skripsi ini, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Orang Tua saya, Bapak Dasril Alamsyah dan Ibu Rita Widiastuti yang telah membesarkan, merawat, menjaga dan memberikan saya semangat serta dukungan baik moril ataupun materil sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Agussani M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. Bapak Drs. Tasrif Syam, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Ribut Priadi M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing Akademi saya.
6. Bapak Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom. dan Bapak Dr. Anang Anas Azhar, MA. sebagai dosen pembimbing I dan pembimbing II yang telah berjasa memberikan bimbingan dan arahan penulis sampai penulisan skripsi ini dapat selesai.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik khususnya program studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Seluruh Staf Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

9. Bapak Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Panca Budi yang telah memberi izin saya melakukan penelitian pada mahasiswa/i di kampus tersebut.
10. Seluruh narasumber, saya ucapkan banyak terima kasih atas partisipasi serta kerja samanya yang telah membantu penyelesaian skripsi ini.
11. Kakak saya, Putri Deswita Sari yang telah memberikan saya banyak motivasi-motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat-sahabat saya, terutama Ardiansyah yang telah banyak membantu saya secara materil maupun moril, Rozi yang telah melancarkan jalan skripsi saya, dan Aji, Ibnu yang telah mendukung dan memotivasi saya. Kalian memang luar biasa. Sekali lagi Terima kasih atas motivasi dan dukungan serta bantuan yang selama ini kalian berikan.
13. Seluruh teman-teman kampus se-angkatan yang telah sama-sama berjuang dalam mengejar gelar sarjana.

Kepada semua pihak tersebut diatas semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima di sisi Allah SWT, dan mendapat limpahan rahmat dari-Nya, amin. Demikian kata pengantar dari penulis, semoga dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis dan pembaca seluruhnya

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, 20 Oktober 2017

Penulis

Muhammad Ilham Sahputra

1303110016

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
SURAT PERNYATAAN	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Pembatasan Masalah	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II URAIAN TEORETIS	9
A. Komunikasi	9
1. Pengertian Komunikasi.....	9
2. Unsur-Unsur Komunikasi	11
3. Proses Komunikasi	14
4. Jenis – Jenis Komunikasi	16
5. Tujuan Komunikasi	17
6. Fungsi Komunikasi.....	18
B. Komunikasi Massa	20

1. Pengertian Komunikasi Massa	20
2. Ciri – Ciri Komunikasi Massa	21
3. Karakteristik Komunikasi Massa	24
4. Model Komunikasi Massa	27
5. Fungsi Komunikasi Massa.....	29
6. Efek Komunikasi Massa	30
C. Opini Publik	34
1. Pengertian Opini Masyarakat	34
D. Televisi	39
E. ANTV	40
F. Pesbukers	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Metode Penelitian	46
B. Kerangka Konsep.....	47
C. Defenisi Konsep	47
D. Kategorisasi	48
E. Narasumber	49
F. Teknik Pengumpulan Data.....	51
G. Teknik Analisa Data	52
H. Lokasi dan Waktu Penelitian	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54

A. Hasil Penelitian	54
B. Pembahasan	59

BAB V PENUTUP 64

A. Kesimpulan.....	64
B. Saran-saran	. 65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media massa sangat memegang peranan penting dalam mempengaruhi khalayak. Salah satunya media elektronik yaitu televisi, yang merupakan seperangkat alat komunikasi yang paling di unggulkan manusia dalam peran dan fungsinya untuk menyampaikan suatu informasi pada khalayak dengan praktis walau memang masih ada kelemahan pada media elektronik televisi.

Pertelevisian di indonesia berkembang pesat yakni sekitar tahun 90-an. Hal ini terbukti dengan banyaknya bermunculan televisi swasta, seperti : RCTI, SCTV, INDOSIAR, METRO TV, ANTV, TRANS TV, TRANS 7, MNC TV, GLOBAL TV, dan TV ONE. Beragam stasiun televisi membuat persaingan semakin menarik karena mereka berlomba-lomba ingin menjadi yang terbaik dan menjadi nomor satu di mata khalayak. Oleh karena itu barbagai program unggulan mulai muncul menghiasi tiap stasiun TV.

Daya tarik utama media televisi terletak pada kemampuannya menghasilkan paduan gambar dan suara sekaligus. Dengan potensi audio visual tersebut, apapun yang disajikan media televisi menjadi lebih hidup dan tapak realistis. Dengan acara dan program-program yang di kemas dengan sangat baik dan menarik, membuat televisi menjelma menjadi media di kalangan khalayak.

Pada setiap karya yang tercipta, tentu mempunyai nilai dan makna tersendiri dalam setiap sudut pandang yang melihat. Begitu juga karya yang tercipta di dunia

hiburan pertelevisian. Banyak program-program televisi yang menjadi unggulan dalam tiap-tiap stasiun TV ternama yang berlomba-lomba ingin menjadi terfavorit dan memiliki rating yang paling tinggi dalam setiap penayangannya.

Di setiap program televisi yang berhasil merebut perhatian para penonton dan pemirsanya hingga menjadi rating tertinggi tidak dihasilkan dari ide dan karya yang biasa-biasa saja, melainkan ada pemikiran dan kerja keras hingga dapat menghasilkan karya nyata yang dapat diterima oleh khalayak. Karya yang dapat diterima dan bahkan menjadi tayangan favorit masyarakat, tentu terdapat dampak positif yang tertuju kepada pihak produser, aktris dan aktor didalamnya, atau bahkan stasiun TV tersebut. Aktris dan aktor yang berperan dalam suatu program TV tentu akan semakin populer apabila program yang sedang berjalan berhasil menjadi pusat perhatian penonton. Dengan begitu, tentu deretan perusahaan akan mengantri dan sangat ingin mengiklankan usaha mereka di saat jam program tersebut tayang. Tentu itu akan menjadi keuntungan oleh pihak produser yang bertanggung jawab penuh atas semua di dalamnya.

Salah satu program yang masih digemari masyarakat saat ini yaitu Pesbukers. Pesbukers (sebelumnya Pesta Buka Bareng Selebrtis) merupakan sebuah acara televisi yang ditayangkan oleh ANTV setiap Senin hingga Jumat pada awalnya, ditayangkan pada jam 6 sore hingga jam 7 malam dan sekarang telah pindah jam tayang ke jam 12 tengah malam sampai dengan jam 01.00 dini hari. Acara ini pertama kali dimulai pada tanggal 25 Juli 2011. Yang berisi acara yang berhubungan dengan anak gaul atau yang kita ketahui pada

kalangan ABG dan disiarkan selama 60 menit, begitu kutipan dari laman wikipedia.org/wiki/pesbukersantv memaparkan.

Program unggulan ANTV ini masih dapat tetap eksis sampai saat ini karena konsistensi para artis dan kru yang terlibat dalam menghibur penikmatnya. Pesbukers adalah sketsa realita yang digawangi oleh artis-artis terkenal Indonesia, seperti Raffi Ahmad, Jessica Iskandar, Ayu Ting-ting, dan masih banyak lainnya. Bahkan Alm. Olga Syahputra sempat menjadi bintang di program ini.







Guyonan segar mereka seperti pantun jenaka dan rayuan gombal akan menemani pemirsa setia ANTV pada setiap tayangan program ini. Tak jarang juga aksi bully-membully terkait fisik atau tentang kehidupan pribadi yang sebenarnya antar artis di kemas ke dalam bentuk lelucon mereka. Tetapi hal itu bukan masalah dan bahkan pesbukers kerap berhasil meraih beberapa penghargaan.


Namun di balik suksesnya para artis memberi hiburan kepada penikmatnya, belakangan muncul berbagai pendapat di masyarakat bahwa program tersebut tak layak tayang karena kerap sekali melanggar regulasi dari komisi penyiaran indonesia atau KPI. Yang terakhir, KPI menegur pesbukers pada edisi “Pesbukers Ramadhan” bulan juni 2017 yang lalu. Bukan tak beralasan, sebab KPI menyatakan sketsa-sketsa yang dimainkan oleh pesbukers tak sejalan sesuai dengan tema ramadhan dan norma-norma yang ada.

Entertainment  Entertainment 

KPI Anggap 'Pesbukers Ramadhan' Sarat Makian & Celaan

CNN Indonesia Rizky Sekar Afrisia
Diterbitkan : 17/06/2017 17:32

        473



Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) menemukan beberapa program yang melanggar aturan saat mengevaluasi tayangan Ramadan. Melalui siaran pers yang diterima CNNIndonesia.com, empat program yang disebut melanggar termasuk *Sahurnya OVJ* yang ditayangkan di Trans 7, *Pesbukers Ramadhan* dan *Sahurnya Pesbukers* dari ANTV, serta *Keluarga Gunarso* di Indosiar.

Masalah terkait program pesbukers seperti ini sebelumnya sudah pernah diteliti oleh salah satu mahasiswa Universitas Indonesia (UI) pada tahun 2014, juga ke dalam bentuk karya ilmiah. Tulisan mahasiswa UI tersebut konsen kepada “kekerasan dalam media penyiaran”. Ia menyimpulkan bahwa alur program pesbukers yang sering terkena teguran dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) ini tidak jelas sebenarnya apa yang ingin diceritakan pada setiap tayangannya, dan di dalam setiap episode yang ada hanya ada adu gombal antar pemain, saling menyebar gosip, saling mencela, dan dorong-dorongan ataupun pukul-pukulan antar pemain yang dianggap sebagai bentuk komedi . Begitulah kutipan karya ilmiah yang berjudul “Kekesrasan dalam media penyiaran, Sebuah studi kasus program pesbukers” dari mahasiswa UI tersebut.

Bila dikaji lebih jauh, dampak masalah sosial sangat mungkin terjadi bila pesbukers tetap menggunakan alur sketsa yang sama. Program yang kerap dikenai teguran dari KPI ini, tak dipungkiri bahwa memiliki nama besar publik figur yang

melekat pada para artis pesbukers telah diakui dipanggung hiburan tanah air. Karena yang menonton program tersebut beragam kalangan, baik itu ibu rumah tangga, para remaja, hingga anak-anak, maka celotehan-celotehan dan tingkah mereka yang kerap di tegur KPI karena tidak etis, bakal dan sangat mungkin untuk ditiru oleh para penontonnya.

Terkait program pesbukers yang telah melahirkan kontroversial di tengah masyarakat, karena melanggar norma-norma yang sepatutnya dan kerap ditegur oleh pihak KPI, tentu itu menjadi bahan perbincangan dan perdebatan masyarakat dimana-mana, baik secara langsung maupun di dunia maya atau sosial media. Tanpa terkecuali mahasiswa. Mahasiswa adalah sosok masyarakat modern dan calon figur yang berintelektual. Mereka merupakan komponen utama pada sistem pergerakan dari tahapan masyarakat tradisional menuju masyarakat modern. Mahasiswa adalah khalayak yang paling mengikuti setiap perkembangan zaman dan orang yang berpengaruh di kehidupan berbangsa dan bernegara.

Mahasiswa yang berbeda pendapat dan melahirkan pro dan kontra mengenai pesbukers adalah Aldi Syahputra dan seorang temannya, Wahyu Permana. Mereka adalah sesama mahasiswa di Fakultas Ilmu Komputer di Universitas Pembangunan Panca Budi yang kerap sekali berdebat membahas ini saat sedang bertemu dan berkumpul bahkan pernah di suatu waktu menimbulkan konflik sampai tidak bertegur sapa hingga beberapa hari. Aldi Syahputra merupakan seorang mahasiswa yang aktif di kemahasiswaan organisasi Badan Executif Mahasiswa atau BEM sangat tidak menyukai program pesbukers atau dapat

dikatakan anti dengan program tersebut. Berbeda dengan Wahyu Permana, yang sering menonton program pesbukers bahkan menjadi acara favorit.

Atas dasar pemikiran dan situasi itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait “Kontroversi program pesbukers di ANTV (Studi Pada Mahasiswa Sistem Informatika Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Panca Budi)”

B. Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah dengan jelas agar dapat digunakan sebagai bagian dari sistematika penulisan ilmiah agar dapat memberikan gambaran yang jelas.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan dan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut : “Bagaimana Kontroversi Program Pesbukers di ANTV pada Mahasiswa Sistem Informatika Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Panca Budi ?

C. Batasan Masalah

Untuk memperjelas dan menghindari ruang lingkup penelitian yang terlalu luas, maka perlu untuk membuat pembatasan masalah agar penelitian menjadi terarah. Adapun pembatasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan terbatas hanya pada empat mahasiswa Sistem Informatika Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Panca Budi stambuk 2014.
2. Penelitian yang dimaksud yaitu pada pesbukers ramadhan edisi Mei – Juni 2017.

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penyebab dari munculnya tanggapan pro dan kontra pada mahasiswa universitas pembangunan panca budi jurusan sistem informatika terkait program pesbukers di antv.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara akademis, penelitian ini merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) yang nantinya akan disumbangkan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universtas Muhammadiyah Sumatera Utara khususnya program studi ilmu komunikasi untuk memperbanyak khasanah penelitian serta sumber bacaan.
2. Secara teoritis, penelitian ini sebagai penerapan teori yang di dapat dengan kondisi lapangan.
3. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi rujukan peneliti yang ingin meneliti dibidang sama.

F. Sistematika Penulisan

BAB I Berisikan pendahuluan memaparkan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II Berisikan uraian teoretis yang menguraikan tentang, komunikasi, komunikasi massa, Opini publik, Televisi, ANTV, Program pesbukers.

- BAB III Berisikan metode penelitian berisi tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi, narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian.
- BAB IV Berisikan pembahasan yang menguraikan hasil penelitian, dan pembahasan
- BAB V Berisikan Penutup yang menguraikan kesimpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORETIS

A. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin *communication* dan perkataan-perkataan ini bersumber dari *communis*. Dalam bahasa komunikasi pernyataan dinamakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan di sebut komunikator (*communicator*) sedangkan yang menerima pernyataan disebut komunikan (*communicant*). Untuk tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Jika di analisis pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, pertama isi pesan (*the content of the message*), kedua lambing (*symbol*). Kongkritnya isi pesan itu pikiran atau perasaan, lambing dalam bahasa, (Effendy, 2003:28)

Adapun efek yang ditimbulkan oleh proses berlangsungnya komunikasi adalah:

1) Dampak Kognitif

Dampak atau pesan komunikasi yang timbul pada komunikan mengakibatkan berubahnya komunikan dalam hal pengetahuan, pandangan, dan pendapat terhadap sesuatu yang diperolehnya. Pesan yang disampaikan komunikator ditujukan kepada pemikiran komunikan. Dengan kata lain, tujuan komunikator berkisar hanya pada upaya mengubah pemikiran dari seseorang komunikan.

2) Dampak Efektif

Dampak dimana pesan komunikasi mengakibatkan berubahnya perasaan tertentu dari komunikan. Tujuan komunikator bukan hanya berupaya untuk komunikan tahu, namun tergerak hatinya serta menimbulkan perasaan tertentu seperti, perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan sebagainya.

3) Dampak Behavioral

Akibat dari pesan komunikasi tersebut yaitu berdampak kepada komunikan dalam bentuk perilaku atau tindakan dalam mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu.

Struktur organisasi yang telah ditetapkan secara berjenjang dapat berperan sebagai media atau saluran didalam mensosialisasikan kebijakan-kebijakan atau keputusan yang telah disepakati bersama. Hal ini dapat dilakukan melalui surat edara, pengumuman. Komunikasi secara paradigma ini bersifat internasional, mengandung tujuan, karena harus dilakukan secara perencanaan. Sejauh mana perencanaan itu, tergantung pada pesan yang akan dikomunikasikan dan kepada komunikan yang akan dijadikan sasaran.

Menurut M Rogers seorang pakar sosiologi pedesaan Amerika yang telah banyak memberikan perhatian pada riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi bahwa: "Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka".

Pengertian ini kemudian dikembangkan oleh Rogers bersama D. Lawrence Kincaid, seorang pakar komunikasi pada tahun 1981 dan melahirkan suatu

pengertian baru yang menyatakan bahwa: “Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membuat atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada pikirannya akan tiba pada saling mengerti yang mendalam”.Masih banyak lagi pengertian lainnya, tetapi dari semua pengertian, bisa disarikan bahwa komunikasi adalah kata yang mencakup segala bentuk interaksi dengan orang lain yang berupa percakapan biasa, membujuk, mengajar, dan negosiasi (Bungin, 2007:45).

2. Unsur-unsur Komunikasi

Kamus umum bahasa Indonesia mengartikan unsur sebagai bagian penting dalam suatu hal, sedangkan komponen atau elemen berarti bagian yang merupakan seutuhnya. Unsur sering disebut sebagai bagian, komponen, dan elemen (Eka, 2009:103). Jadi, yang dimaksud dengan komponen atau unsur adalah bagian dari keseluruhan dalam suatu hal.

Menurut Harold D. Lasswell, beliau menyatakan bahwa cara terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “*Who say What in Which Channel To Whom Whit What Effect*” (Effendy 2003:17). Pradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi 5 unsur sebagai jawaban yang di ajukan, (Effendy,2003:253) yaitu:

- a. Komunikator yaitu orang yang menyampaikan pesan kepada si penerima pesan.
- b. Pesan yaitu keseluruhan apa yang disampaikan komunikator.
- c. Media yaitu saran atau saluran yang digunakan dalam mendukung pesan yang akan disampaikan.

- d. Komunikan yaitu orang yang menerima pesan dari komunikator.
- e. Efek yaitu Hubungan timbal balik atau *feedback* yang dihasilkan antara komunikator dengan komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Dalam proses komunikasi terdapat 3 unsur yang mutlak yang harus dipenuhi, yaitu:

a. Komunikator/Sender/Pengirim

Komunikator adalah orang yang menyampaikan isi pernyataannya kepada komunikan. Komunikator bisa perseorangan, kelompok, atau organisasi pengirim berita. Tanggung jawab utama dari seorang komunikator adalah :

- 1) Mengirim pesan dengan jelas
- 2) Memilih channel/saluran/media yang cocok untuk mengirim pesan
- 3) Meminta kejelasan tentang dapat tidaknya pesan diterima dengan baik.

Untuk itu, komunikator dalam menyampaikan pesan/informasi./berita harus memperhatikan orang yang diajak berkomunikasi, pesan yang akan disampaikan, dan cara penyampaiannya. Dalam menyampaikan pesan, komunikator harus menyesuaikan dengan tingkat pengetahuan pihak penerima pesan.

b. Komunikan/Receiver/Penerima

Komunikan adalah rekan komunikator dalam komunikasi. Sesuai dengan namanya, ia berperan sebagai penerima berita. Dalam komunikasi, peran pengirim dan penerima selalu bergantian sepanjang pembicaraan. Penerima bisa mendengarkan pembicara atau menulis teks atau menginterpretasikan pesan dengan berbagai cara. Berikut tanggung jawab penerima pesan yaitu :

- 1) Berkonsentrasi pada pesan sehingga mengerti dengan baik dan benar akan pesan yang diterima.
- 2) Memberikan umpan balik atau *feedback* kepada pengirim untuk memastikan pembicara/pengirim bahwa pesan telah diterima dan dimengerti (ini sangat penting, terutama pada pesan yang dikirimkan secara lisan)

Dengan diterimanya umpan balik dari pihak komunikan, terjadi komunikasi dua arah (*two-way traffic* atau *two-way flow of communication*). Apabila antara pengirim berita dan penerima berita mempunyai pengalaman yang sama, komunikasi dapat berjalan dengan lancar.

c. Channel/Saluran/Media

Channel adalah saluran atau jalan yang dilalui oleh isi pernyataan komunikator oleh komunikan, atau jalan yang dilalui feedback komunikan kepada komunikator yang digunakan oleh pengirim pesan. Pemilihan channel dalam proses komunikasi bergantung pada sifat berita yang akan disampaikan (Wursanto,1994) ada tiga macam bentuk berita :

- 1) Berita yang bersifat audible, yaitu baik didengar secara langsung maupun tidak langsung.
- 2) Berita yang bersifat visual, yaitu dapat dilihat, berbentuk, gambar, poster, serta tanda, seperti sinar lampu, bendera.
- 3) Berita bersifat audio-visual, yaitu dapat didengar, dapat dilihat, baik melalui televisi, film, pameran, maupun kesenian.

3. Proses Komunikasi

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran itu juga bisa berupa gagasan, opini dan lain-lain yang dapat muncul dari dirinya. Perasaan biasanya keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegagahan, dan sebagainya yang timbul dari dalam hatinya.

Menurut Sendjaja dalam (Bungin, 2006:258), dalam tataran teoretis, paling tidak kita mengenal atau memahami komunikasi dari dua perspektif, yaitu perspektif kognitif dan perilaku. Komunikasi yang mewakili perspektif kognitif adalah penggunaan lambang-lambang (symbol) untuk mencapai kesamaan makna atau berbagi informasi tentang suatu objek atau kejadian. Informasi adalah sesuatu (fakta, opini, gagasan) dari satu partisipan kepada partisipan lain melalui penggunaan kata-kata atau lambang lainnya. Jika pesan yang disampaikan diterima secara akurat, receiver akan memiliki informasi yang sama seperti dimiliki sender, oleh karena itu tindak komunikasi telah terjadi.

Sementara Skinner dari perspektif perilaku memandang komunikasi sebagai perilaku verbal atau simbolis dimana sender berusaha mendapatkan satu efek yang dikehendaknya pada receiver. Masih perspektif perilaku, Dance menegaskan bahwa komunikasi ada karena adanya satu respons melalui lambang-lambang verbal dimana simbol verbal tersebut bertindak sebagai stimulus untuk memperoleh respons. Kedua pengertian komunikasi yang disebut terakhir, mengacu pada hubungan stimulus respons antara sender dan receiver dalam

(Bungin, 2006:259). Dalam kehidupan sehari-hari, proses komunikasi diawali sumber (*source*) baik individu atau kelompok yang berusaha berkomunikasi dengan individu atau kelompok lain.

Langkah pertama yang dilakukan sumber adalah idealition, yaitu penciptaan atau gagasan atau pemilihan seperangkat informasi untuk dikomunikasikan. Idealition ini merupakan landasan bagi suatu pesan yang akan disampaikan. Langkah kedua dalam penciptaan suatu pesan adalah encoding, yaitu sumber menterjemahkan informasi atau gagasan dalam wujud kata-kata, tanda-tanda atau lambang-lambang yang disengaja untuk menyampaikan informasi dan diharapkan mempunyai efek terhadap orang lain. Pesan atau message adalah alat dimana sumber mengekspresikan bahasanya dalam bentuk bahasa lisan, bahasa tertulis atau pun perilaku nonverbal, seperti bahasa isyarat, ekspresi wajah, atau gambar-gambar. Dan langkah ketiga dalam proses komunikasi adalah penyampaian pesan yang telah disandi (*encode*). Sumber menyampaikan pesan kepada penerima dengan cara berbicara, menulis, menggambar, ataupun melalui dengan suatu tindakan tertentu.

Setelah pesan sampai kepada komunikan, apabila ada feedback, komunikan akan bertindak sebagai komunikator, yaitu memasukkan kode yang disebut sebagai decoding untuk disampaikan kepada komunikator. Proses komunikasi mempunyai dua model yaitu:

a. Model Linear

Model ini hanya terdiri atas dua garis lurus, yaitu proses komunikasi yang berawal dari komunikator dan berakhir pada komunikan. Contoh formula Lasswell,

Formula ini dikenal dengan rumusan cara untuk menggambarkan dengan tepat sebuah tindak komunikasi yaitu dengan menjawab pertanyaan berikut : *Who* (siapa), *Says what* (mengatakan apa), *In Which Channel* (dengan saluran yang mana), *To Whom* (kepada siapa), *With What Effect* (dengan efek seperti apa).

b. Model Sirkuler

Model sirkuler ditandai dengan adanya unsur feedback. Dengan demikian, proses komunikasi tidak berawal dari satu titik dan berakhir pada titik lain. Jadi, proses komunikasi sirkuler itu berbalik satu lingkaran penuh.

4. Jenis-jenis Komunikasi

Jenis-jenis komunikasi dapat dikelompokkan menjadi empat macam (Widjaja,2000:98) yaitu :

a. Komunikasi tertulis

Komunikasi tertulis adalah komunikasi yang di sampaikan secara tertulis.

b. Komunikasi lisan

Komunikasi lisan adalah komunikasi yang dilakukan secara lisan. Contohnya adalah telepon.

c. Komunikasi Non Verbal

Komunikasi non verbal adalah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan mimik wajah, bahasa isyarat.

d. Komunikasi satu arah

Komunikasi satu arah adalah menggunakan yang bersifat koersif dapat berbentuk perintah, intruksi dan bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi.

5. Tujuan Komunikasi

Dalam kehidupan kita sehari-hari apalagi kalau kita sebagai seorang pejabat atau pimpinan maka kita sering berhubungan dengan masyarakat. Dalam hal ini kita bertujuan untuk menyampaikan informasi dan mencari informasi kepada mereka, agar apa yang ingin kita sampaikan atau kita minta dapat di mengerti sehingga komunikasi yang kita laksanakan dapat tercapai.

Pada umumnya komunikasi dapat mempunyai beberapa tujuan dalam (Widjaja, 2010:10) antara lain:

- a. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti. Sebagai pejabat ataupun komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan.
- b. Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka menginginkan arah untuk pergi ke Barat tetapi kita memberikan jalan ke Timur.
- c. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain. Kita harus berusaha agar gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak.
- d. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu. Menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam, mungkin berupa kegiatan. Kegiatan yang dimaksudkan disini adalah kegiatan yang lebih banyak mendorong, namun penting harus diingat adalah bagaimana cara yang baik untuk melakukannya.

Jadi secara singkat dapat kita simpulkan bahwa komunikasi itu bertujuan ; Mengharapkan pengertian, dukungan gagasan dan tindakan. Setiap kali kita bermaksudnya mengadakan komunikasi maka kita perlu meneliti apa yang menjadi tujuan kita.

6. Fungsi Komunikasi

Manusia adalah makhluk individu dan sosial, sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Bukti status sosialnya, manusia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahwa ingin juga mengetahui apa yang terjadi di dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi untuk melakukan aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan umat manusia. Sebab manusia selain mempunyai keinginan untuk menyampaikan segala perasaan dan pikiran ataupun kesan-kesan. (Suryanto, 2015:150)

Banyak hal dan faktor mendorong manusia sehingga ingin berkomunikasi dengan manusia lainnya. Teori dasar biologi menyebutkan ada dua kebutuhan, yakni kebutuhan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dan kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitarnya.

Dalam kajian ilmu komunikasi banyak ahli mengemukakan pendapatnya tentang fungsi-fungsi komunikasi. Dari berbagai pendapat yang berkembang, dalam buku ini akan di ambil pendapat Harold D. Lasswell (Nuruddin, 2012:15).

Secara lebih terperinci fungsi-fungsi komunikasi, yang dikemukakan Harol D. Laswell adalah sebagai :

a) Penjagaan/ pengawasan lingkungan (*surveillance of the enviroment*);

- b) Menghubungkan bagian-bagian yang terpisah dari masyarakat untuk menanggapi lingkungannya (*correlation of the part of society in responding to the environment*); dan
- c) Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya (*transmission of the social heritage*).

Lebih lanjut ia mengemukakan, ada tiga kelompok yang selama ini melaksanakan ketiga fungsi tersebut. Fungsi pertama, dijalankan oleh para diplomat, atase atau koresponden luar negeri sebagai usaha menjaga lingkungan. Fungsi kedua, lebih diperankan oleh para editor, wartawan dan juru bicara sebagai penghubung respon internal. Adapun fungsi ketiga, adalah para pendidik di dalam pendidikan informal atau formal karena terlibat mewariskan adat kebiasaan, nilai dari generasi ke generasi lain.

Charles R. Wright dalam buku "Sistem Komunikasi Indonesia" menambahkan satu fungsi, yakni entertainment (hiburan) yang menunjukkan pada tindakan-tindakan komunikatif yang terutama sekali dimaksudkan untuk menghibur dengan tidak mengindahkan efek-efek instrumental yang dimilikinya. Fungsi pengawasan menunjukkan pengumpulan dan distribusi informasi baik di dalam maupun diluar masyarakat tertentu. Tindakan menghubungkan bagian-bagian meliputi interpretasi informasi mengenai lingkungan dan pemaikainya untuk berperilaku dalam reaksinya terhadap peristiwa-peristiwa dan kejadian-kejadian tadi. Adapun fungsi warisan sosial berfokus pada pengetahuan, nilai, dan norma sosial.

B. Komunikasi Massa

1. Pengertian Komunikasi Massa

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab awal perkembangan saja, komunikasi massa berasal dari perkembangan kata media "*of mass communication* (media komunikasi massa). Media massa (atau saluran) yang dilahirkan oleh teknologi modern. Hal ini perlu ditekankan sebab ada media yang bukan media massa yakni media tradisional seperti kentongan, angklung, gamelan, dan lain-lain. Jadi media massa merujuk pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa (Nurudin, 2014:3:4)

Cangara (2003:18) mengatakan cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan "*Who, say what, in which channel to whom, and with what effect?*" Atau "Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya ?

Ada satu defenisi komunikasi massa yang dikemukakan Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble keduanya pakar komunikasi pada tahun 1986, akan semakin memperjelas apa itu komunikasi massa. Menurut mereka sesuatu bisa di defenisikan sebagai komunikasi massa jika mencakup hal-hal sebagai berikut:

- a. Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan modern untuk menyebabkan atau memancarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas dan tersebar. Pesan itu disebarkan melalui media modern pula antara lain surat kabar, majalah, televisi, film atau gabungan diantara media tersebut.

- b. Komunikator dalam komunikasi massa dalam menyebarkan pesan pesannya bermaksud mencoba berbagai pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling kenal atau mengetahui satu sama lain. Anonimitas audience dalam komunikasi massa inilah yang membedakan pula dengan jenis komunikasi yang lain. Bahkan pengirim dan penerima pesan tidak saling mengenal satu sama lain.
- c. Pesan adalah milik publik. Artinya bahwa pesan ini bisa didapatkan dan diterima oleh banyak orang. Karena itu, diartikan milik publik.
- d. Sebagai sumber, komunikator massa biasanya organisasi formal seperti jaringan, ikatan, atau perkumpulan. Dengan kata lain, komunikatornya tidak berasal dari seseorang, tetapi lembaga. Lembaga inipun biasanya berorientasi pada keuntungan, bukan organisasi suka atau nirlaba.
- e. Komunikasi massa dikontrol oleh gatekeeper (penapis informasi). Artinya, pesan-pesan yang disebarkan atau dipancarkan dikontrol oleh sejumlah individu dalam lembaga tersebut sebelum disiarkan lewat media massa.
- f. Umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda. Kalau dalam jenis komunikasi lain, umpan balik bisa bersifat langsung. Misalnya, dalam komunikasi antar-personal. Dalam Komunikasi ini umpan balik langsung digunakan, tetapi komunikasi yang dilakukan lewat surat kabar tidak bisa langsung dilakukan alias tertunda (Nuruddin,2014:8).

2. Ciri-Ciri Komunikasi Massa

a. Komunikator Dalam Komunikasi Massa Malembaga

Komunikator dalam komunikasi massa bukan satu orang, tetapi orang. Artinya, gabungan antar berbagai macam unsur dan bekerja satu sama lain dalam

sebuah lembaga. Lembaga yang dimaksud disini menyerupai sebuah sistem. Sistem itu adalah “Sekelompok orang, pedoman, dan media yang melakukan sesuatu kegiatan mengolah, menyimpan, menuangkan ide, gagasan, symbol. Lambang menjadi pesan dalam membuat keputusan untuk mencapai satu kesepakatan dan saling pengertian satu sama lain dengan mengolah pesan itu menjadi sumber informasi (Nuruddin,2007:19).

b. Komunikasikan Dalam Komunikasi Massa Bersifat Heterogen

Komunikasikan dalam komunikasi massa sifatnya heterogen. Artinya, penonton televisi beragam pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial ekonomi, memiliki jabatan yang beragam, memiliki agama atau kepercayaan yang tidak sama pula. Namun mereka adalah komunikasikan televisi. Dari jenis kelamin bisa jadi sama, tetapi dari jenjang pendidikan, umur, status sosial berbeda satu sama lain. Jadi, heterogenitas ini banyak macamnya, meskipun tidak semua heterogenitas itu harus melekat pada diri komunikasikan.

c. Pesannya Bersifat Umum

Pesan-pesan dalam komunikasi massa tidak ditujukan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu. Pesan-pesannya ditujukan kepada khalayak yang plural. Oleh karena itu, pesan-pesan yang dikemukakannya pun tidak boleh bersifat khusus. Khusus disini, artinya pesan memang tidak sengaja untuk golongan tertentu. Kita bisa melihat televisi, misalnya. Karena televisi ditujukan untuk dinikmati oleh orang banyak, pesannya harus bersifat umum. Misalnya dalam pilihan kata-katanya, sebisa mungkin memakai kata-kata populer

bukan kata-kata ilmiah. Sebab, kata ilmiah merupakan monopoli kelompok tertentu.

d. Komunikasinya Berlangsung Satu Arah

Dalam media cetak seperti koran, komunikasinya hanya berjalan satu arah. Kita tidak bisa langsung merespon kepada komunikatonya (media massa yang bersangkutan). Kalaupun bisa, sifatnya tertunda. Misalnya, kita mengirimkan ketidaksetujuan pada berita itu melalui rubrik atau surat pembaca. Jadi, komunikasi yang hanya berjalan satu arah akan memberi konsekuensi umpan balik (feedback) yang sifatnya tertunda atau tidak langsung (delayed feedback) (Nuruddin, 2007:21:27). Wright (1959) dalam Saverin dan Tankard, (Jr, 2010:4) mendefinisikan komunikasi massa dalam tiga ciri :

- 1) Komunikasi massa diarahkan kepada audiens yang relatif besar, heterogen, dan anonim.
 - 2) Pesan-pesan yang di sebarakan secara umum, sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota audiens secara serempak dan sifatnya sementara.
 - 3) Komunikaor cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar.
- e. Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis yang mencakup pemancar untuk media elektronik, salah satunya adalah media internet yang mengandalkan pemancar jaringan dalam proses penyampaian informasi.
- f. Komunikasi massa dikontrol oleh gatekeeper. Gatekeeper adalah penyeleksi informasi (Bungin, 2006:72). Penyeleksian yang dilakukan adalah melihat

informasi mana yang layak untuk disiarkan atau tidak layak untuk disiarkan. Bahkan mereka adalah orang-orang yang memiliki wewenang untuk membatasi informasi yang akan disiarkan. Gatekeeper ini terdiri dari redaksi, wartawan, desk surat kabar dan editor.

3. Karakteristik Komunikasi Massa

Seseorang yang akan menggunakan media massa sebagai alat untuk melakukan kegiatan komunikasinya perlu memahami karakteristik komunikasi massa(Ardianto. 2000:157), yakni seperti diuraian dibawah ini:

a. Komunikasi massa bersifat umum

Pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang. Benda benda tercetak, film, radio, dari televisi apabila dipergunakan untuk keperluan pribadi dalam lingkungan organisasi yang tertutup, tidak dapat dikatakan komunikasi massa.

Meskipun pesan komunikasi massa bersifat umum dan terbuka, sama sekali terbuka juga jarang diperoleh, disebabkan faktor yang bersifat paksaan yang timbul karena struktur sosial. Pengawasan terhadap faktor tersebut dapat dilakukan secara resmi sejauh bersangkutan dengan penyiaran keluar negeri.

Rintangan yang tidak ada pada perencanaan timbul dari perbedaan bahasa, kebudayaan, pendidikan, pendapat, kelas sosial, dan pembatasan yang bersifat 15 teknik. Penggunaan lebih banyak media audio visual, kemajuan teknik untuk mencapai jarak jauh dari perluasan usaha bebas buta huruf, cenderung untuk mempercepat menuju keterbukaan yang luas.

b. Komunikasikan bersifat heterogen

Perpaduan antara jumlah komunikasikan yang besar dalam komunikasi massa dengan keterbukaan dalam memperoleh pesan-pesan komunikasikan, erat sekali hubungannya dengan sifat heterogen komunikasikan.

Massa dalam komunikasi massa terjadi dari orang-orang yang heterogen yang meliputi penduduk yang bertempat tinggal dalam kondisi yang sangat berbeda, dengan kebudayaan yang beragam, berasal dari berbagai lapisan masyarakat, mempunyai pekerjaan yang berjenis-jenis maka oleh karena itu mereka berbeda pula dalam kepentingan, standar hidup dan derajat kehormatan, kekuasaan dan pengaruh.

Suatu paradoks dari heterogenitas komunikasikan dalam komunikasi massa ialah pengelompokan komunikasikan harus mempunyai minat yang sama terhadap media massa, terutama jenis khusus dari isi penyiaran serta mempunyai kesamaan pengertian kebudayaan dan nilai-nilai.

Jelasnya, komunikasikan dalam komunikasi massa adalah sejumlah orang yang disatukan oleh suatu minat yang sama yang mempunyai bentuk tingkah laku yang sama dan terbuka bagi pengaktifan tujuan yang sama; meskipun demikian orang-orang yang tersangkut tadi tidak saling mengenal, berinteraksi secara terbatas, dan tidak terorganisasikan. Komposisi komunikasikan tersebut 16 tergeser-geser terus menerus serta tidak mempunyai kepemimpinan atau perasaan identitas.

c. Media massa menimbulkan keserempakan

Keserempakan yang dimaksud disini adalah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang lebih jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah. Radio dan televisi dalam hal ini melebihi media tercetak, karena yang terakhir dibaca pada waktu yang berbeda dan lebih selektif.

Ada dua segi penting mengenai kontak yang langsung itu, pertama kecepatan yang lebih tinggi dari penyebaran dan kelangsungan tanggapan kedua: keserempakan adalah penting untuk keseragaman dalam seleksi dan interpretasi pesan pesan. Tanpa komunikasi massa hanya pesan pesan yang sangat sederhana saja yang disiarkan tanpa perubahan dari orang yang satu ke orang yang lainnya.

d. Hubungan komunikator-komunikan bersifat non-pribadi

Dalam komunikasi massa, hubungan antara komunikator dan komunikan bersifat non pribadi, karena komunikan yang anonim dicapai oleh orang orang yang dikenal hanya dalam peranannya yang bersifat umum sebagai komunikator. Sifat non-pribadi ini timbul disebabkan teknologi dari penyebaran yang massal dan sebagian lagi dikarenakan syarat syarat bagi peranan komunikator yang bersifat umum. Yang terakhir ini, umpamanya, mencakup keharusan untuk objektif dan tanpa prasangka dalam memilih dan menanggapi pesan komunikai yang mempunyai norma norma penting.

Komunikasi dengan menggunakan media massa berlaku dalam satu arah (*one way communication*), dan radio outpu-input komunikan sangat be4sar. Tetapi dalam hubungan komunikator-komunikan itu terdapat mekanisme resmi yang

dapat mengurangi ketidakpastian, terutama penelitian terhadap komunikasi, korespondensi, dan bukti keuntungan dari penjualan (siaran komersial).

4. Model Komunikasi Massa

Komunikasi dengan menggunakan media massa dalam tahun terakhir ini banyak mendapat penelitian dari para ahli disebabkan semakin majunya teknologi dibidang pers seperti kepastian percetakan yang mampu menghasilkan ratusan ribu bahkan jutaan ekslamper surat kabar dalam waktu yang relatif cepat kemajuan teknologi dibidang radio yang mampu menjangkau jarak yang lebih jauh dengan suara yang lebih baik; kemajuan teknologi dibidang televisi yang dengan satelitnya mampu menghubungkan satu bangsa dengan bangsa lain secara visual auditif, hidup dan pada saat suatu peristiwa terjadi, itu semua berpengaruh besar pada kehidupan politik, sosial, ekonomi dan kebudayaan (Vera. 2012:95).

Penelitian para ahli tersebut menghasilkan teori komunikasi massa diantaranya beberapa model seperti dibawah ini:

a. Model jarum hipodermik (*hypodermic needle model*)

Secara harfiah hypodermic berarti dibawah kulit. Dalam hubungannya dengan komunikasi massa, istilah hypodermic needle model mengandung anggapan dasar bahwa media massa menimbulkan efek yang kuat, terarah segera dan langsung itu adalah sejalan dengan pengertian “perangsang 18 tanggapan (*stimulus-respons*)” yang dikenal sejak penelitian ilmu jiwa pada tahun 1930-an

b. Model komunikasi satu tahap (*one stop flow model*)

Model komunikasi satu tahap menyatakan bahwa saluran media massa berkomunikasi langsung dengan massa komunikan tanpa berlalunya suatu pesan melalui orang lain, tetapi pesan tersebut tidak mencapai semua komunikan dan tidak menimbulkan efek yang sama pada setiap komunikan.

c. Model komunikasi dua tahap (*two step flow medan*)

Konsep komunikasi dua tahap ini berasal dari Lazarsfeld, Barelson, dan Gaudet (1948) yang berdasarkan penelitiannya menyatakan bahwa ide ide seringkali datang dari radio surat kabar yang ditangkap oleh pemuka pendapat (*opinion leaders*) dan ada dari mereka ini berlalu menuju penduduk yang kurang giat. Tahap pertama adalah dari sumbernya, yakni komunikator kepada pemuka pendapat yang mengoperkan informasi, sedang tahap kedua ialah dari pemuka pendapat kepada pengikut pengikutnya, yang juga mencakup penyebaran pengaruh.

d. Model komunikasi tahap ganda (*multi step flow model*)

Model ini menggabungkan semua model yang telah dibicarakan terlebih dahulu. Model banyak tahap ini didasarkan pada fungsi penyebaran yang berurutan yang terjadi pada kebanyakan situasi komunikasi. Ini tidak mencakup jumlah tahap secara khusus, juga tidak khusus bahwa suatu pesan harus berlangsung dari komunikator melalui saluran media massa. Model ini menyatakan bahwa bagi lajunya komunikasi yang komunikan terdapat jumlah “relay” yang berganti ganti. Beberapa komunikan menerima pesan langsung

melalui saluran dari komunikator, yang lainnya berpindah beberapa kali. (Effendy, 2003: 79-86)

5. Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah salah satu aktivitas sosial yang berfungsi di masyarakat. Robert Kk. Merton mengemukakan bahwa fungsi aktivitas sosial memiliki dua aspek, yaitu aspek nyata (*manifest function*) adalah fungsi nyata yang diinginkan, kedua fungsi tidak nyata atau bbersembunyi (*latent function*), yaitu fungsi yang tidak diinginkan. Sehingga pada dasarnya setiap fungsi sosial dalam masyarakat itu memiliki efek fungsioal dan disfungsional (Bungin:2008:78)

Secara umum fungsi komunikasi massa adalah menginformasikan pesn-pesan lewat media massa yang digunakan. Namun secara spesifik Burhan Bungun dalam bukunya “Sosiologi Komunikasi” (2006:79-81) menjelaskan beberapa fungsi dari komunikasi massa, sebagai berikut :

a. Fungsi Pengawasan

Fungsi pengawasan ini dapat berupa peringatan dan kontrol sosial maupun kegiatan persuasif sebagai aktivitas perventif. Dalam hal ini adalah upaya memberi reward dan punishment kepada masyarakat. Media massa dapat memberikan reward kepada masyarakat yang bermanfaat dan fungsional bagi masyarakat lainnya, namun akan memberi punishment apabila aktivitasnya tidak bermanfaat bakhkan merugikan fungsi-fungsi sosial lainnya dimasyarakat.

b. Fungsi Sosial Learning

Fungsi utama dari komunikasi massa melalui media massa adalah melakukan pendidikan sosial kepada seluruh masyarakat. Media massa bertugas

untuk memberikan pencerahan-pencerahan kepada masyarakat dimana komunikasi massa itu berlangsung. Komunikasi massa dimaksudkan agar proses pencerahan itu berlangsung efektif dan efisien dan menyebar secara bersamaan dimasyarakat luas.

c. Fungsi Penyampaian Informasi

Komunikasi massa yang mengandalkan media massa memiliki fungsi utama yaitu menjadi proses penyampaian informasi kepada masyarakat luas. Komunikasi massa memungkinkan informasi dari institusi publik tersampaikan kepada masyarakat secara luas dalam waktu cepat sehingga fungsi informatif tercapai dalam waktu cepat dan singkat.

d. Fungsi Hiburan

Komunikasi massa juga digunakan sebagai media hiburan, terutama karena komunikasi massa menggunakan media massa sehingga fungsi hiburan yang ada pada media massa juga merupakan bagian dari fungsi komunikasi massa. Fungsi hiburan tidak lepas dari fungsi-fungsi lainnya dalam komunikasi massa.

6. Efek Komunikasi Massa

Efek komunikasi massa bisa dibagi menjadi beberapa bagian. Secara sederhana Keith R. Stamm dan John E. Bowes (1990) membagi kedua bagian dasar. Pertama, efek primer meliputi terpaan, perhatian, dan pemahaman. Kedua, efek sekunder meliputi perubahan tingkat kognitif (perubahan pengetahuan dan sikap) dan perubahan perilaku (menerima dan memilih) (Nuruddin, 2014:57).

a. Efek Primer

Ketika sebuah pesan diterima oleh audiens dan menyita perhatiannya, kadang masih sulit untuk dimengerti. Sebagaimana komunikator dalam komunikasi antar personal, biasanya ia langsung mengetahui bahwa pesannya tidak bisa dimengerti. Akan tetapi, didalam komunikasi massa sering kali komunikator tidak mengetahui apakah pesannya bisa dimengerti atau tidak. Hal ini disebabkan umpan balik dalam komunikasi massa itu sangat terbatas dan tidak ada cara praktis untuk mengecek apakah pesan yang disiarkan bisa dipahami, apalagi audiens nya menyebar atau tidak mengumpul atau heterogen. Sebenarnya, komunikator dalam komunikasi massa sudah berusaha semaksimal mungkin agar pesan-pesan yang disampaikan bisa dipahami. Untuk mengurangi dampak ketidakpahaman mereka, komunikator dalam komunikasi massa kadang melakukan berbagai cara untuk memahamkan pesan-pesannya. Misalnya, mereka akan mencoba mengonstruksi pesan sesuai batas maksimal yang bisa dipahami audiens. Jika komunikator tidak yakin, mereka dapat melakukan tes awal pesan pada sampel audiens yang sudah ditargetkan.

Jadi, terpaan media massa mengenai audiens menjadi salah satu bentuk efek primer. Akan lebih bagus lagi jika audiens tersebut memerhatikan pesan-pesan media massa.

b. Efek Sekunder

Uses and gratifications merupakan salah satu bentuk efek sekunder. Salah satu cara yang paling populer untuk melihat pengaruh komunikasi adalah dengan memakai efek “kegunaan dan kepuasan”. Mengikuti pendapat Swanson (1979) ide

dasar yang melatarbelakangi efek ini adalah “audiens” aktif di dalam memanfaatkan media massa. Individu tidak secara spontan dan otomatis merespon pesan-pesan media massa seperti yang dikemukakan dalam efek peluru atau jarum hiperdemik (audiens dianggap pasif). Dengan kata lain, individu menggunakan isi media tersebut untuk memenuhi tujuan mereka didalam usaha menikmati media massa. Tujuan tersebut akan disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan individu masing-masing. Jika kebutuhan sudah terpenuhi melalui saluran komunikasi massa, berarti individu mencapai tingkat “kepuasan” (Keith R. Stamm dan John E. Bowes, 1990)

Menurut R. Bitter (1996), fokus utama efek ini tidak hanya bagaimana audiens mereaksi pesan-pesan media yang sampai pada dirinya. Faktor interaksi yang terjadi antar individu akan ikut mempengaruhi pesan yang diterima (Nuruddin:2007:206:211).

c. Agenda Setting

1) Gagasan Awal Agenda Setting

Benard Cohan (1963) meski tidak spesifik menggunakan agenda setting, namun sering kali dipuji karena kembali mendefenisikan ide Lipman ke dalam teori agenda setting. “Pers lebih penting dari pada penyedia-penyedia informasi dan opini”. Cohen Menulis: “Berawal dari hal tersebut bahwa dunia terlihat berbeda menurut orang yang berbeda pula, bergantung bukan hanya pada minat mereka pribadi, tetapi juga peta yang diberikan kepada mereka oleh peulis, editor, dan penerbit surat kabar yang baca. Dalam hal ini sulit mengabaikan bias dari

efek terbatas media massa kepada opini publik. Tulisan Cohen telah menjadi dasar dari apa yang disebut teori agenda setting media massa (Tamburaka, 2012:21).

2) Sejarah Praktis Agenda Setting

Agenda setting merupakan pemikiran yang menyatakan bahwa media tidak mengatakan apa-apa yang orang pikirkan tetapi apa yang harus dipikirkan. Sejarah agenda setting sebenarnya sudah ada sejak lama tanpa ada yang memperkenalkannya terlebih dahulu, Namun sudah dipraktikan oleh media massa khususnya media cetak seperti koran atau majalah di era Penny Press (Tamburaka, 2012:23)

3) Agenda Setting Theory

Menurut asumsi teori ini, media mempunyai kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu. Mengikuti pendapat Chaffe dan Berger (1997) ada beberapa catatan yang perlu dikemukakan untuk memperjelas teori ini:

- a) Teori ini mempunyai kekuatan penjelas untuk menerangkan mengapa orang sama-sama menganggap penting suatu isu.
- b) Teori itu mempunyai kekuatan memprediksi sebab memprediksi bahwa jika orang-orang mengekspos pada satu media yang sama, mereka akan merasa isu yang sama tersebut penting.
- c) Teori itu dapat dibuktikan salah jika orang-orang tidak mengekspos media yang sama maka mereka tidak akan mempunyai kesamaan bahwa isu media itu penting (Nuruddin, 2007:195:197)

C. Opini Publik

1. Pengertian Opini Masyarakat

Dalam membahas sifat umum dari pernyataan yang diselidiki ilmu publisistik, maka umum merupakan suatu bentuk kelompok sosial yang kolektif, yang tidak permanen. Perkataan publik demikian ini melukiskan kelompok manusia yang berkumpul secara spontan dengan syarat-syarat:

- a. Dihadapin oleh suatu persoalan (*issue*)
- b. Berbeda pendapatnya mengenai persoalan ini dan berusaha untuk menanggulangi persoalannya.
- c. Sebagai akibat keinginan mengadakan diskusi dengan mencari jalan keluar.

Disini publik masih merupakan bentuk spontan yang tidak terbentuk, yang tidak diorganisasikan. Pokok persoalan dari pembentukan publik demikian ini adalah bahwa mereka menghadapi persoalan, diikat (sementara) oleh persoalan yang minta pemecahan. Karena setiap publik diikat oleh persoalan maka dengan sendirinya terbentuk banyak publik, yaitu karena masing-masing mempunyai persoalannya yang minta perhatian mereka (Susanto,1985:47)

Perkataan publik selanjutnya membawa persoalan publisistik mengenai *what the public wants*, yaitu masalah selera masyarakat. Disini dengan publik dimaksudkan para komunikan, yang dapat berupa pada suatu kelompok tertentu (terikat oleh penyebaran berita) ataupun kelompok yang tidak terikat, yaitu umpamanya pendengar siaran secara kebetulan ataupun tidak sengaja.

Pendapat Walter Lippman mengenai publik dalam publik opinion adalah menarik, karena ia menganggap bahwa pendapat umum sebenarnya adalah

pendapat-pendapat mengenai suatu keadaan yang sudah lalu. Reaksi pendapat-pendapat menurut Lippman adalah sedemikian lambatnya, sehingga perkembangan tidak lagi sesuai dengan yang dimiliki publik. Dengan demikian, maka dapat dikatakan, bahwa publik pada Walter Lippman merupakan kelompok manusia yang mempunyai pendapat tertentu mengenai suatu persoalan atau kejadian yang terjadi dalam masa lampau. Walaupun kejadian itu terjadi dalam masa lampau, akan tetapi publik ataupun kelompok hidup dalam masa sekarang, dengan demikian maka hubungan antar kelompok publik dan pendapat adalah sangat erat sehingga pendapat umum adalah pendapat (Susanto,1985:48)

Adapun karakteristik dari opini adalah mempunyai arah, mempunyai informasi, bersifat stabil, dan mempunyai intensitas. Sikap opini mencerminkan suatu kumulasi yang terdiri dari tiga komponen sebagai berikut :

1) Kepercayaan

Kepercayaan berkaitan erat dengan unsur kognitif dimana menurut Mann (Olii, 2007:24) unsur kognitif terdiri dari pengetahuan persepsi dan kerangka berpikir yang dimiliki individu mengenai sesuatu. Kepercayaan juga mengacu kepada sesuatu yang diterima khalayak, benar atau tidaknya berdasarkan masa lalu, pengetahuan dan informasi sekarang dan persepsi yang berkembang.

2) Nilai

Nilai melibatkan kesukaan dan ketidaksukaan, setuju dan tidak setuju, cinta dan kebencian, hasrat dan ketakutan, bagaimana seseorang menilai sesuatu dan kuat atau lemahnya intensitas penilaian yang diberikan.

3) Pengharapan

Pengharapan didalamnya mengandung citra seseorang tentang bagaimana keadaannya setelah bertindak. Pengharapan ditentukan dari pertimbangan terhadap sesuatu yang terjadi dimasa lalu, keadaan sekarang, dan sesuatu yang akan terjadi jika suatu perbuatan dilakukan.

Adapun karakteristik utama dari karakteristik opini adalah;

- a) Mempunyai arah
- b) Mempunyai isi informasi
- c) Stabil
- d) Mempunyai intensitas

Berdasarkan defenisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa opini adalah pendapat seseorang itu merupakan ekspresi dari sikap yang dinyatakan untuk menanggapi sesuatu hal atau masalah. Penyebab intens atau tidaknya opini seseorang terhadap suatu issu antara lain:

1. Karena benar-benar berkepentingan sendiri
2. Menyangkut identifikasi kelompok tempatnya sendiri
3. Menyangkut nilai-nilai sosial
4. Karena kekhususan nilai-nilai kepentingan spesial
5. Karena merupakan bagian dari pola keterlibatan dan concern.

(Nasution,1990:94)

Opini seseorang atau pendapat seseorang adalah merupakan ekspresi dari sikap yang dinyatakan untuk menanggapi sesuatu hal atau masalah. Semntara istilah publik lebih merupakan kelompok yang tidak merupakan kesatuan.

Interaksi terjadi secara tidak langsung melalui alat-alat komunikasi, seperti pembicaraan pribadi yang berantai melalui desas-desus, melalui surat kabar, radio, televisi, dan film. Alat-alat penghubung ini memungkinkan publik mempunyai pengikut yang lebih luas dan lebih besar jumlahnya. Publik dapat didefinisikan sebagai sejumlah orang yang mempunyai minat, kepentingan, atau kegemaran yang sama. Pada awalnya opini yang terbentuk berasal dari personal opinion atau opini persona, yaitu penafsiran individual mengenai berbagai masalah dimana terhadapnya tidak terdapat suatu pandangan yang sama.

Opini yang dimiliki seseorang adalah merupakan suatu bagian dari group opinion atau opini kelompok yang terdiri atas mayoritas dan minoritas opini. Dari situlah publik yang membentuk opini memiliki kepentingan-kepentingan umum yang mempersatukan anggota-anggotanya, menciptakan suatu kesamaan pandangan dan mengarah pada kebulatan pendapat tentang suatu persoalan, sehingga terbentuklah opini publik (Sunarjo, 1984:1)

Istilah opini dapat dipergunakan untuk menandakan setiap pengumpulan pendapat yang dikemukakan individu-individu. Menurut Santoso Sastropoerto istilah opini publik sering digunakan untuk menunjuk kepada pendapat-pendapat kolektif dari sejumlah besar orang. Wilian Albiq (Olii, 2007:20) menyimpulkan bahwa opini publi adalah suatu jumlah atau kumpulan pendapat yang dikemukakan oleh individu-individu terhadap suatu isu tertentu.

Selain itu opini publik mempunyai arti penting bahwa opini publik menjadi bagian dari agenda setting yang menentukan kebijakan yang harus diambil dalam rangka menata kehidupan bersama. Untuk itu opini publik haruslah :

- a. Menyangkut sebuah isu yang ada dalam kehidupan bersama
- b. Opini berinteraksi melalui diskusi
- c. Mengarah kepada pemecahan masalah-masalah
- d. Berlandaskan pilihan moral etika
- e. Bersifat rasional
- f. Mengarah kepada kepentingan bersama orang atau kelompok tertentu.

Dari berbagai pendapat, dan ungkapan pikiran yang telah diuraikan tersebut diatas, maka dapatlah diambil kesimpulan bahwa opini publik merupakan pendapat orang banyak (umum) tentang penilaian terhadap sesuatu hal yang sedang hangat diperbincangkan dan pendapat tersebut ditimbulkan oleh adanya empat unsur, yaitu sebagai berikut :

- a. Adanya suatu masalah atau situasi yang bersifat kontroversial
- b. Adanya publik yang spontan terpicat kepada masalah termaksud, melibatkan diri kedalamnya dan berusaha untuk membrikan pendapatnya.
- c. Adanya kesempatan untuk bertukar pikiran atau berdebat mengenai masalah yang kontroversial tadi oleh suatu publik.
- d. Adanya interaksi dari individu-individu dalam publik yang menghasilkan suatu pendapat yang bersifar kolektif untuk diekspresikan. Perkataan kolektif dalam hubungan ini hendaknya diartikan sebagai suatu pendapat yang diterima oleh individu-individu dalam publik yang bersangkutan dan tidak ditentang lagi (Sastropoerto, 1987:54)

D. Televisi

Televisi adalah media yang paling populer di masyarakat kita. Ditinjau dari sejarahnya, penemuan televisi diawali dengan beberapa penemuan, diantaranya oleh seorang bangsa Jerman yang bernama Paul Nipkow pada tahun 1884 kemudian oleh Charles F. Jenkins di Amerika pada tahun 1890. Temuan-temuan itu kemudian dikembangkan oleh Phil T. Farnsworth di Idaho (AS) pada tahun 1922 dan oleh Dr. Vladimir Zworykin di Westinghouse (AS) pada 1923, serta disusul oleh Baird di Inggris pada tahun 1927. Tetapi dari penemuan-penemuan ini yang populer sebagai Bapak televisi ialah Nipkow Disk. Dalam (Darmastuti 2012:62) Televisi merupakan media massa ke empat yang hadir di dunia, setelah kehadiran pers, film, dan radio.

Sebenarnya Indonesia merupakan negara yang tidak kalah maju dalam dunia pertelevisian khususnya di kawasan Asia. Siaran televisi pertama kalinya di ditayangkan tanggal 17 Agustus 1962 yaitu bertepatan dengan peringatan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia yang ke XVII. Pada saat itu, siaran hanya berlangsung mulai pukul 07.30 sampai pukul 11.02 WIB untuk meliput upacara peringatan hari Proklamasi di Istana Negara.

Namun yang menjadi tonggak Televisi Republik Indonesia (TVRI) adalah ketika Indonesia menjadi tuan rumah Asian Games ke IV di Stadion Utama Senayan. Dengan adanya perhelatan tersebut maka siaran televisi secara kontinyu dimulai sejak tanggal 24 Agustus 1962 dan mampu menjangkau seluruh dua puluh tujuh provinsi yang ada pada waktu itu. Sebagai satu-satunya stasiun televisi di Indonesia, TVRI yang mampu menjangkau wilayah nusantara hingga

pelosok dengan menggunakan satelit komunikasi ruang angkasa kemudian berperan sebagai corong pemerintah kepada rakyat.

Pada laman wikipedia.org/wiki/televisi menuliskan, sebelum tahun 1990an, TVRI menjadi single source information bagi masyarakat dan tidak dipungkiri bahwa kemudian timbul upaya media ini dijadikan sebagai media propaganda kekuasaan. Seiring dengan kemajuan demokrasi dan kebebasan untuk berekspresi, pada tahun 1989 pemerintah mulai membuka kran ijin untuk didirikannya televisi swasta. Tepatnya tanggal 24 Agustus 1989 Rajawali Citra Televisi atau RCTI mulai siaran untuk pertama kalinya. Siaran pada waktu itu hanya mampu diterima dalam ruang lingkup yang terbatas yaitu wilayah JABOTABEK saja kemudian daerah lain memanfaatkan decoder untuk merelay siarannya. Setelah RCTI kemudian disusul berurutan oleh Surya Citra Televisi (SCTV) pada tahun 1990 dan Televisi Pendidikan Indonesia (TPI) pada tahun 1991. Siaran nasional RCTI dan SCTV baru dimulai tahun 1993 kemudian pada tahun 1994 berdiri ANTeve dan Indosiar. Hingga saat ini tercatat ada 11 stasiun televisi yang mengudara secara nasional, selain stasiun tersebut di atas ada Trans TV, Global TV, Lativi, Metro Tv dan TV7.

E. ANTV

ANTV (singkatan dari Andalas Televisi, umumnya ditulis antv) adalah sebuah stasiun televisi swasta nasional Indonesia. Stasiun televisi ini awalnya disiarkan pada 1 Januari 1993 di kota Lampung dan sekitarnya. Bermula dari sebuah izin siaran lokal di Lampung, ANTV mengudara selama 5 jam sehari. Dua

bulan kemudian, tepatnya tanggal 1 Maret 1993, ANTV secara resmi disiarkan ke seluruh Indonesia dari Jakarta.

ANTV dimiliki oleh konglomerat muda Anindya Bakrie dan sekarang dikelola oleh Erick Thohir, yang menjadi Presiden Direktur dari stasiun televisi ini sekaligus Wakil Komisaris Utama VIVA dan Direktur Utama Intermedia Capital (induk usaha ANTV). Konglomerat media asal Amerika Serikat, Rupert Murdoch, membeli sekitar 20% saham ANTV pada 30 April 2006 melalui perusahaannya di Hong Kong, STAR TV. Pangsa pasar ANTV saat ini adalah sekitar 5% dari 180 juta penonton. ANTV telah memiliki hak siar atas ajang sepak bola bergengsi Dunia, Piala Dunia FIFA 2014 bersama tvOne.

ANTV didirikan pada 1 Januari 1993 sebagai stasiun televisi lokal di kota Bandar Lampung. Tanggal 18 Januari 1993 ANTV mendapat izin siaran nasional melalui Keputusan Menteri Penerangan RI No. 04A/1993. Sepuluh hari setelah izin tersebut keluar, ANTV mengudara secara nasional. Meski siaran nasionalnya dilakukan pada tanggal 1 Maret 1993, siaran ANTV baru diterima secara luas dan menambah jam siarannya secara bertahap terhitung mulai Februari 1994. Studio ANTV yang semula berada di Bandar Lampung dipindahkan secara bertahap ke Jakarta setelah sebagai stasiun televisi nasional di Indonesia. Tepat tanggal 1 Maret 1993 ANTV untuk pertama kalinya memproduksi program sendiri berupa liputan berita aktual jalannya Sidang Umum DPR/MPR. Saat itu ANTV berhasil melakukan siaran langsung meliput jalannya kegiatan penting kenegaraan. Momen istimewa itu yang kini dijadikan sebagai hari jadi ANTV.

Situs web wikipedia.org/wiki/ANTV memaparkan, stasiun televisi ini pada mulanya dikhususkan pada pemirsa remaja (usia 13–25 tahun) dan pernah menyiarkan acara-acara MTV Indonesia hingga awal tahun 2000-an, tetapi tahun 2002 stasiun ini berkembang menjadi stasiun untuk segala usia, sama dengan stasiun televisi yang lain. ANTV berhasil mencatatkan prestasi gemilang di Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai penyelenggara konser selama 5 jam yang diselenggarakan awal tahun 2001.

Pada 30 April 2006 ANTV berhasil menjalin kerja sama strategis dengan jaringan televisi dunia STAR TV. Kerja sama ini ditandai dengan masuknya 20% saham ANTV ke STAR TV. Hal ini sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pada tahun 2009, Perseroan mengakuisisi 99.99% saham ANTV setelah STAR TV melepas seluruh kepemilikannya di ANTV. ANTV berhasil memperoleh sertifikasi Sistem Manajemen Mutu Berstandar Internasional ISO 9001:2008 untuk lingkup Television Broadcast System pada tahun 2011. Saat ini, ANTV dimiliki oleh PT Visi Media Asia Tbk (melalui PT Intermedia Capital Tbk)

Tepat tanggal 1 maret 1993 ANTV untuk pertama kalinya memproduksi program sendiri berupa liputan berita aktual jalannya sidang MPR. Saat itu ANTV berhasil melakukan siaran langsung meliput jalannya kegiatan penting kenegaraan. Momen istimewa itu yang kini dijadikan sebagai hari jadi ANTV. Stasiun televisi ini pada mulanya dikhususkan pada pemirsa remaja (usia 13–25 tahun) dan pernah menyiarkan acara-acara MTV indonesia hingga awal tahun 2000-an, tetapi tahun 2002 stasiun ini berkembang menjadi stasiun untuk segala usia, sama dengan stasiun televisi yang lain. ANTV berhasil mencatatkan

prestasi gemilang di museum rekor indonesia (MURI) sebagai penyelenggara konser selama 5 jam yang diselenggarakan awal tahun 2001. ANTV menggunakan logo ini setelah star tv membeli 20% saham ANTV. Digunakan dari 30 April 2006 hingga 19 September 2009

Pada 30 april 2006 ANTV berhasil menjalin kerja sama strategis dengan jaringan televisi dunia star tv. Kerja sama ini ditandai dengan masuknya 20% saham ANTV ke STAR TV. Hal ini sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pada tahun 2009, Perseroan mengakuisisi 99.99% saham ANTV setelah STAR TV melepas seluruh kepemilikannya di ANTV.

ANTV berhasil memperoleh sertifikasi Sistem Manajemen Mutu Berstandar Internasional ISO 9001:2008 untuk lingkup *Television Broadcast System* pada tahun 2011.

Logo ANTV yang digayakan dengan corak batik. Meskipun sejak 17 Maret 2013 digunakan dalam setiap siarannya, logo ini bukanlah logo resminya

Mulai 20 september 2009, ANTV kembali mengubah logonya dengan kemiripan seperti logo tahun 2003-2006. Memiliki kotak yang berbentuk sama dengan logo sebelumnya saat di bawah STAR TV. Namun, logo ini didominasi warna merah dengan bayangan berwarna kuning dan menggunakan huruf "antv", tanpa logo bintang STAR TV. Pancaran yang tebal dan berwarna merah menggambarkan kekuatan dan kepercayaan diri ANTV menuju masa depan yang gemilang, yang memperlihatkan ANTV dipersembahkan sebagai kebanggaan Indonesia. Warna putih melambangkan tekad ANTV menjalankan usaha ini

berdasarkan asas ketentuan yang berlaku dilandasi nilai-nilai kejujuran, ketulusan, serta menjunjung tinggi integritas bangsa.

Warna kuning melambangkan kemakmuran di mana kami berharap bahwa ANTV akan dapat memberikan kemakmuran kepada seluruh pemangku kepentingan. Bertepatan dengan siaran langsung Viva La Vida pada tanggal 17 maret 2003, di saat ANTV genap berusia 20 tahun, logo ini divariasikan lagi menjadi versi batik, baik sebagai logo *on-air* maupun logo jeda iklan terutama di situs web resmi ANTV.

Di dalam perjalanan panjang Andalas Televisi, singkatan dari ANTV, stasiun TV ini telah banyak melahirkan program-program menarik dan menjadi unggulan ANTV dalam memanjakan pemirsa setianya. Salah satunya adalah program Pesbukers. Pesbukers adalah salah satu program keunggulan yang masih ditayangkan ANTV hingga sekarang.

F. Program Pesbukers

Pesbukers (sebelumnya Pesta Buka Bareng Selebritis) merupakan sebuah acara televisi yang ditayangkan oleh ANTV setiap Senin hingga Jumat pada awalnya, ditayangkan pada jam 6 sore sampai jam 7 malam. Acara ini pertama kali dimulai pada tanggal 25 Juli 2011. Yang berisi acara yang berhubungan dengan anak gaul (ABG) dan disiarkan selama 60 menit. Pesbukers memenangkan Panasonic Gobel Awards 2013,2014,2015 serta yang terbaru 2016 tepatnya dibulan oktober lalu untuk kategori Program Komedi Terbaik.

Bersumber dari wikipedia.org/wiki/pesbukersantv, sebelumnya, Pesbukers hanya disiarkan selama 1 ½ jam setiap hari selama bulan Ramadan yang mulanya

dirintis oleh almarhum Olga Syahputra, Jessica Iskandar, Raffi Ahmad, Opie Kumis, dan Qubil AJ yang hanya menjadi acara unggulan selama menunggu berbuka puasa. Kemudian, setelah menayangkan edisi spesial Lebaran, Pesbukers tayang selama 1 jam sejak 28 Oktober 2011, dan tentunya lebih variatif. Pesbukers telah beberapa kali berganti jam tayang. Dan sekarang Pesbukers tayang tengah malam yaitu jam 12 malam hingga jam 1 dini hari.

Pada awalnya Pesbukers menayangkan secara langsung, namun sehubungan candaan Olga terhadap Julia Perez yang menyapa dengan Assalamualaikum dan dibalas oleh Olga dengan mengatakan: “Jangan pakai Assalamualaikum, seperti pengemis saja.’, pada episode yang lalu, maka mempertimbangkan bahwa hal ini dapat menyinggung umat Islam, maka Komisi Penyiaran Indonesia meminta agar Pesbukers tidak ditayangkan dalam waktu sementara, dan akhirnya Pesbukers ditayangkan secara tidak langsung (rekaman). Dan didalam lahirnya program pesbukers, acara sketsa komedi ini telah beberapa kali meraih penghargaan yang membanggakan, atas kinerja daeri seluruh kru yang terkait yang terlibat didalamnya.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

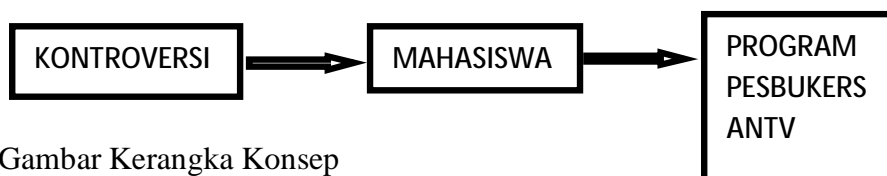
Dalam pelaksanaan ini, metode harus ditetapkan secara tepat karena dengan metode penelitian ini akan membantu dalam menetapkan arah dan tujuan penelitian sehingga akan mampu mengungkapkan penelitian secara sistematis.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif. Untuk memahami secara mendalam tanggapan pro dan kontra Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Sistem Informatika Universitas Pembangunan Panca Budi terhadap program pesbukers antv, maka penelitian ini menggunakan pengolahan data atau pendekatan kualitatif. Pengumpulan data melalui wawancara dengan responden guna memahami tanggapan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Sistem Informatika Universitas Pembangunan Panca Budi. Penelitian deskriptif menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variable dan tidak menguji hipotesis. (Rakhmat, 2005:24).

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam – dalamnya. Pendekatan ini tidak mementingkan jumlah populasi dan sampling, bahkan sampel terbatas, agar data yang didapat bisa lebih mendalam. (Kriyantono, 2012:56).

B. Kerangka Konsep

Kerangka konsep dalam penelitian ini menggunakan model teoritis dengan memasukkannya ke dalam sebuah bagan, yaitu sebagai berikut:



Gambar Kerangka Konsep

C. Defenisi Konsep

a. Kontroversi

Kontroversi adalah suatu perdebatan, pertentangan, atau persengketaan berkepanjangan mengenai suatu hal yang terjadi dalam masyarakat dan biasanya mengenai pendapat atau sudut pandang.

b. Mahasiswa

Mahasiswa adalah status yang disandang oleh seseorang karena hubungannya dengan perguruan tinggi yang diharapkan dapat menjadi calon-calon intelektual.

c. Program Pesbukers ANTV

Pesbukers (sebelumnya Pesta Buka Bareng Selebritis) merupakan sebuah acara komedi sketsa televisi yang ditayangkan oleh ANTV setiap Senin hingga Jumat pada awalnya, ditayangkan pada jam 6 sore sampai jam 7 malam. Acara ini pertama kali dimulai pada tanggal 25 Juli 2011. Yang berisi acara yang berhubungan dengan anak gaul (ABG) dan disiarkan selama 60 menit.

D. Kategorisasi

Kategorisasi dalam penelitian ini untuk menunjukkan bagaimana caranya mengukur suatu variable penelitian sehingga diketahui dengan jelas apa yang menjadi kategorisasi penelitian pendukung untuk analisa variable tersebut. Kategorisasi dalam penelitian kontroversi program pesbukers di ANTV pada mahasiswa sistem informatika universitas pembangunan panca budi yaitu sebagai berikut :

Tabel Kategorisasi Penelitian

Program Pesbukers ANTV	Kontroversi Mahasiswa	
Segmen Program	Lucu	Menarik
	Tidak Lucu	Tidak Menarik
Atitud Artis yang di Tampilkan	Layak	Tidak Layak
Prestasi	Dinilai layak menerima penghargaan panasonic gobel awards	
	Dinilai tidak layak menerima penghargaan panasonic gobel awards	

Wanprestasi	Dinilai harus ditiadakan programnya terkait kerap sekali terkena teguran Komisi Penyiaran Indonesia
	Dinilai tidak harus ditiadakan programnya terkait kerap sekali teguran KPI karena masih bisa berbenah dan masih menghibur penontonnya.

E. Narasumber

Narasumber pada penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Sistem Informatika Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Panca Budi. Penelitian ini dilakukan dengan teknik wawancara pada empat mahasiswa jurusan sistem informatika, yang ditentukan peneliti pada pra penelitian sesuai dengan kriteria penelitian. Adapun data narasumber dapat dilihat dari table data berikut :

Tabel Daftar Narasumber/Informan

No.	Nama	Nim/NPM	Kegiatan Kemahasiswaan UNPAB	Agama
1	Aldi Syahputra	1407654413	Anggota Badan Executif	Islam

			Mahasiswa	
2	Ardiansyah Dalimunte	1400084756	Aktif pada Olahraga Futsal Kampus	Islam
3	Wahyu Permana	1403769411	Aktif pada kegiatan Seni Musik	Islam
4	Siska Olivia	1404633617	Tidak ada	Islam

Alasan peneliti memilih mahasiswa sebagai subjek dari penelitian ini karena pada umumnya mahasiswa disebut sebut sebagai calon intelektual sehingga memahami betul mengenai pemberitaan yang ada, mampu memilah dan memilih informasi yang ia terima untuk diterapkan di kehidupan sehari-hari.

Dalam hal ini peneliti memilih mahasiswa Sistem Informatika Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Panca Budi sebagai subjek penelitian karena pada pra penelitian yang dilakukan dan di antara empat orang narasumber sebelumnya ada dua orang narasumber yang berbeda pendapat mengenai program pesbukers. Selain itu mereka juga termasuk mahasiswa yang mempelajari komunikasi dan informasi di era globalisasi saat ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

a. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan secara langsung pada lokasi penelitian (*field research*) atau objek yang diteliti atau data yang diperoleh ini disebut data primer. Dalam hal ini data diperoleh dengan cara sebagai berikut:

b. Observasi

Observasi yaitu pengamatan langsung terhadap objek penelitian. Sedangkan data sekunder dilakukan dengan teknik dokumentasi, yaitu data yang diperoleh telah dioalah dengan baik dalam bentuk angka maupun berupa uraian sesuatu hal yang berhubungan dengan penelitian ini dijadikan bahan informasi yang diperoleh dari instansi terkait.

c. Wawancara

Wawancara yaitu mendapatkan data dengan cara Tanya jawab dan berhadapan langsung dengan informan.

Selanjutnya sebagai tambahan kepentingan informasi, penulis mengumpulkan data-data yang relevan dengan permasalahan yang sedang diteliti, yang diperoleh dari buku-buku, referensi, naskah lainnya, maupun dari observasi langsung ke lapangan. Data yang diperoleh merupakan data sekunder dan digunakan sebagai pendukung dalam analisis data. Data sekunder tersebut antara lain berupa:, berita dan informasi terkait program pesbukers yang di dapat melalui stasiun TV maupun media sosial seperti line.

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif. yaitu data yang diperoleh melalui penggumpulan data kemudian akan diinterpretasikan sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Data yang diperoleh dari hasil wawancara akan diuraikan secara deskriptif dan dianalisis secara kualitatif.

H. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Panca Budi (jurusan sistem informatika) Jl. Jend Gatot Subroto, Simpang Tj., Medan Sunggal, Kota Medan, Sumatera Utara 20122. Penelitian ini dimulai sejak Juli 2017 sampai dengan Agustus 2017.

a. Struktur Organisasi

Gambar Bagan Struktur Organisasi Universitas Pembangunan Panca Budi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Sistem Informatika Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Panca Budi Jl. Jend Gatot Subroto, Simpang Tj., Medan Sunggal, Kota Medan, Sumatera Utara pada bulan juli-agustus 2017. Sebelum melakukan penelitian, penulis sudah melakukan permohonan izin riset pada pihak yang bersangkutan yaitu Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Panca Budi. Penelitian ini dilakukan dengan teknik wawancara kepada empat mahasiswa Sistem Informatika yang ditentukan peneliti pada pra penelitian sesuai kriteria dan kebutuhan dengan penelitian ini.

Dalam penelitian ini peneliti memilih empat mahasiswa sistem informatika Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Panca Budi untuk diwawancarai karena sebelumnya dua di antara nya sudah pernah berselisih pendapat terkait program pesbukers. Dan dua orang mahasiswa lainnya peneliti ikut sertakan ke dalam wawancara untuk menambahkan pendapat dan tanggapan mereka terkait untuk mengambil kesimpulan dari penelitian ini.

Wawancara pertama dilakukan peneliti dengan mengajukan pertanyaan “bagaimana tanggapan anda terkait pada setiap segmen program pesbukers? Peneliti memilih **narasumber Aldi Syahputra** untuk menjawab yang pertama.

“Aku lihat dari setiap segmen pesbukers yang dibuat selalu dipaksakan. Maksudku kualitas setiap segmen gak selalu bermutu seperti kayak waktu menonton pesbukers ada itu segmen interview buat tamu artis. Pesbukers mengangkat topik isu-isu atau gosip yang belum pasti nyatanya. Tentu kalau gitu bisa membuat para tamu yang di undang menjadi gak nyaman bahkan jengkel dan sering pula gak mau ngejawab semua pertanyaan yang di ajukan oleh para artis pesbukers. Dari segmen lain juga ada yang sungguh tidak bermanfaat sedikitpun. Kayak yang ku ingat segmen bermain pantun si saprik itu. Bukan pantun biasa, tapi pantun yang ujung-ujungnya cuma buat merendahkan lawan mainnya di atas panggung aja dan itu dianggapnya sebuah lelucon biasa padahal itu gak lucu sama sekali dan gak ada yang menarik disitu” .

Lain halnya dengan **narasumber Ardiansyah Dalimunte**, dirinya mengungkapkan jawaban bahwa:

“menurutku setiap segmen program pesbukers bisa membuat gelak tawa penonton. Salah satu segmen favoritku itu saat Sapri menggoda para artis dengan pantun-pantun mautnya. Itu sangat lucu dan dapat dijadikan referensi baruku nanti, hahaha.”

Pendapat serupa disampaikan **narasumber Wahyu Permana**, dengan memberikan jawaban:

“di bagian segmen program, ku rasa tak ada masalah. Semua segmen lucu dan menghibur. Karena segmen-segmen itu udah di kelola sendiri sama para artis pesbukers dengan watak dan tingkah konyol mereka. Segmen favorit kalau mau ku pilih ya semua segmen favoritku. Karena kekonyolan mereka di atas panggung gak ada yang salah dan kurasa sangat menghibur”.

Sementara **narasumber Siska Olivia** menjawab pertanyaan yang diajukan dengan:

“Sebagian besar segmen yang di tampilkan pesbukers menurutku tidak baik dan bersifat tidak mendidik. Karena di segmen tertentu ku lihat para artis pesbukers saling cela-mencela yang sama sekali itu tidak lucu dan itu hampir ada di seluruh segmen program. Pada bulan ramadhan yang lalu, saranku seharusnya pesbukers lebih kreatif lagi contohnya dengan menambahkan segmen mengaji atau yang lain, ini malah yang di tampilkan dua artis yang pernah berseteru vicky prastio dan zaskia gotik. Biar apa

coba? Itu tentu akan membuat suasana tak kondusif, tetapi pesbukers menganggap itu hal yang menarik, kan aneh”.

Kemudian peneliti mengajukan ke pertanyaan kedua, yaitu Bagaimana tanggapan anda terkait attitude yang ditampilkan para artis pesbukers? Yang menjawab pertama kali **Narasumber Aldi Syahputra**:

“Fokus ke atitud para artis, ku nilai tingkah dan tindakan-tindakan yang dilakukan para artis di atas panggung sungguh tak patut ditiru. Contohnya Raffi Ahmad aja yang telah mempunyai istri dan anak, begitu lihai nya dia ku tengok menggoda tamu dan artis sesama pesbukers yang bening-bening bahkan sampe pula megang tangan atau meluk-meluk. Satu lagi Ayu Tingting, dengan lantang nya manggil Sapri dengan nada tinggi sama sedikit melece-lece yang dikiranya itu bagian dari candaan, tapi etika nya itu gak layak aja kayak gitu itu kalau dia yang muda gak sopan ke yang lebih tua, kan diliat banyak orang”.

Beda jawaban dari **narasumber Ardiansyah Dalimunte**, katanya:

“Attitude para artis wajar-wajar aja dan menghibur. Kalau ada yang berlebihan itu ya memang yang harus di buat sama merekakan supaya tetap menjadi perhatian penonton dan itu layak untuk ditampilkan kurasa . Kalau mau atitud nya menjadi contoh dan pedoman ya berprofesi menjadi seorang Ustad atau Dosen lah, artis lawak kan tugas nya untuk menghibur”.

Jawaban yang mirip diutarakan oleh **narasumber Wahyu Permana**, dia bilang:

“para artis di pesbukers semua udah menjadi diri mereka sendiri di atas panggung pesbukers. Semua penonton mungkin telah memaklumi tingkah lucu mereka. Ku kasih contoh Raffi Ahmad, semua udah tahu kalau dia genit dengan cewek, itu memang diri dia dan tidak ada salahnya dan layak untuk ditampilkan, selagi belum melampui batas norma yang ada dimasyarakat. Terus kalau tamu artis yang datang wanita cantik, Raffi pintar kali menggoda dengan guyonan ala pesbukers dia”.

Tetapi **narasumber Siska Olivia** menjawab seperti ini:

“Setiap artis yang main di pesbukers mempunyai reputasi yang tidak terlalu baik, bahkan kebanyakan dari artis cuman mengandalkan sensasi untuk

membuat populer, bukannya prestasi. Sebagai contoh Dewi Persik. Mungkin penontonnya udah tahu bagaimana karakter dari Dewi Persik sendiri. Dan ditambah dengan tingkah dan sikap lawan main dia di atas panggung pesbukers yang gak jelas, maka jelas gak ada yang layak untuk ditampilkan seterusnya”.

Lalu peneliti menanyakan pertanyaan tentang, Bagaimana tanggapan anda terkait prestasi yang telah dicapai pesbukers? **Narasumber Aldi Syahputra** menilai:

“Program pesbukers yang kutahu udah beberapa kali dapat penghargaan panasonic gobel awards untuk kategori sketsa komedi. Namun faktanya jauh dari kata layak menurutku. Karena sketsa yang dimainkan artis pesbukers gak mendidik dan selalu dipaksakan. Ditambah dengan sering kali kena teguran dari KPI, sungguh aneh kok bisa dapat kayak gitu, bingung aku pesbukers bisa terpilih dapat penghargaan sekelas itu. Karena kulihat dari nominator program yang lain, masih ada program acara komedi yang lebih pantas mendapatkan penghargaan itu.”

Lain hal nya dengan yang dibilang narasumber **Ardiansyah Dalimunte**, dia mengutarakan:

“Kalau prestasi yang telah di capai pesbukers itu memenangkan beberapa kali penghargaan panasonic gobel awards, bukan sekali tapi beberapa kali. Itu kan capaian yang luar biasa. Berarti program pesbukers itu sukses menghibur para penonton. Penghargaan panasonic itu setiap tahun diselenggarakan. Untuk jadi nominatornya aja di seleksi dulu, lalu di vote sama pemirsa, bukan sembarangan itu”.

Pendapat mendukung juga dikatakan **narasumber Wahyu Permana**, katanya:

“Soal prestasi pesbukers, yaitu penghargaan panasonic gobel awards itu, Kan itu suatu hal yang membanggakan dan torehan yang luar biasa lah kalau kubilang, setimpal dengan penampilan artis pemain pesbukers. Terbukti, kalau para penontonnya itu masih menerima aksi dan tingkah kelucuan mereka”.

Tetapi **narasumber Siska Olivia** mempunyai pandangan tersendiri, yaitu:

“Saya heran aja gitu, bagaimana bisa program pesbukers dapat penghargaan panasonic gobel awards. Yang memilih pesbukers kurasa mungkin penonton setia nya yang rata-rata terbilang ibu-ibu rumah tangga dan anak-anak remaja yang alay-alay, makanya bisa menang”.

Selanjutnya, untuk melengkapi dan menyempurnakan jawaban dari para narasumber, peneliti mengajukan pertanyaan terakhir yaitu Bagaimana tanggapan anda terkait wanprestasi yang telah di dapat pesbukers? Jawaban pertama dari **narasumber Aldi Syahputra** seperti ini:

“Pesbukers dari segi wanprestasi saya lihat program pesbukers ini sering kali mendapat teguran dari KPI karena banyak melakukan pelanggaran yang ada. Sebagai contoh yang baru-baru ini se-ingat saya, dimana pesbukers membuat tema bulan suci ramadhan sebagai penyegaran program mereka. Tapi isi dan cerita dari program itu gak ada menyentuh dari tema nya. Karna isi dari program pesbukers kebanyakan segmen-segmen joget yang gak begitu jelas dan game-game yang dibuat antar pemain yang sangat gak mendidik kayak game rumah miring yang tujuannya kulihat cuman untuk menjatuhkan diri mereka sampe artis pemainnya saling berhimpitan yang di anggap itu sebagai bentuk lelucon”.

Sementara **narasumber Ardiansyah Dalimunte** menilai:

“Kalau program pesbukers kena tegur KPI, itu hal yang wajar. Karena setiap program pasti punya kelebihan dan kekuranganlah, gak ada yang perfect. Mungkin para tim pesbukers akan segera berbenah dan akan membuat program itu menjadi lebih menarik lagi. Yah lihat ajalah, udah sering kena tegur tapi makin lucu aja kulihat”.

Jawaban serupa dikatakan **narasumber Wahyu Pernama**, menurutnya:

“Sering nya program pesbukers di tegur KPI, itu kan cuman bumbu-bumbu kecil aja untuk buat program pesbukers lebih baik lagi. Maksud aku kalau kayak gitu kan nanti para artis pemain dan tim kreatif termotivasi membuat program lebih baik dan lebih menarik lagi, biar bisa semakin lucu gitu”.

Pendapat lain di tegaskan oleh **narasumber Siska Olivia**, yaitu:

“Pesbukers itu sangat sering sekali kena teguran KPI. Tapi kurasa gitu-gitu aja gak guna juga ditegur tapi gak disanksi-sanksi. Heran aku kenapa KPI itu gak langsung menghapus program itu, sampe sekarang masih juga ada. Udah jelas dari segi edukasi nya gak ada, hanya mengandalkan nama besar artis dan tingkah-tingkah yang gak sewajarnya di tampilkan dan di tonton masyarakat”.

Dari wawancara yang dilakukan pada ke-empat narasumber, peneliti sudah mendapatkan hasil yang diinginkan dari pembahasan penelitian ini.

B.Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan pengamatan dan wawancara bersama empat orang narasumber mahasiswa yang memahami tentang fenomena program pesbukers dan juga mengikuti perkembangannya, maka penulis akan memberikan pembahasan berikut.

Pada awalnya penelitian ini dilakukan karena penulis melihat adanya fenomena yang menimbulkan tanggapan pro dan kontra atau kontroversi terkait program pesbukers di antv, karena di dalam program pesbukers terdapat proses komunikasi yang tidak baik yang di terapkan artis pesbukers. Meskipun tujuan para pemain pesbukers untuk menghibur penontonnya, namun terdapat unsur-unsur yang bilamana terus diterapkan dan dikembang akan menimbulkan efek atau feedback yang tidak terdapat manfaat di khalayak.

Dan peneliti tertarik untuk meneliti ini di masyarakat, dan peneliti memilih mahasiswa untuk sebagai narasumbernya. Karena mahasiswa merupakan golongan masyarakat modern yang akan meningkatkan kemajuan bangsa dan negara serta dilengkapi dengan ke-intelektualan logika yang tinggi. Peneliti memilih mahasiswa sistem informatika fakultas ilmu komputer universitas

pembangunan panca budi sebagai narasumber untuk diteliti, karena sebagai mahasiswa informatika, tentu mereka banyak memahami ilmu-ilmu komunikasi dan informasi berbagai macam hal. Sebagai tambahan, sebelumnya dua narasumber telah berselisih paham mengenai program pesbukers, Itu sebabnya peneliti tertarik meneliti ini dengan mereka sebagai narasumbernya.

Ke empat narasumber telah memberikan masing-masing tanggapannya terkait program pesbukers. Dua informan, yaitu Ardiansyah Dalimunte dan Wahyu Permana, peneliti simpulkan keduanya mendukung program pesbukers dengan mengatakan segmen program pada pesbukers telah memenuhi kebutuhan penonton untuk dapat menghasilkan kelucuan dari tindakan-tindakan yang para artis pesbukers lakukan. Mereka menyimpulkan proses dan unsur komunikasi yang dimainkan oleh para pemain pesbukers dapat dinikmati para penonton setianya.

Dan dua narasumber lainnya, Aldi Syahputra dan Siska Olivia peneliti menilai keduanya tidak mendukung program pesbukers karena beranggapan di setiap segmen program pesbukers tidak menarik dan tidak ada nya nilai-nilai edukasi untuk masyarakat. Mereka menyimpulkan bila program pesbukers tidak peduli dengan norma dan moral berkelanjutan. Karena mereka menilai masyarakat kita saat ini haus akan pendidikan norma dan moral sebab telah banyak tindakan-tindakan unmoral yang menjurus ke tindakan kriminal di sebabkan oleh krisis moral yang kita terima dan itu harus di tangkal dengan edukasi terutama dari sistem komunikasi yang mudah didapatkan salah satunya yaitu acara program televisi misalnya seperti program pesbukers di antv ini.

Lalu narasumber Ardiansyah Dalimunte dan Wahyu Permana menilai attitude para artis pesbukers masih wajar-wajar saja karena itu semua profesional sebagai komedian bahkan banyak penonton yang dibuat tertawa dan masih layak untuk ditampilkan. Mereka menilai memang pemain komedian seharusnya bertingkah seperti itu karena dituntut kekonyolan yang bisa mengundang gelak-tawa dari penonton.

Sedangkan menurut narasumber Aldi Syahputra dan Siska Olivia attitude para artis pesbukers tidak pantas dan tidak layak untuk ditonton dan ditiru karena banyak tingkah-tingkah yang tak senonoh dan tidak layak untuk ditampilkan. Mereka menegaskan program pesbukers kurang peduli dengan kebaikan masyarakat dan hanya ingin menguntungkan secara sepihak contohnya agar rating televisinya meningkat dan dibanyak sponsor-sponsor yang ingin bergabung.

Melanjutkan pembahasan penelitian ini, dari sisi prestasi yang dicapai pesbukers informan Ardiansyah dan Wahyu Permana menilai penghargaan panasonic gobel awards itu sangat pantas diterima program pesbukers atas keberhasilannya membuat gelak tawa penontonnya, karena telah terbukti pilihan masyarakat jatuh pada program pesbukers. Mereka menyimpulkan pesbukers layak diapresiasi penghargaan sebab sukses membuat penonton menikmati kekonyolan para pemain dan terbukti sampai saat ini acaranya masih berlanjut.

Namun pada narasumber Aldi Syahputra dan Siska Olivia justru sebaliknya, keduanya menilai mengapa program pesbukers bisa mendapatkan penghargaan panasonic gobel award, sebab menurut keduanya program itu hanya memainkan

sketsa-sketsa yang tak ada manfaatnya dan tak mendidik bahkan kerap sekali terkena teguran oleh KPI . Mereka menilai tidak sinkronnya pihak KPI dan panitia dari panasonik gobel awards sebab sudah jelas-jelas mereka bersebrangan paham dengan apa yang ditampilkan pesbukers.

Memasuki pembahasan selanjutnya, mengenai wanprestasi program pesbukers, narasumber Ardiansyah Dalimunte mengatakan teguran yang diberikan KPI pada program pesbukers masih sewajarnya karena setiap program itu selalu ada kekurangan dan kesalahannya. Begitu juga dengan narasumber Wahyu Permana yang menganggap bila teguran KPI itu sebagai motivasi agar program pesbukers menjadi lebih baik ke depan nya. Mereka tetap menegaskan bahwa pesbukers itu baik .

Tetapi dua narasumber lain sangat berbeda pendapat, yaitu narasumber Aldi Syahputra dan Siska Olivia yang menyayangkan bahwa teguran oleh KPI yang kerap sekali diberikan pada program pesbukers hanya teguran semata yang sia-sia. Karena dua narasumber ini menilai seharusnya program pesbukers harus ditutup sebab akan menimbulkan lebih banyak sisi negatif nya dari pada sisi positif bila program ini terus di tayangkan ke depan nya. Sungguh aneh bilamana pihak pertelevisian nasional tetap membiarkan program pesbukers dan acara televisi yang demikian diberikan hak siar.

Dari hasil penelitian diatas penulis menentukan bahwa tanggapan negatif dan positif yang dihasilkan dari wawancara pada narasumber bersifat *Opinion*. Oleh karena mereka menilai program pesbukers itu baik atau tidak nya sesuai

dengan apa yang mereka lihat dan terima. Narasumber melakukan interpretasi berdasarkan pengetahuan dan pengalaman serta kepentingan narasumber. Kontroversi atau tanggapan pro dan kontra adalah proses kognitif psikologis dalam diri anda yang mencerminkan sikap, kepercayaan, nilai dan pengharapan untuk memaknai objek.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti paparkan pada bab IV, maka skripsi yang berjudul Kontroversi Program Pesbukers Di ANTV (Studi pada mahasiswa Sistem Informatika Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Panca Budi) Peneliti dapat membuat kesimpulan bahwa Kontroversi Program pesbukers di ANTV pada mahasiswa yang telah ditentukan dengan pertanyaan terkait Segmen Program, Atitude Artis Yang Ditampilkan, Prestasi dan Wanprestasi terkait Program Pesbukers secara umum adalah sebagai berikut akan dijelaskan.

Penulis memaparkan, segmen pada program pada pesbukers telah lucu dan menarik, karena memenuhi kebutuhan penontonnya dengan bertingkah konyol hingga dapat membuat tertawa, namun di sisi lain segmen program pesbukers tidak ada nya nilai-nilai edukasi untuk masyarakat sehingga menjadi tidak menarik.

Pada atitude artis yang di tampilkan dalam pesbukers wajar-wajar saja dan masih layak, karena profesinya sebagai komedian, namun di sisi lain masih ada tingkah-tingkah yang tak senonoh yang dapat membuat tidak layak untuk ditampilkan.

Selanjutnya penulis menambahkan pada prestasi program pesbukers yang mendapatkan penghargaan panasonic gobel award memang layak diterima sebab

penonton setia nya telah memilih pesbukers karena telah menghibur, namun di sisi lain program pesbukers kurang melengkapi kepantasannya mendapatkan penghargaan panasonic gobel award atau dapat dikatakan tak layak karena tidak ada nya nilai-nilai edukasi dan masih kerap terkena teguran oleh KPI.

Dan terdapat di wanprestasi program pesbukers, semacam teguran-teguran oleh KPI masih sewajarnya dan tak perlu menghapus pesbukers karena setiap program itu selalu ada kekurangan dan kesalahan, namun di sisi lain karena sering nya pesbukers terkena teguran oleh KPI seharusnya pesbukers harus ditutup karena banyak membawa peran negatif di masyarakat.

B.Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian mengenai Kontroversi Program Pesbukers Di ANTV (Studi Deskriptif Kualitatif pada mahasiswa Sistem Informatika UNPAB) maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Pemilihan segmen program sebaiknya mengacu pada kegiatan sketsa komedi agar lebih memperdalam lelucon yang ditampilkan dan tidak menyimpang ke hal-hal selain komedi sketsa.
2. Penampilan para Artis sebaiknya harus lebih diperhatikan agar para Artis menampilkan adegan sketsa komedi sesuai dengan norma-norma yang ada dan tidak melakukan tindakan-tindakan konyol yang tidak bermanfaat.

3. Prestasi yang telah di capai sebaiknya harus dipertahankan dengan membuat ide-ide baru di tim pesbukers agar masyarakat lebih menghargai dan merestui pesbukers untuk tayang di ANTV.
4. Terkait wanprestasi tentang teguran KPI pada pesbukers, sebaiknya pihak pesbukers harus lebih disiplin dalam memilah adegan-adegan yang akan di mainkan sehingga tidak lagi mendapat teguran KPI.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto. 2000. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Rekatama Media : Jakarta
- Arikunto, Suharsini. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. 2010. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta : Kencana
- Bungin, Burhan. 2006. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Jakarta : Kencana
- Cangara, Hafied. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Darmastuti, Rini. 2012. *Media Relations : konsep, strategi, dan aplikasi*, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti
- Eka, Kurniawan. 2009. *Pramoedya Ananta Toer dan Realisme Sosialis*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Nuruddin 2014. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Nuruddin. 2012. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Yogyakarta : Rajawali Pers.
- Olii. Helena. 2007. *Opini Publik*. Jakarta : PT Indeks
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. PT. Remaja Rosdakarya : Bandung.
- Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Pustaka setia.
- Susanto. Phil Astrid. 1985. *Pendapat Umum*. Bandung : Binacipta.
- Tamburaka Apriadi. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Vera, Nawiroh. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Renata Pratama
- Widjaja, H.A.W. 2000. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta : Bumi Aksara

Referensi sumber lain :

(<http://.wikipedia.org/wiki/televisi>)

(<http://.wikipedia.org/wiki/ANTV>)

(<http://.wikipedia.org/wiki/pesbukersantv>)

(<http://www.wowkeren.com/berita/tampil/00131425.html>)

(<http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20368949-MK-Steven%20William.pdf>)