

OPINI PUBLIK TERHADAP TAYANGAN PROGRAM ACARA OPERA VAN JAVA TRANS 7

(Studi Deskriptif Pada Kelurahan Helvetia, Kota Medan)

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area
Guna Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat
Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana*

Oleh :

MUHAMMAD FACHRUSI

07.853.0013

Program Studi Ilmu Komunikasi



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

2012

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From repository:uma.ac.id)10/8/23

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Opini Publik Terhadap Tayangan Program Acara
"Opera Van Java" Trans 7 (Studi Deskriptif Pada
Kelurahan Helvetia, Kota Medan)

Nama : Muhammad Fachrusi

No. Stambuk : 07. 853. 0010

Program Studi : Ilmu Komunikasi



Pembimbing I

(Drs. Yan Hendra, MSI)

Pembimbing II

(Drs. Bahrum Jamil, MAP)

Mengetahui

Dekan



(Drs. H. Irwan Nst, S. Pd. MAP)

Tanggal Lulus :

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Pembatasan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Kerangka Pemikiran.....	6
BAB II : URAIAN TEORITIS	9
A. Pengertian Komunikasi.....	9
B. Pengertian Komunikasi Massa.....	12
C. Pengertian Opini Publik.....	19
D. Pengertian Media Massa.....	21
E. Sejarah dan Pengertian Televisi.....	24
F. Pengertian Acara Komedi.....	26
BAB III : METODELOGI PENELITIAN	28
A. Metode Penelitian.....	28
B. Populasi dan Sampel.....	28
C. Teknik Pengumpulan Data.....	30
D. Teknik Analisis Data.....	31
E. Kerangka Konsep.....	31

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

F. Variabel dan Defenisi Operasional	32
BAB IV : DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN	34
A. Kelurahan Helvetia Medan	34
B. Program Acara Opera Van Java.....	34
C. Tema Acara	36
D. Judul Cerita	37
E. Jadwal Tayang	38
F. Durasi Acara	38
G. Frekuensi Tayangan	38
H. Komedian/Pelawak	39
I. Bintang Tamu.....	40
J. Properti Acara	40
K. Sinden dan Orkes Gamelan/Band Pengiring.....	43
BAB V : ANALISIS DATA	48
A. Analisis Tabel Tunggal	48
B. Pembahasan Data	60
BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....	66

ABSTRAK

Judul : **Opini Publik Terhadap Tayangan Program Acara Opera Van Java Trans 7 (Studi Deskriptif Pada Kelurahan Helvetia, Kota Medan)**

Nama : **Muhammad Fachrusi**

No. Stambuk : **07. 853. 0010**

Program Studi : **Ilmu Komunikasi**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana opini publik terhadap tayangan program acara “Opera Van Java” pada masyarakat Kelurahan Helvetia Medan, yang ditayangkan dari senin s/d sabtu pukul 20.00 – 22.00 WIB di Trans 7. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif, yaitu metode yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Metode deskriptif juga tidak berusaha menjabarkan hasil suatu hipotesis, namun lebih menekankan kepada bentuk naratif atau intepretasi terhadap permasalahan yang diteliti. Adapun teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Komunikasi, Komunikasi Massa, Media Massa, teori S-O-R(Stimulus-Organism-Response), Televisi, Tayangan Program Acara “Opera Van Java” di Trans 7 dan Opini Publik.

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kelurahan Helvetia Medan, Kota Medan dengan jumlah responden 99 orang yang dijadikan sampel dari populasi yang berjumlah 13.478 orang. Jumlah tersebut diperoleh dengan menggunakan rumus Taro Yamane, dengan presisi 10% dan tingkat kepercayaan 90%.

Adapun teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling. Selain melalui buku-buku dan internet, pengumpulan data juga dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan dalam bentuk kuesioner kepada para responden. Setelah kuesioner dikembalikan, peneliti langsung melakukan pengeditan, lalu memberi kode pada jawaban kemudian hasilnya disajikan dalam bentuk tabel frekuensi (analisis tabel tunggal).

Mereka menyatakan bahwa acara “Opera Van Java” perlu dipertahankan dan dengan adanya acara tersebut dapat menghibur dan menghilangkan kepenatan mereka.

Kata Kunci (Keyword) : **Opini Publik, “Opera Van Java”, Trans 7**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hampir setiap rumah tangga di Indonesia memiliki perangkat televisi, agaknya televisi tidak lagi dianggap sekedar kebutuhan hiburan melainkan menjadi kebutuhan primer. Bagaimanapun juga televisi akan membawa dampak bagi kehidupan, baik individu maupun masyarakat.

Televisi adalah sebuah media telekomunikasi yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang monokrom (hitam-putih) maupun berwarna. Kata "televisi" merupakan gabungan dari kata *tele* ("jauh") dari bahasa Yunani dan *visio* ("penglihatan") dari bahasa Latin, sehingga televisi dapat diartikan sebagai "alat komunikasi jarak jauh yang menggunakan media visual/penglihatan."

Kotak televisi pertama kali dijual secara komersial sejak tahun 1920-an, dan sejak saat itu televisi telah menjadi barang biasa di rumah, kantor bisnis, maupun institusi, khususnya sebagai sumber kebutuhan akan hiburan dan berita serta menjadi media periklanan. Sejak 1970-an, kemunculan kaset video, cakram laser, DVD dan ini cakram Blu-ray, juga menjadikan televisi sebagai alat untuk melihat materi siaran serta hasil rekaman. Dalam tahun-tahun terakhir, siaran televisi telah dapat diakses melalui Internet, misalnya melalui iPlayer dan Hulu.

Stasiun televisi pertama di Indonesia adalah Televisi Republik Indonesia (TVRI) yang mulai mengudara sejak tanggal 23 Agustus 1962. Siaran perdananya menayangkan Upacara Peringatan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia ke-17 dari Istana Negara Jakarta. Siarannya ini masih berupa hitam putih. TVRI kemudian meliput Asian Games yang diselenggarakan di Jakarta. TVRI memonopoli siaran televisi di Indonesia sebelum tahun 1989 ketika didirikan televisi swasta pertama RCTI di Jakarta, dan SCTV pada tahun 1990 di Surabaya.

Seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, dunia pertelevisian juga mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan pertelevisian ini, khususnya di Indonesia ditandai dengan semakin banyaknya bermunculan stasiun televisi swasta. Di Indonesia saja sudah ada 10 stasiun televisi swasta sekarang, yaitu RCTI, SCTV, MNCTV, ANTV, INDOSIAR, METRO TV, TV ONE, GLOBAL TV, TRANS TV dan TRANS 7. Stasiun televisi swasta lokal yang berada di setiap daerah di Indonesia, juga ikut memeriahkan peta persaingan antara stasiun pertelevisian di Indonesia.

Semakin banyaknya stasiun televisi swasta, akan berimplikasi kepada munculnya persaingan antar televisi swasta itu sendiri. Masing-masing stasiun televisi berusaha menarik minat para pemirsa dengan cara menyajikan berbagai ragam acara, mulai dari siaran berita, film, sinetron, kartun, olahraga, quiz, talk show sampai kepada acara komedi yang sangat menghibur semua pemirsa televisi.

Dari berbagai ragam acara yang ditayangkan oleh televisi swasta, tayangan acara komedi merupakan salah satu mata acara yang sering terlihat di televisi. Umumnya acara komedi ini cukup diminati oleh para pemirsa karena menjadi salah satu tayangan yang paling menghibur sedari dulu hingga sekarang. Hal ini dapat dimaklumi karena acara komedi yang ditampilkan oleh televisi swasta, selain mengundang decak kagum dan gelak tawa serta mampu menghilangkan stres pemirsanya. Selain para komediannya yang mengocok perut dengan banyol-banyol khasnya. Acara komedi juga sering memparodikan peristiwa-peristiwa umum yang sedang terjadi di masyarakat saat ini sehingga menimbulkan kelucuan tersendiri bagi para pemirsa yang menyaksikannya.

Dari sekian banyaknya acara komedi yang di tayangkan oleh stasiun televisi, Opera Van Java merupakan acara komedi yang paling sukses dan populer di Indonesia saat ini. Opera Van Java adalah sebuah acara komedi situasi yang disiarkan oleh stasiun televisi swasta Indonesia Trans 7, setiap hari Senin s/d Sabtu pukul 20.00-22.00 WIB. Acara yang juga dikenal dengan singkatan OVJ ini mempunyai ide acara seperti pertunjukan wayang orang pada kebudayaan Jawa. Para wayangnya diperankan oleh beberapa pelawak terkenal. Selain wayang, juga terdapat dalang serta para pemain gamelan dan sindennya yang tidak kalah lucu dari para wayangnya. Unikny, hanya dalang yang mengetahui jalan ceritanya dan inilah yang kerap menimbulkan tawa, karna perdebatan yang terjadi antara dalang dan para wayangnya. Bintang tamu juga kerap ditampilkan pada setiap episodenya untuk menambah maraknya acara Overa Van Java.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Salah satu khalayak pemirsa Opera Van Java adalah masyarakat Kelurahan Helvetia Medan. Berdasarkan pengamatan penulis, banyak kaum muda dan ibu-ibu di Kelurahan Helvetia Medan yang senantiasa mengikuti Opera Van Java setiap harinya. Hal ini dapat dimaklumi, karena Opera Van Java merupakan salah satu jenis acara yang cukup dikenal oleh masyarakat Indonesia sendiri.

Dengan kepopuleran program Acara Opera Van Java yang ditayangkan oleh stasiun televisi Trans 7 ini, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana opini pemirsa terhadap penayangan Program Opera Van Java. Untuk menjawab pertanyaan ini maka penulis membuat penelitian skripsi ini dengan judul :

“Opini Publik Terhadap Tayangan Program Acara Opera Van Java Trans7 Studi Deskriptif Pada Kelurahan Helvetia, Kota Medan?”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis merumuskan permasalahan dari penelitian ini adalah : “Bagaimanakah Opini Publik Terhadap Tayangan Program Acara Opera Van Java Trans 7 Studi Deskriptif Pada Kelurahan Helvetia, Kota Medan?”

C. Pembatasan Masalah

Adapun maksud dibuatnya pembatasan masalah adalah agar permasalahan yang diteliti menjadi jelas. Pembatasan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Tayangan program acara Opera Van Java yang akan diteliti disini hanyalah acara Opera Van Java yang disiarkan secara langsung (Live).
2. Acara Opera Van Java yang dimaksudkan dibatasi kepada : tema acara, judul, jadwal tayang, durasi, frekuensi tayang, para pemain, bintang tamu, properti acara, sinden dan band pengiring.
3. Lokasi penelitian yang dimaksud adalah Kelurahan Helvetia Medan.
4. Responden yang dimaksud terbatas kepada yang berusia 17 s/d 50 tahun, hal ini dikarenakan adanya penilaian penulis terhadap opini yang akan disampaikan nantinya.

D. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimanakah opini masyarakat terhadap tayangan program acara Opera Van Java yang mencakup :

- Opini terhadap tema acara.
- Opini terhadap judul cerita.
- Opini terhadap jadwal tayang.
- Opini terhadap durasi acara.
- Opini terhadap frekuensi tayang.
- Opini terhadap para pemain.
- Opini terhadap bintang tamu.
- Opini terhadap properti acara.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository:uma.ac.id)10/8/23

- Opini terhadap sinden dan orkes gamelan/band pengiring.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Secara akademis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah penelitian ilmu Komunikasi pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
- b. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dan sumber bacaan mengenai teori-teori komunikasi khususnya yang berkaitan dengan opini masyarakat terhadap tayangan acara di televisi.
- c. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi stasiun TV swasta agar lebih selektif dalam memilih dan menerapkan acara komedi.

F. Kerangka Pemikiran

Setiap penelitian memerlukan kejelasan landasan untuk memecahkan masalahnya. Untuk itu perlu disusun kerangka pemikiran yang memuat pokok-pokok pikiran yang menggambarkan dari sudut mana penelitian disoroti.

Untuk memberikan kejelasan pada penelitian ini, penulis mengemukakan teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Adapun teori yang dianggap relevan adalah Teori S-O-R.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

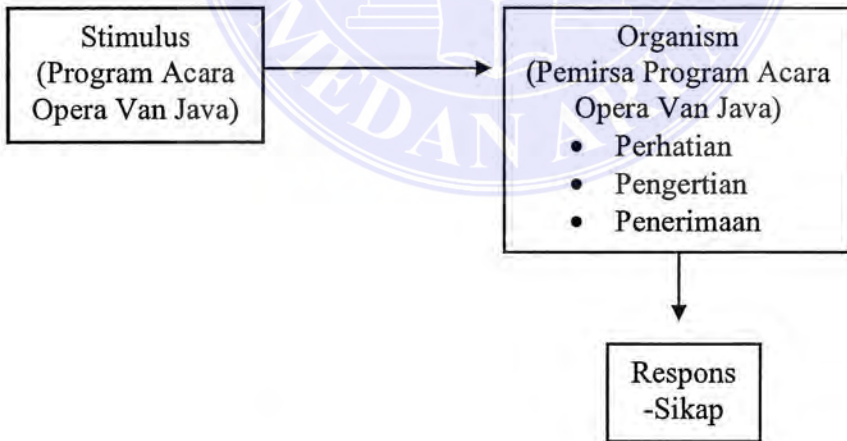
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Teori S-O-R merupakan singkatan dari Stimulus-Organism-Response, semula berasal dari psikologi, namun kemudian menjadi teori komunikasi, karena objek model dari komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi.

Menurut *Stimulus Response* ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi.

Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah :

- Pesan (Stimulus, S)
- Komunikasi (Organism, O)
- Efek (Response, R)



Gambar 1.1 Teori S-O-R

Sumber Effendy (2003, p.255)

Stimulus disini adalah pesan yang disampaikan. Dalam penelitian ini stimulusnya adalah program acara Opera Van Java. Organism adalah komunikan yang diterpa pesan yaitu pemirsa program acara Opera Van Java. Sedangkan response adalah efek dari pesan tersebut berupa sikap.



BAB II

URAIAN TEORITIS

A. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan kebutuhan yang mutlak bagi kehidupan manusia yang juga merupakan landasan dari setiap hubungan dan kehidupan sosial. Dengan berkomunikasi seseorang bisa menyampaikan informasi, opini, pengetahuan dan sikap kepada orang lain. Melalui komunikasi memungkinkan suatu ide tersebut dihayati maupun ditolak orang lain.

Manusia pada umumnya dapat menyatakan atau mengungkapkan segala apa yang dirasakan, yang mereka inginkan, dan apa yang mereka harapkan juga adalah dengan berkomunikasi dengan orang lain. Sebab manusia selain mempunyai keinginan untuk menyampaikan segala perasaan dan pikiran ataupun kesan-kesan, manusia juga ingin dimengerti apa yang disampaikan pada orang lain.

Walaupun dianggap mudah atau sepiintas dan cukup gampang, ternyata dalam praktek banyak orang yang mengalami kesulitan atau gagal dalam mempraktekkan komunikasi yang baik. Hal ini disebabkan adanya hambatan-hambatan yang dialami dalam berkomunikasi disebabkan adanya perbedaan status sosial, tingkat pendidikan ataupun bahasa yang ada pada manusia yang lain.

Hambatan ini terjadi karena kadang-kadang yang disampaikan oleh sipemberi (komunikator) disalah artikan oleh sipenerima (komunikan). Sekalipun defenisi mengenai komunikasi itu berbeda-beda sehingga menimbulkan kesan yang tidak

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)10/8/23

jelas atau masih samar, namun orang dapat menarik unsur-unsur tertentu dari komunikasi yang tampak mendapatkan penekanan yang terbesar dalam definisi-definisi tipikal.

Menurut Widjaja (2000:38) mengemukakan definisi komunikasi dalam 3 bagian yaitu :

1. Definisi Komunikasi secara etimologis, istilah komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *communicatio*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis* yang berarti sama, maksudnya sama makna mengenai satu hal. Jelasnya, jika seorang mengerti tentang sesuatu yang dinyatakan orang lain kepadanya, maka komunikasi akan berlangsung.
2. Definisi komunikasi secara terminologis, dalam hal ini komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain, maka dari pengertian ini dapat dijelaskan bahwa komunikasi yang melibatkan orang banyak, dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain, jadi yang terlibat dalam komunikasi adalah manusia, karena komunikasi di sini adalah komunikasi manusia atau dalam bahasa asing dikenal sebagai *human communication*, yang sering kali disebut dengan komunikasi sosial. Komunikasi manusia dinamakan komunikasi sosial atau komunikasi kemasyarakatan karena hanya manusia yang bermasyarakat terjadinya komunikasi.
3. Definisi komunikasi secara paradigmatis, dalam hal ini pengertian komunikasi mengandung tujuan tertentu. Ada yang dilakukan secara lisan, secara tatap muka atau melalui media.

Laswell dalam Effendy (2005:10) menyatakan bahwa cara yang baik untuk komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan “*who say what in which channel to whom with what effect*”.

Kemudian De Vito (Liliwari, 2002:22) mengemukakan bahwa ada beberapa hal yang menjadi syarat mutlak untuk suatu proses komunikasi terjadi, yang mana syarat tersebut adalah :

1. Adanya pesan, yang dimaksud dengan pesan-pesan ialah semua bentuk komunikasi baik verbal, maupun non-verbal, dan yang dimaksud komunikasi

verbal di sini ialah komunikasi lisan. Non-verbal ialah komunikasi dengan simbol, isyarat, sentuhan, perasaan dan penciuman.

2. Adanya orang-orang atau sekelompok kecil orang, yang dimaksud dengan orang ialah bahwa apabila seseorang berkomunikasi, paling sedikit akan melibatkan dua orang, tetapi mungkin juga akan melibatkan sekelompok kecil orang.
3. Adanya penerimaan pesan, yang dimaksud dengan penerimaan ialah bahwa dalam suatu komunikasi antarpersonal, tentu pesan-pesan yang dikirimkan oleh seseorang harus dapat diterima oleh orang lain.
4. Adanya efek, dalam suatu komunikasi tentu akan terjadi beberapa efek. Efek mungkin berupa suatu persetujuan mutlak atau ketidaksetujuan mutlak, mungkin berupa suatu pengertian mutlak atau ketidakpengertian mutlak pula. Dengan demikian si penerima tentu akan terpengaruh pula oleh pengiriman komunikasi oleh komunikator.
5. Adanya umpan balik, yang dimaksud dengan umpan balik ialah pesan yang dikirim kembali oleh si penerima, baik secara sengaja ataupun tidak di sengaja. Apabila komunikasi itu tatap muka, maka umpan balik bisa berupa kata-kata, kalimat, gerakan mata, senyum, anggukan kepala atau gelengan kepala.

Sedangkan Sapir dalam Liliweri (2002:43) berpendapat bahwa proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yaitu :

1. Proses komunikasi primer, merupakan proses penyampaian pikiran dan perasaan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang sebagai media. Lambang ini umumnya berupa bahasa (*verbal system*) dan bukan bahasa (*non verbal system*). Berupa kial (*gesture*) yaitu gerak anggota tubuh, gambar, warna dan sebagainya, demi efektivitas komunikasi lambang tersebut dipadukan penggunaannya.
2. Proses komunikasi secara sekunder, merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah lambang pada media pertama. Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikan yang dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau banyak jumlahnya ataupun keduanya. Proses komunikasi secara sekunder ini menggunakan media yang diklasifikasikan sebagai media massa (surat kabar, siaran radio, siaran televisi, film) dan media nirmassa (surat, telepon, poster dan lain-lain).

Dari defenisi yang dikemukakan oleh para ahli mengenai komunikasi, dapat ditarik kesimpulan, antara lain :

1. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, dan dilakukan dengan menggunakan lambang-lambang yang berarti, seperti bahasa, gambar, warna, gerak-gerik, sikap dan isyarat.
2. Sekalipun defenisi itu tidak sepaham dan sependapat, namun tidak satupun dari defenisi itu yang menganggap bahwa defenisi yang lainnya tidak benar atau menyalahkan defenisi yang lainnya. Sebagaimana yang telah diketahui, pengetahuan pada umumnya mencakup semua defenisi ini akan tetapi pemahaman kita menuntut untuk menggunakan dan memilih satu defenisi saja.
3. Secara sederhana dapat dikatakan fenomena komunikasi itu adalah sesuatu yang konstan. Ia tidak berubah, hanya pemahaman kita tentang fenomena itu saja yang berubah. Artinya, komunikasi fenomenanya sendiri tidaklah menjadi masalah hanya pemahaman manusia tentang komunikasi yang menjadi permasalahan.

B. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khlayak/komunikan yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media massa yaitu media cetak (surat kabar, majalah, tabloid, dll) dan media elektronik (radio, televisi dan film) sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat, dalam hal ini melalui media televisi.

Menurut De vito (Effendy, 2005:21) komunikasi massa adalah yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi.

Menurut Michael dan Teri (Nurudin, 2003:7), ada beberapa batasan untuk suatu defenisi komunikasi massa, yaitu :

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

1. Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan yang modern untuk menyampaikan atau menyebarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas dan tersebar, melalui media modern antara lain surat kabar, televisi dan sebagainya.
2. Komunikator dalam komunikasi massa dalam menyebarkan pesan-pesannya bermakna mencoba berbagai pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling kenal atau mengetahui satu dan yang lainnya. Hal inilah yang membedakan komunikasi massa dengan jenis komunikasi lainnya. Bahkan antara pengirim dan penerima pesan tidak saling mengenal antara satu dan yang lainnya.
3. Pesan adalah publik, maksudnya bahwa pesan bisa didapatkan dan diterima oleh orang banyak, karenanya pesan diartikan sebagai milik publik.
4. Sebagai sumber, komunikator massa biasanya organisasi formal seperti jaringan, ikatan atau perkumpulan. Dengan kata lain komunikatornya tidak berasal dari satu orang saja, namun lembaga-lembaga tersebut juga bisa berorientasi pada keuntungan bukan organisasi sukarela atau nir-laba.
5. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper*, artinya pesan-pesan disebarkan atau siarkan dikontrol oleh individu dalam lembaga tersebut terlebih dahulu sebelum sampai kepada khalayak.
6. Umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda, hal ini dimaksudkan bahwa dalam suatu proses komunikasi massa yang menggunakan media untuk mencapai khalayak, menyebabkan khalayak tidak bisa memberikan umpan balik secara langsung.

Bila sistem komunikasi massa diperbandingkan dengan sistem komunikasi interpersonal, secara teknis kita menunjukkan empat tanda pokok dari komunikasi massa menurut Elizabeth-Noelle Neuman dalam Rakhmat (2000:189) yaitu :

1. Bersifat tidak langsung, artinya harus melewati media teknis.
2. Bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara peserta-peserta komunikasi.
3. Bersifat terbuka, artinya ditujukan kepada publik yang tidak terbatas dan anonim.
4. Mempunyai publik yang secara geografis tersebar.

Komunikasi massa berfungsi untuk menyebarluaskan informasi, meratakan pendidikan, merangsang pertumbuhan ekonomi dan menciptakan kegembiraan dalam hidup seseorang atau sekelompok orang. Tetapi dengan perkembangan teknologi

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)10/8/23

komunikasi yang begitu cepat terutama dalam bidang penyiaran dan media pandang, dengar (*audio visual*), menyebabkan fungsi media massa telah mengalami banyak perubahan. Berdasarkan hal tersebut maka komunikasi massa dapat berfungsi :

1. Informasi, yakni kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang terjadi di luar dirinya, apakah itu dalam lingkungan daerah, nasional atau internasional.
2. Sosialisasi, yakni menyediakan dan mengajarkan ilmu pengetahuan bagaimana orang bersikap sesuai nilai-nilai yang ada serta bertindak sebagai anggota masyarakat secara efektif.
3. Motivasi, yakni suatu hasrat atau keinginan dari dalam diri seseorang yang mendorong orang untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang mereka baca, lihat dan dengar lewat media massa.
4. Bahan diskusi, yakni menyediakan informasi sebagai bahan diskusi untuk mencapai persetujuan dalam hal perbedaan pendapat mengenai hal-hal yang menyangkut ruang banyak.
5. Pendidikan, yakni membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal di sekolah maupun untuk di luar sekolah. Juga meningkatkan kualitas penyajian materi yang baik, menarik dan mengesankan.
6. Memajukan kebudayaan, yakni media massa menyebarluaskan hasil-hasil kebudayaan melalui pertukaran program siaran radio dan televisi, atau bahan tercetak seperti buku, surat kabar, majalah dan penerbitan lainnya. Pertukaran

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)10/8/23

ini akan memungkinkan peningkatan daya kreativitas guna memajukan kebudayaan nasional masing-masing negara serta mempertinggi kerjasama hubungan antar negara, artinya pertukaran budaya senantiasa terjadi dalam komunikasi massa.

7. Hiburan, yakni media massa telah menyita banyak waktu luang manusia dari semua golongan usia dengan difungsikan sebagai alat hiburan dalam rumah tangga. Sifat estetika yang dituangkan dalam bentuk lagu, lirik atau syair serta bunyi dan irama maupun gambar dan bahasa membawa orang pada situasi menikmati hiburan seperti halnya kebutuhan pokok untuk kehidupan mereka yang lainnya.
8. Integrasi, yakni banyak bangsa di dunia dewasa ini diguncangkan oleh kepentingan-kepentingan tertentu karena perbedaan etnis dan ras. Komunikasi seperti satelit dapat dimanfaatkan untuk menjembatani, mempererat dan memperkokoh perbedaan-perbedaan antar kebudayaan tersebut sehingga tercipta persatuan bangsa.

Efek komunikasi massa, yang sering sekali tidak diketahui khalayak yang mengkonsumsi media komunikasi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Efek Kehadiran Media Massa

Bentuk media saja sudah mempengaruhi kita, yang mempengaruhi kita bukan apa yang disampaikan media, tetapi jenis media komunikasi yang kita gunakan, misalnya komunikasi interpersonal, surat kabar maupun televisi.

2. Efek Kognitif Komunikasi Massa

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Pesan komunikasi massa mengakibatkan khalayak berubah dalam hal pengetahuan, pandangan dan pendapat terhadap sesuatu yang diperolehnya. Komunikasi yang dilakukan secara tidak langsung akan menimbulkan suatu perilaku tertentu, akan tetapi lebih memiliki kecenderungan untuk mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan, dan citra inilah nantinya yang akan mempengaruhi bagaimana cara kita berperilaku kepada lingkungan atau orang yang ada pada sekitar kita.

3. Efek Afektif Komunikasi Massa

a. Pembentukan dan Perubahan Sikap

Ada lima prinsip umum yang diperoleh dalam hubungannya dengan pengaruh media massa dalam pembentukan dan perubahan sikap, yaitu :

- 1) Pengaruh komunikasi massa diantarai oleh faktor-faktor seperti predisposisi personal, proses selektif dan keanggotaan kelompok.
- 2) Karena faktor-faktor ini, komunikasi massa biasanya berfungsi memperkokoh sikap dan pendapat yang ada, walaupun kadang-kadang berfungsi sebagai media pengubah (*agent of change*).
- 3) Bila komunikasi massa menimbulkan perubahan sikap, perubahan kecil pada intensitas sikap lebih umum terjadi daripada konversi (perubahan pada seluruh sikap) dari satu sisi masalah ke sisi yang lain.
- 4) Komunikasi massa cukup efektif dalam mengubah sikap pada bidang-bidang di mana pendapat orang lemah, misalnya pada iklan komersil.

5) Komunikasi massa cukup afektif dalam menciptakan pendapat tentang masalah-masalah baru bila tidak ada predisposisi yang harus diperteguh.

b. Rangsangan Emosional

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi intensitas rangsangan emosional pesan media massa setelah para peneliti mengalami kesukaran untuk mengukur emosi sedih, gembira atau takut sebagai akibat pesan media massa, antara lain suasana emosional (*mood*), skema kognitif, suasana terpaan, predisposisi individual dan tingkat identifikasi khalayak dengan tokoh dalam media massa.

c. Rangsangan Seksual

Sejenis rangsangan emosional yang banyak dibicarakan orang adalah rangsangan seksual akibat adegan-adegan merangsang dalam media massa. Selain itu manusia juga terangsang karena imajinasi. Byrne dan Lambert mengatakan imajinasi hampir dua kali lebih merangsang dari pada gambar (*slides*) dan cerita.

4. Efek Behavioral Komunikasi Massa

Pada waktu membicarakan efek kehadiran media massa, secara sepintas kita juga telah menyebutkan efek behavioral seperti pengalihan kegiatan dan penjadwalan pekerjaan sehari-hari. Efek pesan media massa yang sering dibicarakan ialah efek komunikasi massa pada perilaku sosial yang diterima

(efek prososial behavioral) dan pada perilaku agresif yang sering terjadi pada diri khalayak.

a. Efek Prososial Behavioral

Pada dunia modern, sebagian dari tugas mendidik telah dilakukan oleh media massa. Buku, majalah, surat kabar, radio dan televisi sudah diketahui mengajarkan kepada pembaca dan pendengarnya berbagai keterampilan. Belajar dari media massa memang tidak bergantung hanya pada unsur stimuli dalam media massa saja. Suatu proses belajar yang rumit berlangsung. Perilaku merupakan hasil faktor-faktor kognitif dan lingkungan. Artinya, kita mampu memiliki keterampilan tertentu, bila terdapat jalinan positif antara stimuli yang kita amati dan karakteristik diri kita. Sehingga tindakan teladan akan kita lakukan bila diri kita sendiri mendorong tindakan itu.

b. Agresif sebagai Efek Komunikasi Massa

Khalayak cenderung meniru perilaku yang diamatinya, stimuli menjadi teladan untuk perilakunya. Selanjutnya, kita juga dapat menduga bahwa penyajian cerita atau adegan kekerasan dalam media massa akan menyebabkan orang melakukan kekerasan pula, dengan kata lain mendorong orang menjadi agresif. Sedangkan agresif itu sendiri adalah setiap bentuk perilaku yang diarahkan untuk merusak atau melukai orang lain yang menghindari perlakuan seperti itu.



C. Pengertian Opini Publik

Sebelum penulis menjelaskan mengenai pengertian opini publik, maka ada baiknya jika terlebih dahulu penulis mencoba menjelas apa yang dimaksud dengan opini dan apa yang dimaksud dengan publik. Opini dapat dikatakan sebagai pendapat yang bisa diartikan sebagai suatu pernyataan atau sikap dalam kata-kata. Menurut Center dalam Juanda (2004:41) adalah suatu ekspresi tentang sikap terhadap suatu masalah yang bersifat kontroversial. Opini timbul sebagai hasil pembicaraan tentang masalah yang bersifat kontroversial yang dapat menimbulkan pendapat yang berbeda.

Sedangkan publik menurut Juanda (2004:41) adalah sekelompok orang yang menaruh perhatian terhadap suatu hal atau masalah yang sama dan memiliki keinginan, minat atau kepentingan yang sama, dan sekelompok orang yang disebutkan tadi tidak ter-organisasi, merupakan kelompok yang tidak merupakan kesatuan. Memperhatikan uraian di atas mengenai opini sebagai suatu pernyataan atau sikap dan pengertian publik sebagai suatu kelompok sosial yang tidak teratur, maka sekarang kedua kata itu dapat kita satukan, yaitu opini publik.

Menurut William Albig dalam Juanda (2004:44) opini publik adalah pendapat ialah suatu pernyataan mengenai masalah yang kontroversial. Dengan demikian pengertian pendapat atau opini mempunyai 2 unsur yaitu pernyataan dan masalah yang kontroversial.

Menurut Juanda (2004:56) ada 4 hal yang menyebabkan timbulnya suatu opini publik, yaitu :

1. Adanya suatu masalah atau situasi yang bersifat kontroversial.
2. Adanya publik yang secara spontan terpicat kepada suatu masalah, melibatkan diri ke dalam masalah tersebut dan berusaha untuk memberikan pendapatnya.
3. Adanya kesempatan untuk bertukar pikiran atau berdebat mengenai masalah yang kontroversial oleh suatu publik.

4. Adanya interaksi dari individu-individu dalam publik yang menghasilkan suatu pendapat yang bersifat kolektif untuk diekspresikan. Perkataan kolektif dalam hubungan ini diartikan sebagai suatu pendapat yang dapat diterima oleh individu-individu dalam publik yang bersangkutan dan yang tidak ada pertentangan lagi dari pihak yang lain.

Kemudian Rakhmat (2000:40) ada menjelaskan bahwa akan terjadi perubahan sikap dalam diri seseorang apabila opini telah hadir mengisi kehidupannya, dan perubahan tersebut dapat terjadi pada diri siapa saja. Sikap bukan perilaku akan tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu terhadap objek sikap yang bisa saja berbentuk benda, manusia, tempat, gagasan, situasi dan kelompok, seseorang atau individu yang menerima rangsangan dalam hal ini adalah media tentunya akan ber-reaksi sebagai suatu bentuk sikapnya.

Sikap juga harus mempunyai pendorong atau motivasi, sikap bukan sekedar rekaman masa lalu, tetapi sikap juga menentukan apakah seseorang harus pro atau kontra, senang atau tidak senang terhadap hal yang sedang dihadapinya, menentukan apa yang disenanginya, yang diharapkan dan diinginkan serta apa yang harus dihindarinya.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka dengan mengutip pendapat Allport dalam Mar'at (2002:13) maka dalam sikap terdapat 3 komponen, yaitu :

1. Komponen kognitif, yaitu perubahan yang terjadi apabila terdapat perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsikan oleh khalayak, yaitu :
 - a. Pengetahuan, yaitu perubahan yang terjadi berdasarkan pengetahuan yang dimiliki atau pengetahuan yang baru diperoleh.
 - b. Kepercayaan, yaitu perubahan yang terjadi berdasarkan kepercayaan yang dimiliki.
 - c. Pemahaman, yaitu perubahan yang terjadi berdasarkan pemahaman yang dimiliki.
2. Komponen Afektif, yaitu perubahan yang terjadi pada apa yang dirasakan, yang disenangi atau tidak disenangi oleh khalayak. Dalam hal ini berkaitan dengan emosi, diantaranya ialah :

- a. Senang, adalah perubahan yang terjadi dikarenakan adanya rasa senang terhadap suatu hal.
 - b. Tidak senang, adalah perubahan yang terjadi dikarenakan adanya rasa tidak senang terhadap suatu hal.
3. Komponen konatif, yaitu perubahan yang terjadi pada tindakan atau perilaku nyata dari khalayak yang dapat diamati. Dalam hal ini berkaitan dengan tindakan, diantaranya ialah :
- a. Keinginan, adalah perubahan yang terjadi atas dorongan dari dalam diri untuk melakukan sesuatu.
 - b. Kecenderungan, adalah perubahan yang terjadi karena adanya keinginan untuk melakukan suatu dari apa yang telah diketahui dan dirasakan.

D. Pengertian Media Massa

Media massa merupakan media yang digunakan dalam proses komunikasi massa dalam menyampaikan pesan, seperti yang telah penulis jelaskan sebelumnya mengenai komunikasi massa, maka berikut ini penulis mencoba menjelaskan mengenai media massa. Media massa adalah alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan dari sumber atau komunikator kepada khalayak atau komunikan dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis yang merupakan media yang bersifat massa, seperti surat kabar, radio, televisi, film dan sebagainya.

Menurut Cangara (2002:134) media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.

Menurut Muhtadi (2004:34) ada lima hal yang menunjukkan sifat dari media massa, yaitu :

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.

2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dengan penerima. Kalau terjadi reaksi atau umpan balik biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar dan sebagainya.
5. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin dan suku bangsa.

Menurut Mc. Quail (2001:3) media massa memiliki 5 fungsi penting dalam kehadirannya di tengah-tengah kehidupan manusia modern, adapun hal tersebut adalah sebagai berikut :

1. Media merupakan suatu bentuk produksi yang berubah-ubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang dan jasa serta menghidupkan industri lain yang terkait.
2. Media massa merupakan sumber kekuatan sebagai alat kontrol, manajemen dan alat informasi masyarakat yang dapat didaya gunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber lain.
3. Media merupakan lokasi (forum) yang semakin berkembang, untuk menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat baik yang bertaraf nasional maupun internasional.
4. Media sering kali berperan sebagai wahana pengembangan kehidupan, bukan saja dalam pengertian pengembangan tata cara, mode dan simbol, tetapi juga dalam pengembangan gaya hidup dan norma-norma.
5. Merupakan sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran citra realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif. Media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan.

Steven H. Chaffee (Cangara, 2002:143) mengatakan ada 5 efek media massa jika kita memosisikannya sebagai suatu bentuk benda fisik atau jika media massa tersebut hanya dipandang sebagai media semata, antara lain ialah :

1. Efek ekonomis, bahwa kehadiran media massa menggerakkan berbagai usaha produksi, distribusi, dan konsumsi “jasa” media massa. Kehadiran surat kabar berarti menghidupkan pabrik yang mensuplay koran, menyuburkan pengusaha

dan grafika, memberi pekerjaan pada wartawan, ahli rancang grafis, pengedar, pengecer pencari iklan dan sebagainya.

2. Efek sosial, berkenaan dengan perubahan pada struktur atau interaksi sosial akibat kehadiran media massa. Sudah di ketahui bahwa kehadiran televisi meningkatkan status sosial pemiliknya. Di pedesaan televisi telah membentuk jaringan-jaringan interaksi sosial yang baru.
3. Efek pada penjadwalan kegiatan, Hal ini dapat terjadi pada televisi, surat kabar, radio transistor, video recorder, radio paging, device terminal komputer yang di hubungkan dengan pusat informasi dan media komunikasi massa komtemporer lainnya dapat mengorganisasikan kegiatan khalayak. Surat kabar sore akan menyebabkan pelanggan menyisakan waktu membaca koran pada sore hari; video recorder mengurangi frekuensi orang menonton bioskop; dan sebagainya.
4. Efek pada penyaluran/penghilangan perasaan tertentu, Umumnya orang menggunakan media untuk memuaskan kebutuhan psikologis. Ada juga orang menggunakan media untuk menghilangkan perasaan tidak enak, misalnya kesepian, marah, kecewa dan sebagainya. Media digunakan tanpa mempersoalkan isi pesan yang disampaikannya. Gadis yang kesepian membaca cerpen di surat kabar untuk menghibur hatinya.
5. Efek pada perasaan orang terhadap media, Orang memiliki perasaan positif atau negatif pada media tertentu. Tumbuhnya perasaan senang atau percaya pada media massa tertentu mungkin erat kaitannya dengan pengalaman individu terhadap media yang dikonsumsi, boleh jadi faktor isi pesan yang dihadirkan media mula-mula memberikan pengaruh, tetapi kemudian jenis media itu yang diperhatikan, apapun yang disiarkan.

Menurut Katz (Rakhmat, 2000:203) tipologi kebutuhan manusia yang berkaitan dengan media yang diklasifikasikan dalam lima kelompok, yaitu :

1. Kebutuhan Kognitif, yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan usaha-usaha untuk memperkuat informasi, pengetahuan serta pengertian tentang lingkungan dan keinginan ini terpenuhi oleh adanya dorongan-dorongan seperti keingintahuan dan penjelajahan pada diri kita.
2. Kebutuhan Afektif, yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk memperkuat pengalaman-pengalaman yang bersifat keindahan, kesenangan dan emosional. Mencari kesenangan dan hiburan merupakan motivasi yang ada umumnya dapat diperoleh melalui media dan hal ini sudah sangat sering dilakukan oleh manusia sebagai khalayak.



3. Kebutuhan Integratif/Personal, yaitu kebutuhan yang berhubungan untuk memperkuat kepercayaan, kesetiaan dan status pribadi dan diperoleh dari adanya keinginan setiap individu untuk meningkatkan harga diri.
4. Kebutuhan Integratif Sosial, yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan usaha untuk memperkuat kontak dengan keluarga, teman dan dengan alam sekitar serta keinginan tersebut didasarkan oleh adanya keinginan setiap individu untuk berafiliasi.
5. Kebutuhan akan pelarian, yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan hasrat untuk melarikan diri dari kenyataan, melepaskan ketegangan dan kebutuhan akan hiburan.

E. Sejarah dan Pengertian Televisi

Salah satu media massa yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah televisi, seperti yang dikemukakan oleh Effendy (2004:17) bahwa perkataan televisi berasal dari bahasa Yunani, yaitu “*tele*” yang berarti jauh dan “*vision*” yang berarti penglihatan. Jadi bila diartikan secara lengkap televisi adalah media komunikasi jarak jauh dengan penayangan gambar dan pendengaran suara yang dilakukan dengan mekanisme gelombang elektromagnetik. Dalam perkembangannya televisi tercatat banyak sekali mengalami perubahan, hal ini dikemukakan oleh Mufid (2005:29) bahwa pada tahun 1922 Philo Farnsworth yang ketika itu berusia 15 tahun sedang mengemudikan sebuah traktor maju-mundur mengikuti alur yang ada pada ladang di Idaho Amerika Serikat.

Gambar yang dihasilkan dari alur traktor tersebut menginspirasi Farnsworth untuk menciptakan serangkaian gambar elektronik seperti yang dihasilkan pada alur ladang tersebut. Kemudian pada tahun 1927 Farnsworth dan AT&T mendemonstrasikan penemuan televisi dihadapan publik, sejak saat itu televisi

menjadi media massa. Kemudian Mufid menambahkan bahwa penyiaran televisi pertama kali dilakukan pada tahun 1928 ke rumah tiga orang *Excecutive General Electric* dengan menggunakan alat yang sangat sederhana.

Sedangkan penyiaran televisi secara elektrik pertama kali dilakukan pada tahun 1936 oleh BBC (*British Broadcasting Corporation*). Dan di Jerman penyiaran televisi pertama kali dilakukan pada tahun 1939 oleh stasiun televisi yang kemudian diberi nama Nipko, yang merupakan penghargaan kepada Paul Nipko yang merupakan ilmuwan Jerman yang menemukan televisi. Sedangkan di Amerika Serikat penyiaran televisi yang pertama kali dilakukan pada tahun 1939 secara berlangganan oleh NBC dan CBS. Kedua stasiun televisi amerika tersebut sama-sama memulai penyiaran televisi mereka secara komersial, artinya tidak bersifat kecil-kecilan seperti awal permulaan televisi ada. Untuk Indonesia sendiri, penyiaran televisi pertama sekali dilakukan oleh Televisi Publik yaitu Televisi Republik Indonesia (TVRI) yang mulai mengudara sejak tanggal 23 Agustus 1962. Kemudian diikuti oleh televisi komersial yaitu RCTI pada tahun 1989 dan mulai saat itu pertelevisian Indonesia kian berkembang hingga sekarang.

Kuswandi (2003:18) mengemukakan beberapa karakteristik televisi, diantaranya ialah :

1. Publisitas, kegiatan menyebarluaskan informasi kepada khalayak melalui media massa baik itu individu ataupun kelompok yang dilakukan secara sistematis dengan bobot kepentingan untuk pihak pengelola media.
2. Perioditas, suatu keteraturan berlangsungnya suatu kegiatan secara tetap menurut kurun waktu tertentu, seperti; seminggu sekali atau sebulan sekali.
3. Universalitas, media massa harus memuat berita-berita atau menyajikan informasi yang menjadi kepentingan bagi banyak orang.

4. Aktualitas, penyiaran berita atau informasi mengenai peristiwa dari belahan bumi tersebut haruslah suatu peristiwa yang benar-benar terjadi dan diliput langsung dari sumber peristiwa itu terjadi.
5. Kontinuitas, hubungan wajar, logis dan lues antara *syot* yang satu dan yang lainnya, antara adegan yang satu dan yang berikutnya dan antara sikuen yang satu dan berikutnya dari suatu produksi siaran televisi.

Demikianlah gambaran penulis mengenai pengertian dan ruang lingkup mengenai televisi, jadi jika digambarkan secara keseluruhan maka dapatlah diterangkan bahwa televisi merupakan media yang dapat dinikmati dengan melihat dan juga didengar, walaupun dalam kenyataannya televisi tidak mungkin dikelola oleh satu orang, namun hal itu sudah menjadi suatu ketentuan bahwa televisi sebagai media yang bersifat massa memiliki komunikator yang bersifat melembaga dan dalam operasionalnya televisi melewati mekanisme kerja dengan menggunakan sarana-sarana elektronik.

F. Pengertian Acara Komedi

Program televisi di Indonesia dipenuhi oleh berbagai acara satu diantaranya yakni acara komedi. Acara komedi juga sering disebut dengan komedi situasi/sitkom. Komedi Situasi adalah sebuah sandiwara yang berisikan kisah dan kejadian-kejadian lucu, ringan, menghibur dan diakhiri dengan gembira ria.

Sebagai media massa, acara komedi mempunyai beberapa fungsi, seperti: hiburan, penerangan, pendidikan, mempengaruhi dan sosialisasi (Susanto, 1982,63). Acara komedi/sitkom merupakan tayangan bergambar dan berperan sebagai hiburan. Acara komedi yang dihasilkan menjalankan fungsi penerangan dan pendidikan, tidak saja menyediakan hiburan tetapi juga melaksanakan fungsi komunikasi yang lain, seperti:

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From repository.tma.ac.id 10/8/23

- **Fungsi Penerangan**

Acara komedi situasi/sitkom merupakan salah satu alat dalam melaksanakan penerangan kepada khalayak karena sifatnya yang boleh dilihat dan didengar (audio-visual).

- **Fungsi Pendidikan**

Acara komedi situasi/sitkom sangat efektif dalam menyampaikan pesan-pesan dengan tujuan edukatif, karena sifatnya dapat dilihat dan didengar tersebut maka sitkom yang berpendidikan disiarkan di televisi.

- **Fungsi Hiburan**

Sebagian besar acara komedi situasi/sitkom dihasilkan adalah untuk tujuan hiburan. Fungsi hiburan ini sangat penting karena ia menjadi salah satu kebutuhan manusia setelah mereka sibuk dengan aktifitas kesehariannya.

Dalam setiap acara di televisi, baik acara yang berupa berita atau lain sebagainya terdapat salah satunya adalah tayangan yang bersifat menghibur yaitu tayangan acara komedi/sitkom. Adapun komedi adalah acara hiburan yang disajikan di televisi ataupun radio yang berisi mengenai humor atau kejadian lucu yang ditampilkan oleh para pelawak atau komedian.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Menurut Rakhmat (2004:27) metode penelitian merupakan rangkaian sistematis yang digunakan peneliti untuk memudahkan penelitian dalam menguraikan beberapa aspek yang ingin dicari tahu variasi atau perubahannya. Metode bertujuan untuk mengumpulkan informasi, mengidentifikasi masalah serta membuat perbandingan atau evaluasi.

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Menurut Sugiyono (2002:11) metode deskriptif adalah metode yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Metode deskriptif juga tidak berusaha menjabarkan hasil suatu hipotesis, namun lebih menekankan kepada bentuk naratif atau intepretasi terhadap permasalahan yang diteliti, sehingga penelitian model ini dianggap tidak begitu kuat dalam hasil penelitian.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Singarimbun (2001:152) populasi adalah jumlah keseluruhan

dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga. Maka yang menjadi populasi

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository:uma.ac.id)10/8/23

dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang berusia 17 s/d 50 tahun yang terdapat pada Kelurahan Helvetia Medan yang berjumlah 13.478 jiwa nanusia (sumber diperoleh dari data Kelurahan Helvetia Medan tahun 2011).

2. Sampel

Menurut Rakhmat (2004:144) mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian dan sampel juga merupakan bagian dari populasi yang bisa dijadikan untuk mewakili dari seluruh populasi yang ada. Untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus Taro Yamane dalam Rakhmat (2004:145) yaitu :

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

dimana : n = sampel

N = populasi

d = tingkat presisi diantara $\pm 10\%$ dengan tingkat kepercayaan 90%

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{13478}{(13478)(0.1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{13478}{(13478)(0.01) + 1}$$

$$n = \frac{13478}{134.78 + 1}$$

$$n = \frac{13478}{135.78}$$

$n = 99.26$, digenapkan menjadi 99 orang.

Sebagai teknik penarikan sampel dalam penelitian ini digunakan *Porposive Sampling*, menurut Nawawi (2000:22) teknik *porposive sampling* adalah teknik penarikan sampel yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Dengan kata lain unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang sudah ditetapkan dalam penelitian. Seperti dalam penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Helvetia Medan yang berusia 17 sampai dengan 50 tahun dan yang menyaksikan tayangan program acara Opera Van Java di Trans 7.

C. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian kepustakaan, menurut Nawawi (2000:30) penelitian kepustakaan adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari dan mengumpulkan data-data dan literature serta sumber bacaan yang relevan dan mendukung penelitian.
2. Penelitian lapangan, menurut Nawawi (2000:31) adalah teknik pengumpulan data secara langsung dengan menyebarkan kuesioner kepada responden.

D. Teknik Analisis Data

Oleh karena penelitian Metode Deskriptif maka analisa data penelitian dilakukan dengan memasukkan data kedalam tabel distribusi frekuensi untuk melihat kecenderungan jawaban responden terhadap pertanyaan yang diajukan.

Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah analisis tabel tunggal menurut Singarimbun (2001:263) adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Jadi analisis tabel tunggal digunakan untuk membagi variabel-variabel penelitian kedalam jumlah frekuensi, yang mana hasilnya nanti akan dijabarkan dalam bentuk pembahasan hasil penelitian.

E. Kerangka Konsep

Menurut Nawawi (2000:37) kerangka konsep merupakan suatu bentuk hasil pemikiran rasional yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan dari suatu hasil penelitian yang akan dicapai.

Berikut ini akan dirumuskan variabel-variabel yang berkenaan dengan penelitian ini, yaitu :

1. Tema acara
2. Judul cerita
3. Jadwal tayang
4. Durasi acara
5. Frekuensi tayangan
6. Komedian/para pemain
7. Bintang tamu

8. Properti acara
9. Sinden dan orkes gamelan/band pengiring

F. Variabel dan Defenisi Operasional

1. Operasionalisasi Variabel

Kerangka kosep bertujuan untuk merumuskan dan mendefenisikan istilah-istilah yang digunakan secara mendasar agar tercipta suatu persamaan persepsi dan tidak muncul salah pengertian. Adapun operasioanalisis variabel tersebut akan terlihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Pertanyaan Penelitian	Indikator Penelitian
Bagaimanakah opini masyarakat terhadap tayangan program acara Opera Van Java di Kelurahan Helvetia, Kota Medan?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tema acara 2. Judul cerita 3. Jadwal tayang 4. Durasi acara 5. Frekuensi tayangan 6. Komedian/para pemain Opera Van Java 7. Bintang tamu 8. Properti acara 9. Sinden dan orkes gamelan/band pengiring

2. Defenisi Operasional

Untuk memudahkan dan meletakkan konsep-konsep dalam tabel operasional yang dapat diukur maka akan dibuat beberapa defenisi operasional, yaitu :

1. Tema acara adalah sesuatu yang menjiwai cerita atau sesuatu yang menjadi pokok masalah dalam program acara Opera Van Java.
2. Judul adalah nama dari sebuah kisah yang di tayangkan dalam acara Opera Van Java.
3. Jadwal tayang adalah waktu penayangan acara Opera Van Java.
4. Durasi acara adalah lama waktu penayangan acara Opera Van Java.
5. Frekuensi tayangan adalah intensitas atau seberapa seringnya pemutaran acara Opera Van Java di tayangkan.
6. Komedian/para pemain Opera Van Java adalah seseorang yang berprofesi sebagai penghibur orang banyak dan sebagai pemeran dalam acara Opera Van Java.
7. Bintang tamu adalah seseorang atau sekelompok orang yang diundang untuk memeriahkan acara Opera Van Java.
8. Properti acara adalah semua sarana dan prasarana yang berupa perangkat atau barang-barang yang disediakan oleh pihak penyelenggara sebuah acara yang merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam acara Opera Van Java.
9. Sinden dan orkes gamelan/band pengiring adalah seorang penyanyi tembang jawa yang menyanyikan lagu- lagu dengan cengkok khas jawa serta diiringi oleh band kontemporer, yang dilengkapi dengan instrumen-instrumen tradisional seperti gamelan, gendang, gong, dll.

BAB IV

DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Kelurahan Helvetia Medan

Kelurahan Helvetia adalah salah satu kelurahan yang terdapat di Kecamatan Medan Helvetia. Secara geografi atau tata letak, Kelurahan Helvetia memiliki luas wilayah sebesar ± 125 hektar, dengan batas wilayah terbagi 4(empat) yaitu; wilayah Utara berbatasan dengan Desa Helvetia, wilayah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Dwikura, wilayah Timur berbatasan dengan Kelurahan Helvetia Tengah, dan wilayah Barat berbatasan dengan Kelurahan Tanjung Gusta. Kelurahan Helvetia juga memiliki 12 lingkungan.

Secara tipografi, Kelurahan Helvetia memiliki 13.478 jiwa penduduk, 2.597 jiwa kepala keluarga yang diantaranya terdapat pria = 6.424 jiwa dan wanita = 7.054 jiwa. Jumlah penduduk menurut agama; Islam = 8.600 jiwa, Protestan = 4.313 jiwa, Katolik = 735, jiwa Hindu = 26 jiwa dan Budha = 12 jiwa.

B. Program Acara Opera Van Java di Trans 7

Agar lebih memudahkan dalam melakukan penelitian nantinya, maka penulis sengaja menjabarkan beberapa indikator mengenai program acara Opera Van Java di Trans 7 sebagai bagian dari teori-teori yang akan menjadi indikator dalam penelitian yang akan dilakukan.

Program televisi di Indonesia dipenuhi oleh berbagai macam bentuk acara, yang diantaranya adalah acara komedi. Dari sekian banyaknya acara komedi yang ditayangkan oleh stasiun televisi, Opera Van Java merupakan acara komedi yang paling sukses dan populer di Indonesia saat ini. Opera Van Java adalah sebuah acara komedi situasi yang disiarkan oleh stasiun televisi Indonesia Trans 7, setiap hari Senin s/d Sabtu pukul 20.00-22.00 WIB. Acara yang juga dikenal dengan singkatan OVJ ini mempunyai ide acara seperti pertunjukan wayang orang pada kebudayaan Jawa. Pada awalnya para wayang itu diperankan oleh beberapa pelawak terkenal, seperti Komeng, Olga Syahputra, Nunung Srimulat, Azis Gagap, dan Sule. Tetapi kini Komeng dan Olga tidak bermain lagi di OVJ dan di gantikan oleh Andre Taulani, walau begitu OVJ tetap kocak dan semakin populer saja di Indonesia. Selain wayang, juga terdapat dalang yang diperankan oleh Parto Patrio serta para pemain gamelan dan sindennya yang tidak kalah lucu dari para wayangnya. Unikny, hanya dalang yang mengetahui jalan ceritanya dan inilah yang kerap menimbulkan tawa, karena perdebatan yang terjadi antara dalang dan para wayangnya. Bintang tamu juga kerap ditampilkan pada setiap episodenya untuk menambah maraknya acara Overa Van Java.

Walaupun ide dasarnya adalah pewayangan, namun cerita yang diangkat tidak selalu cerita-cerita rakyat Indonesia, tapi bisa juga cerita dari negara lain, seperti “Cinderella” dan “Sun Go Kong”. Sisi edukasi yang ingin ditampilkan pada sitkom ini adalah nilai-nilai kebudayaan Indonesia yang sangat kaya, yang bisa saja sudah dilupakan anak-anak jaman sekarang. Wayang orang yang akan dibawakan dengan

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository:uma.ac.id)10/8/23

dagelan-dagelan khas masing-masing komedian membuat para sinden yang dalam setiap penampilannya selalu berada di samping Parto, dituntut untuk berimprovisasi serta menyanyikan beberapa buah lagu dengan gaya khas seorang sinden.

Pada akhir acara, Ki Dalang Parto Patrio selalu mengucapkan kalimat terakhir khas Opera Van Java yang berbunyi: *Di sana gunung, di sini gunung, di tengah-tengahnya Pulau Jawa. Wayangnya bingung, dalangnya juga bingung, yang penting bisa ketawa. Ketemu lagi di Opera Van Java... Yaa... Eeee...!*

Dalam mekanisme televisi, acara komedi mempunyai beberapa fungsi, seperti : hiburan, penerangan, pendidikan dan sosialisasi (Sunarto, 2004:63), acara komedi merupakan tayangan bergambar dan berperan sebagai informasi, hal inilah yang terbilang sebagai kategori dari tayangan program acara Opera Van Java di Trans 7.

C. Tema Acara

Tema acara adalah sesuatu yang menjiwai cerita atau sesuatu yang menjadi pokok masalah dalam cerita. Dalam tema, tersirat amanat atau tujuan pengarang menulis cerita. Tema dalam cerpen dapat terjabar dalam setiap satuan peristiwa dalam cerita, misalnya melalui tingkah laku atau jalan hidup pelakunya. Tema juga dapat berarti ide dasar, ide pokok atau gagasan yang menjiwai seluruh karangan yang disampaikan. Contoh Tema, ada beberapa contoh tema misalnya Tema Kemerdekaan, Tema Ramadhan, Tema Idul Fitri, Tema Natal, Tema Global Warming, Tema Penghijauan, Tema Sekolah, Tema Tempo dulu dan lain sebagainya.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From repository.uma.ac.id 10/8/23

Bentuk penyajian adalah cara atau kemasan suatu acara baik pada media massa ataupun tidak. Adapun bentuk ataupun tema acara yang disajikan oleh Opera Van Java adalah acara komedi situasi yang dikemas dengan gaya pewayangan Jawa (wayang orang) lengkap dengan diiringi para sinden dan gamelannya.

D. Judul Cerita

Judul adalah nama yang dipakai untuk buku, bab dalam buku, kepala berita, dan lain-lain; identitas atau cermin dari jiwa seluruh karya tulis, bersifat menjelaskan diri dan yang menarik perhatian dan adakalanya menentukan wilayah (lokasi). Dalam artikel judul sering disebut juga kepala tulisan. Ada yang mendefinisikan Judul adalah lukisan singkat suatu artikel atau disebut juga miniatur isi bahasan. Judul hendaknya dibuat dengan ringkas, padat dan menarik. Judul artikel diusahakan tidak lebih dari lima kata, tetapi cukup menggambarkan isi bahasan. Syarat-syarat Judul dalam pembuatannya :

1. Harus relevan, yaitu harus mempunyai pertalian dengan temanya, atau ada pertalian dengan beberapa bagian penting dari tema tersebut.
2. Harus provokatif, yaitu harus menarik dengan sedemikian rupa sehingga menimbulkan keinginan tahu dari tiap pembaca terhadap isi buku atau karangan.
3. Harus singkat, yaitu tidak boleh mengambil bentuk kalimat atau frasa yang panjang, tetapi harus berbentuk kata atau rangkai kata yang singkat. Usahakan judul tidak lebih dari lima kata. Jika pengarang tidak

dapat menghindakna dari judul yang panjang (terpaksa), maka dapat menemouh jalan keluar dengan menciptakan judul utama yang singkat, tetapi judul tambahan yang panjang.

E. Jadwal Tayang

Jadwal tayang adalah waktu penayangan suatu acara baik pada media massa ataupun acara-acara yang dilakukan tidak dengan menggunakan media, seperti di lapangan terbuka atau di gedung. Acara Opera Van Java ini di tayangkan di Trans 7 setiap hari senin s/d sabtu pukul 20.00 – 22.00 WIB.

F. Durasi Acara

Durasi adalah lama waktu penayangan suatu acara baik pada media massa ataupun tidak. Lamanya acara ini berlangsung yaitu kurang lebih 2 (dua) jam atau 120 menit di Trans 7.

G. Frekuensi Tayangan

Frekuensi adalah ukuran jumlah putaran ulang per peristiwa dalam selang waktu yang diberikan. Untuk memperhitungkan frekuensi, seseorang menetapkan jarak waktu, menghitung jumlah kejadian peristiwa, dan membagi hitungan ini dengan panjang jarak waktu. Hasil perhitungan ini dinyatakan dalam satuan hertz (Hz) yaitu nama pakar fisika Jerman Heinrich Rudolf Hertz yang menemukan fenomena ini pertama kali. Frekuensi sebesar 1 Hz menyatakan peristiwa yang terjadi

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)10/8/23

satu kali per detik. Secara alternatif, seseorang bisa mengukur waktu antara dua buah kejadian/ peristiwa (dan menyebutnya sebagai periode), lalu memperhitungkan frekuensi (f) sebagai hasil kebalikan dari periode (T).

Dalam sebuah program acara baik itu di televisi maupun di media lain dan di tempat umum, haruslah dibentuk sebuah frekuensi penayangan program acara tersebut. Frekuensi Tayang adalah intensifitas penayangan ataupun jumlah pemutaran ulang sebuah tayangan program acara dalam selang waktu yang diberikan. Frekuensi penayangan acara Opera Van Java adalah ditayangkan setiap hari senin s/d sabtu atau ditayangkan 6 x dalam seminggu di Trans 7.

H. Komedian / Pelawak

Komedian ataupun Pelawak itu adalah seseorang yang berprofesi sebagai penghibur orang banyak. Pelawak juga bisa diartikan sebagai seseorang yang suka melucu dan mampu membuat orang lain tertawa karna melihat gerak-gerik tubuhnya, tingkah lakunya, serta banyol-banyol khas yang diceritakannya kepada orang lain/penonton agar terhibur dan tertawa. Seorang pelawak harus berani tampil beda dan mempunyai karakter yang kuat. Tak jarang mereka mendandani wajah dan tubuhnya agar terlihat unik dan lucu.

Dalam pembentukan opini peran komedian/pelawak sama halnya dengan unsur lain yaitu sangat penting. Acara komedi situasi ini diperankan oleh beberapa selebriti/pelawak yang merupakan publik figure seperti Sule, Aziz Gagap, Nunung Srimulat, Andre Taulani dan Parto Patrio.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

I. Bintang Tamu

Berhubungan dengan minat, N. As'dd (1991 : 54) menjelaskan minat adalah sikap yang membuat seseorang senang terhadap suatu objek, situasi, dan ide-ide tertentu.

Dengan adanya minat dari seseorang maka dia akan menyukai apa yang akan ditawarkan oleh orang lain. Seperti misalnya menjadi bintang tamu dalam suatu kegiatan yang dia minati ataupun ia sukai. Bintang tamu dari acara Opera Van Java ini antara lain adalah para selebriti Indonesia, baik dari sesama komedian/pelawak, pemain film, pemain sinetron, penyanyi, band, pesulap, olahragawan, sampai terkadang para pedagang kaki lima juga ikut diundang.

J. Properti Acara

Properti acara adalah semua sarana dan prasarana yang berupa perangkat atau barang-barang yang disediakan oleh pihak penyelenggara sebuah acara, merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam sebuah acara. Dalam acara Opera Van Java sebahagian propertinya berupa bahan lunak yang terbuat dari styrofoam. Ini berguna sebagai penambahan dekorasi dalam penyetingan panggung acara Opera Van Java. Bahan-bahan ini dibentuk sesuai tema ataupun kisah yang akan di mainkan dalam acara OVJ, bisa berbentuk apa saja seperti: meja, kursi, kulkas, lemari, mobil, sepeda motor, alat-alat olah raga, alat-alat musik dan lain-lain.

Styrofoam adalah salah satu jenis material plastik yang tidak bisa didaur ulang, tidak bisa diolah dan dimanfaatkan kembali menjadi sesuatu yang berguna.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Dibiarkan di alam pun sampai ratusan tahun tidak musnah-musnah, karena tidak ada mikroorganisma yang mau mengurainya. Styrofoam memiliki nama lain polysterene yaitu sebuah hidrokarbon cair yang dibuat secara komersial dari minyak bumi. Polysterena pertamakali dibuat pada 1839 oleh Eduard Simon, seorang apoteker Jerman. Ketika mengisolasi zat tersebut dari resin alami, dia tidak menyadari apa yang dia telah temukan.

Proses Pembuatan Styrofoam atau foamed polysterene (FPS) yang ringan dan paktis ini masuk dalam kategori jenis plastik. Sytrofoam dibuat dari monomer stirena melalui polimerisasi suspensi pada tekanan dan suhu tertentu, selanjutnya dilakukan pemanasan untuk melunakkan resin dan menguapkan sisa blowing agent. Bahan dasar yang digunakan adalah 90-95% polysterene dan 5-10% gas seperti n-butana atau n-pentana. Polysterene yang bercirikan ringan, kaku, tembus cahaya, rapuh dan murah. Bahan yang lebih dikenal sebagai gabus ini memang praktis, ringan, relatif tahan bocor dan bisa menjaga suhu makanan dengan baik. Inilah yang membuat bahan ini amat disukai dan banyak dipakai, termasuk dalam industri makanan instan.

Styrofoam berbahaya bagi kesehatan kita karena terbuat dari butiran-butiran styrene, yang diproses dengan menggunakan benzana (alias benzene). Padahal benzana termasuk zat yang bisa menimbulkan banyak penyakit. Benzana bisa menimbulkan masalah pada kelenjar tyroid, mengganggu sistem syaraf sehingga menyebabkan kelelahan, mempercepat detak jantung, sulit tidur, badan menjadi gemetaran, dan menjadi mudah gelisah.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Saat makanan atau minuman ada dalam wadah styrofoam, bahan kimia yang terkandung dalam styrofoam akan berpindah ke makanan. Perpindahannya akan semakin cepat jika kadar lemak (fat) dalam suatu makanan atau minuman makin tinggi. Selain itu, makanan yang mengandung alkohol atau asam (seperti lemon tea) juga dapat mempercepat laju perpindahan. Penelitian juga membuktikan, bahwa semakin panas suatu makanan, semakin cepat pula migrasi bahan kimia styrofoam ke dalam makanan. Padahal di restoran-restoran siap saji dan di tukang-tukang makanan di pinggir jalan, styrofoam digunakan untuk membungkus makanan yang baru masak. Malahan ada gerai makanan cepat saji yang memanaskan lagi makanan yang telah terbungkus styrofoam di dalam microwave. Terbayang'kan, betapa banyaknya zat kimia yang pindah ke makanan kita dan akhirnya masuk ke dalam tubuh kita.

Selain berefek negatif bagi kesehatan, styrofoam juga tak ramah lingkungan. Karena tidak bisa diuraikan oleh alam, styrofoam akan menumpuk begitu saja dan mencemari lingkungan. Proses pembuatan styrofoam juga bisa mencemari lingkungan. Data EPA (Enviromental Protection Agency) di tahun 1986 menyebutkan, limbah berbahaya yang dihasilkan dari proses pembuatan styrofoam sangat banyak. Hal itu menyebabkan EPA mengategorikan proses pembuatan styrofoam sebagai penghasil limbah berbahaya ke-5 terbesar di dunia. Selain itu, proses pembuatan styrofoam menimbulkan bau yang tak sedap yang mengganggu pernapasan dan melepaskan 57 zat berbahaya ke udara.

Dalam acara Opera Van Java di Trans 7 yang sedang naik daun atau juga acara serupa di stasiun TV lain, sering menampilkan adegan (lucu atau tidak lucu

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository:uma.ac.id)10/8/23

ya??) pemukulan atau kejahilan para pemainnya terhadap pemain lain yang menggunakan barang-barang tiruan dari aslinya yang terbuat dari styrofoam. Pada saat adegan itu terjadi, selalu di layar televisi ditampilkan teks “Properti yang digunakan terbuat dari bahan lunak dan tidak membahayakan”. Di setiap episode, selalu ada adegan seperti itu, dan dalam satu episode tayangan, beberapa kali teks tersebut muncul, yang artinya adegan serupa, meskipun propertinya berbeda, terjadi beberapa kali.

Mengapa acara seperti OVJ ini di setiap episodenya selalu memaksakan ada barang yang terbuat styrofoam. Apakah supaya komedinya menjadi lebih lucu karena ada adegan pemukulan atau kejahilan di antara pemain dengan digunakannya barang-barang yang justru akhirnya rusak. Atau ada faktor lain, misalnya karena ada sponsor perusahaan styrofoam yang ingin produknya laku dibeli dan digunakan. Disinilah sering terjadi pro dan kontra atas penayangan acara Opera Van Java. Kalau kita mau lebih peduli terhadap kelestarian lingkungan, seharusnya tulisan yang muncul pada setiap berlangsung adegan kelucuan yang menggunakan properti tersebut menjadi “Properti ini terbuat dari bahan yang berbahaya untuk lingkungan, meskipun tidak mencederai tubuh.”

K. Sinden dan Orkes Gamelan/Band Pengiring

1. Sinden

Pesindhén, atau sindhén (dari Bahasa Jawa) adalah sebutan bagi wanita yang bernyanyi mengiringi orkestra gamelan, umumnya sebagai penyanyi satu-satunya.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Pesindén yang baik harus mempunyai kemampuan komunikasi yang luas dan keahlian vokal yang baik serta kemampuan untuk menyanyikan tembang. Pesinden juga sering disebut sinden, menurut Ki Mujoko Joko Raharjo berasal dari kata "pasindhian" yang berarti yang kaya akan lagu atau yang melantunkan lagu. Sinden juga disebut waranggana "wara" berarti seseorang berjenis kelamin wanita, dan "anggana" berarti sendiri. Pada zaman dahulu waranggana adalah satu-satunya wanita dalam panggung pertunjukan wayang ataupun pentas klenengan.

Sinden memang seorang wanita yang menyanyi sesuai dengan gendhing yang di sajikan baik dalam klenengan maupun pertunjukan wayang. Istilah sinden juga digunakan untuk menyebut hal yang sama di beberapa daerah seperti Banyumas, Yogyakarta, Sunda, Jawa Timur dan daerah lainnya, yang berhubungan dengan pertunjukan wayang maupun klenengan. Sinden tidak hanya tampil solo (satu orang) dalam pertunjukan tetapi untuk saat ini pada pertunjukan wayang bisa mencapai delapan hingga sepuluh orang bahkan lebih untuk pertunjukan yang sifatnya spektakuler.

Pada pertunjukan wayang zaman dulu, Sinden duduk di belakang Dalang, tepatnya di belakang tukang gender dan di depan tukang Kendhang. Hanya seorang diri dan biasanya istri dari Dalangnya ataupun salah satu pengrawit dalam pertunjukan tersebut. Tetapi seiring perkembangan zaman, terutama di era Ki Narto Sabdho yang melakukan berbagai pengembangan, Sindén dialihkan tempatnya menghadap ke penonton tepatnya di sebelah kanan Dalang membelakangi simpingan wayang dengan jumlah lebih dari dua orang.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area



Di era modern sekarang ini Sindén mendapatkan posisi yang hampir sama dengan artis penyanyi campursari, bahkan sindén tidak hanya dibutuhkan untuk mahir dalam menyajikan lagu tetapi juga harus menjaga penampilan, dengan berpakaian yang rapi dan menarik. Sindén tidak jarang menjadi "pepasren" (penghias) sebuah panggung pertunjukan wayang. Bila Sindénnya cantik-cantik dan muda yang nonton akan lebih kerasan dalam menikmati pertunjukan wayang. Dalam acara Opera Van Java juga terdapat beberapa sinden. Yang menjadi sinden dalam acara OVJ bukanlah seorang sinden murni melainkan para artis penyanyi papan atas seperti; Rina Jurnal (sinden pertama OVJ dan sudah tidak bermain lagi), Dewi Gita, Winda Viska, Echa Paramitha, Nindy, Gisella Anastasia dan Cindy Carolina, bahkan seorang Titi DJ pun pernah menjadi sinden Opera Van Java pada saat acara sahurnya OVJ pada tahun 2010.

2. Orkes Gamelan/Band Pengiring

Pada setiap penampilannya, sinden selalu diiringi oleh orkes gamelan. Gamelan adalah ensemble musik yang biasanya menonjolkan metalofon, gambang, gendang, dan gong. Istilah gamelan merujuk pada instrumennya / alatnya, yang mana merupakan satu kesatuan utuh yang diwujudkan dan dibunyikan bersama. Kata Gamelan sendiri berasal dari bahasa Jawa gamel yang berarti memukul / menabuh, diikuti akhiran an yang menjadikannya kata benda. Orkes gamelan kebanyakan terdapat di pulau Jawa, Madura, Bali, dan Lombok di Indonesia dalam berbagai jenis ukuran dan bentuk ensemble.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Kemunculan gamelan didahului dengan budaya Hindu-Budha yang mendominasi Indonesia pada awal masa pencatatan sejarah, yang juga mewakili seni asli Indonesia. Instrumennya dikembangkan hingga bentuknya sampai seperti sekarang ini pada zaman Kerajaan Majapahit. Dalam perbedaannya dengan musik India, satu-satunya dampak ke-India-an dalam musik gamelan adalah bagaimana cara menyanyikannya. Dalam mitologi Jawa, gamelan diciptakan oleh Sang Hyang Guru pada Era Saka, dewa yang menguasai seluruh tanah Jawa, dengan istana di gunung Mahendra di Medangkamulan (sekarang Gunung Lawu). Sang Hyang Guru pertamanya menciptakan gong untuk memanggil para dewa. Untuk pesan yang lebih spesifik kemudian menciptakan dua gong, lalu akhirnya terbentuk set gamelan.

Orkes gamelan adalah suatu proses yang kompleks. Gamelan menggunakan empat cara penalaan, yaitu sléndro, pélog, "Degung" (khusus daerah Sunda, atau Jawa Barat), dan "madenda" (juga dikenal sebagai diatonis, sama seperti skala minor asli yang banyak dipakai di Eropa. Musik Gamelan merupakan gabungan pengaruh seni luar negeri yang beraneka ragam. Kaitan not nada dari Cina, instrumen musik dari Asia Tenggara, drum band dan gerakan musik dari India, bowed string dari daerah Timur Tengah, bahkan style militer Eropa yang kita dengar pada musik tradisional Jawa dan Bali sekarang ini.

Dalam acara Opera Van Java juga terdapat sinden dan gamelannya, ini bertujuan untuk menambah kesan pewayangan jawanya. Disini peran sinden dan orkes gamelannya tidak hanya membawakan lagu-lagu Jawa tetapi semua jenis lagu,

kemudian lagu-lagu tersebut diaransemen ulang dan disajikan dengan gaya jawa seperti khasnya cengkok para sinden.

Begitu juga dengan orkes gamelannya yang berubah formasi dengan penambahan instrument-instrumen modern seperti; gitar, bass, keyboard, drum, hingga trumphet dan biola. Sekarang orkes gamelan ini lebih dikenal sebagai band pengiring dalam acara Opera Van Java.



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka ada beberapa hal yang menjadi kesimpulan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Tayangan program acara Opera Van Java di Trans 7 merupakan tayangan program acara yang bersifat *hiburan, komedi situasi*, yang memiliki komposisi acara yang baik mulai dari tema acara, judul cerita, jadwal tayang, durasi, frekuensi penayangan, para pemain, bintang tamu, properti acara sampai dengan sinden dan band pengiringnya. Artinya secara keseluruhan komponen yang terlibat dalam kemasan acara tersebut mampu memberikan nilai yang lebih bagi pemirsa di rumah yang mana dalam penelitian ini adalah masyarakat kelurahan Helvetia.
2. Dengan adanya tayangan acara Opera Van Java di Trans 7, masyarakat kelurahan Helvetia yang merupakan responden dalam penelitian ini mampu memperoleh hiburan yang diselingi dengan informasi. Paling tidak dengan adanya tayangan acara tersebut responden memiliki suatu agenda tontonan yang mereka tunggu-tunggu melalui media televisi.
3. Program acara Opera Van Java yang ditayangkan di Trans 7 merupakan hiburan informatif melalui media massa televisi yang dapat dinikmati oleh khalayak yang berada di seluruh Indonesia, khususnya masyarakat kelurahan

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository:uma.ac.id)10/8/23

Helvetia yang merupakan responden dalam penelitian ini, yang mana acara Opera Van Java juga bisa menimbulkan keakraban pada rumah tangga karena dapat dinikmati secara bersama-sama dalam rumah tangga.

B. Saran

Sebagai bagian sub bab yang paling akhir, maka saran yang penulis jabarkan berikut ini semoga bermanfaat untuk banyak pihak, terutama bagi pihak pengelola acara Opera Van Java dan juga untuk masyarakat kelurahan Helvetia, adapun saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Tayangan program acara Opera Van Java di Trans 7 hendaklah terus dipertahankan karena tidak hanya menjadi acara yang mengisi media massa saja, namun lebih dari itu tayangan tersebut juga mampu menjadi bagian dari aktifitas hidup manusia, hal ini dikarenakan tidak sedikit khalayak yang menaruh rasa suka terhadap acara tersebut.
2. Hal-hal yang menjadi ciri khas dari tayangan acara Opera Van Java adalah para pemainnya yaitu Parto Patrio, Andre Taulani, Nunung Srimulat, Aziz Gagap dan Sule harus menjadi perhatian pihak pengelola acara tersebut, hal ini dimaksudkan agar mereka semua tetap dipertahankan sebagai pemain acara tersebut, karena mereka sudah akrab dengan pemirsa dan boleh dikatakan bahwa Parto, Andre, Nunung, Aziz Gagap dan Sule merupakan “nyawa” dari acara Opera Van Java di Trans 7.

3. Jika melihat isi acara Opera Van Java di Trans 7 secara keseluruhan, maka ada hal yang perlu menjadi perhatian yang mana dalam hal ini yang dimaksudkan adalah jalan cerita dan penyajian komedinya, diharapkan kepada seluruh pemain dan bintang tamu agar menyajikan komedi yang segar, cerdas dan aman untuk ditonton oleh seluruh masyarakat khususnya bagi anak-anak dengan menghilangkan atau mengurangi adegan-adegan yang tidak perlu seperti adegan pukul-memukul, saling mencaci dan perkataan-perkataan yang tidak layak untuk diucapkan didepan khalayak. Untuk ke depannya tayangan Opera Van Java juga bisa menonjolkan nilai-nilai informasi yang memiliki nilai pendidikan, namun diharapkan hal tersebut juga jangan sampai mengurangi nilai hiburan yang sudah ada.
4. Diharapkan juga dalam hal rangkaian acara yang sudah ada dalam tayangan program acara Opera Van Java di Trans 7, ada baiknya jika sewaktu-waktu diadakan perubahan, dengan menambah beberapa segmen baru, mengundang bintang tamu yang sedang naik daun dan lain-lainnya. Hal ini diharapkan agar tidak terjadi kebosanan pada penonton yang dengan setia menonton acara Opera Van Java disetiap harinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied, 2002: **Dimensi Komunikasi**, Raja Grafindo Persada Jakarta.
- Dennis, Mc, Quail, 2001: **Teori Komunikasi Massa**, Airlangga Jakarta.
- Effendy, Uchjana, Onong, 2002: **Ilmu komunikasi Teori dan Praktek**, Remaja Rosda Karya Bandung.
- , 2003: **Spektrum Komunikasi**, Mandar Maju Bandung.
- , 2004: **Humas; Suatu Komunikologis**, Mandar Maju Bandung.
- , 2005: **Kamus Komunikasi**, Mandar Maju Bandung.
- Juanda, Khalied, 2004: **Opini Publik dan Komunikasi Sosial**, Citra Adtya Bakti Bandung.
- Kuswandi, Wawan, 2003: **Komunikasi Masa Sebuah Analisis Media Televisi**, Rineka Cipta Jakarta.
- Liliweri, Alo, 2002: **Perspektif Komunikasi Antarpribadi**, Citra Adtya Bakti Bandung.
- Mar'at, 2002: **Perubahan dan Pengukuran Sikap Manusia**, Ghalia Indonesia Jakarta.
- Mufid, Muhammad, 2005: **Komunikasi dan Regulasi Penyiaran**, Kencana Prenada Media Group.
- Muhtadi, Asep, 2004: **Komunikasi Jurnalistik**, Grassindo Jakarta.
- Nawawi, Hadari, 2000: **Metode Penelitian Bidang Sosial**, Gadjah Mada University Press Yogyakarta.
- Rahkmat, Jalaluddin, 2000: **Psikologi Komunikasi**, Remaja Rosda Karya Bandung.
- , 2004: **Metode Penelitian Komunikasi**, Remaja Rosda Karya Bandung.
- Singarimbun, Masri, 2001: **Metode Penelitian Survey**, LP3ES Jakarta.

Sugiyono, 2002: **Metode Penelitian Administrasi**, Al-Fabeta Bandung.
Widjaja, A.W, 2000: **Ilmu Komunikasi**, Alumni Bandung.

Sumber lain :

<http://id.wikipedia.org/Sinden>.

http://id.wikipedia.org/Televisi_Republik_Indonesia.

http://id.wikipedia.org/Opera_Van_Java.

