



**PERSEPSI PENONTON PROGRAM “BIKIN LAPER” DI TRANS TV
(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Warga Sasak 2 RT. 2 RW. 2 Kelurahan
Kelapa Dua – Kecamatan Kebon Jeruk, Jakarta Barat)**

Edi Wijaya, Taqwa Sejati
Universitas Bina Sarana Informatika
(Naskah diterima: 1 Juni 2021, disetujui: 30 Juli 2021)

Abstract

The purpose of this study was to find out how the audience perception of the Residents of Sasak 2 RT. 2 RW. 2 West Jakarta regarding and watches the program “Bikin Laper” which was broadcast on Trans TV. This type of research is a qualitative descriptive study using a communication science approach, especially in mass communication (television). While the data collection methods used in this study were in-depth interview techniques, observation and documentation. The sources of data for researchers come from privately owned theory books, documents related to the topics raised by researchers. Furthermore, data processing techniques and data analysis were carried out to answer questions that the researchers had prepared to ask the audience. The data analysis in this study includes data reduction, data presentation and drawing conclusions.

Keyword: *Perceptions, Television Programs, Qualitative.*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi penonton dalam penelitian ini yaitu Warga Sasak 2 RT. 2 RW. 2 Jakarta Barat mengenai program “Bikin Laper” yang ditayangkan di Trans TV. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan pendekatan ilmu komunikasi khususnya pada komunikasi massa (televisi). Sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik wawancara mendalam (*depth interview*), observasi dan dokumentasi. Sumber-sumber data peneliti berasal buku-buku teori milik pribadi, dokumen-dokumen yang berkaitan dengan topik yang diangkat oleh peneliti. Selanjutnya, teknik pengolahan data dan analisis data dilakukan untuk menjawab pertanyaan yang sudah peneliti siapkan untuk ditanyakan kepada audien, kemudian data disiapkan untuk nantinya diolah. Adapun analisis data pada penelitian ini meliputi reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan.

Kata Kunci: Persepsi, Program Televisi, Kualitatif.

I. PENDAHULUAN

Televisi telah mengubah bagaimana guru mengajar, mengubah pemerintahan dalam memerintah, mengubah pemimpin agama dalam berkhotbah, dan mengubah cara kita dalam mengatur perabotan rumah. Televisi telah mengubah sifat, cara beroperasi, dan hubungan khalayaknya dengan buku, majalah, film dan radio (Baran, 2012:303). Perkembangan jaman membuat beragamnya jenis media yang hadir. Adapun yang memengaruhi kita bukan apa yang disampaikan media, tetapi jenis media komunikasi yang kita pergunakan interpersonal, media cetak, atau televisi (Rakhmat, 2017:217). Televisi sebagai media audio visual yang tidak membebani banyak syarat bagi masyarakat untuk menikmatinya. Berdasarkan fungsinya sendiri televisi memiliki 3 fungsi, yaitu: Fungsi Informasi, Fungsi Pendidikan, dan Fungsi Hiburan (Elvinaro, 2007:137).

Persepsi yang keluar tentu saja dapat berbeda pada setiap audien, tidak pasti sama. Menurut Rakhmat Djalaludin (2015:50) persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) ad-

alah inti persepsi, yang identik dengan penyandian balik (*decoding*) dalam proses komunikasi.

Dari beberapa pemahaman peneliti mengenai proses produksi dan tayangan sebuah program, obyektifitas, dalam mengemas sebuah tayangan untuk ditayangkan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian guna mengetahui bagaimana televisi memberikan sebuah persepsi kepada khalayak/warga/pemontonnya.

II. KAJIAN TEORI

2.1 Persepsi

Berbagai pengertian persepsi menurut para ahli sebagai berikut:

Rakhmat Djalaludin (2015:25) mengatakan: “Persepsi terbentuk bila ada perhatian dari individu sesuai dengan kebutuhan individu. Kemampuan seseorang untuk mempersepsikan stimulus yang sama akan ditafsirkan berbeda-beda masing-masing individu. Proses penafsiran tergantung dari pengalaman masing-masing”.

Sementara itu dalam buku yang berjudul Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar (2005: 169) berkata: “Tahap terpenting dalam persepsi adalah interpretasi atau penafsiran atau informasi yang kita peroleh dari salah satu indera kita. Namun kita tidak dapat menginter-

pretasikan makan setiap objek secara langsung, melainkan menginterpretasikan makna informasi yang kita peroleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut. Akan tetapi kemampuan orang berbeda-beda dalam mengindera lingkungannya, karena juga berbeda secara genetik, berbeda pengalaman dan pembelajaran, atau karena sebagian alat inderanya kurang berfungsi karena usia tua atau kecelakaan”.

Atas pendapat dari ahli yang sudah disebutkan tadi maka peneliti menarik kesimpulan mengenai persepsi yaitu sebuah stimuli pemaknaan kognitif yang diketahui seseorang yang kemudian membentuk pandangan dalam menginterpretasikan sebuah informasi baik yang didengar, dilihat dan dirasa. Sifat persepsi pada sebuah hal yang sama akan memiliki pemaknaan yang berbeda di individu lainnya.

2.1.1 Jenis-Jenis Persepsi

Dedy Mulyana (2015:184) menyebutkan bahwa jenis-jenis persepsi ini terbagi atas dua yaitu persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia atau sosial. Persepsi terhadap manusia lebih sulit dan kompleks, karena manusia bersifat dinamis.

Kedua jenis persepsi ini memiliki perbedaan yaitu:

- a. Persepsi terhadap objek melalui lambing-lambang fisik, sedangkan persepsi terhadap orang melalui lambang-lambang verbal dan nonverbal. Manusia lebih efektif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan.
- b. Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan persepsi terhadap manusia menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan, dan sebagainya).
- c. Objek tidak bereaksi, sedangkan manusia bereaksi. Dengan kata lain, objek bersifat statis, sedangkan manusia bersifat dinamis. Oleh karena itu, persepsi terhadap manusia dapat berubah dari waktu ke waktu, lebih cepat daripada persepsi terhadap objek.

Pada penelitian ini akan mendeskripsikan mengenai prinsip persepsi responden terhadap program “Bikin Laper” yaitu: 1. Persepsi terhadap objek melalui lambang-lambang fisik, 2. Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, 3. Objek tidak bereaksi.

2.2 Televisi

Menurut Sutisno (1993) Televisi berasal dari kata *tele* (bahasa Yunani) yang berarti “jarak” dan *visi* (bahasa latin) yang berarti “citra atau gambar”. Jadi, kata televisi berarti su-

atu sistem penyajian gambar berikut suaranya dari suatu tempat yang berjarak jauh. Dari semua media massa, televisilah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia. Televisi dijejali hiburan, berita dan iklan. Mereka menghabiskan waktu menonton televisi sekitar tujuh jam dalam sehari (dalam Vera, 2010: 76). Pada penelitian ini media massa yang digunakan oleh peneliti adalah televisi pada stasiun Trans TV yang berada di Jakarta.

2.3 Program Televisi

Sebuah televisi memiliki program yang membuatnya menjadi beragam dan dapat mendatangkan pendapatan. Cara sebuah program berhasil mengudara biasanya agak berbeda untuk orang-orang yang sudah diminta memasukan idenya dan juga bagi para produser yang membawa konsepnya ke dalam jaringan. Walaupun jaringan mengendalikan proses pemograman, mulai dari ide sampai penjadwalan, dan menentukan berapa lama suatu program berada dalam daftar programnya, produser tetap memiliki hak atas program-program mereka. Kata “program” berasal dari bahasa Inggris *programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun

penyiaran apakah itu radio atau televisi (Morrisan, 2009:199-200).

Kesimpulan beberapa program acara yang ditayangkan stasiun televisi ada yang diproduksi sendiri dan ada juga beli rumah produksi. Ini dilakukan agar dapat mengurangi pengeluaran biaya yang besar dalam memproduksi suatu acara juga variasi program di dalam konsep acara. Program televisi dalam penelitian ini yaitu “Bikin Laper” yang memiliki konten atau isi program jenis hiburan kuliner.

2.4 Elemen – Elemen Program Acara

Untuk suksesnya suatu program acara ada beberapa elemen yang menunjang kesuksesan program acara tersebut, singkatnya seperti di bawah ini :

- a. Konflik
- b. Durasi
- c. Konsistensi
- d. Energi
- e. Timing
- f. Tren (Morissan, 2009 : 324-333).

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang ditentukan oleh peneliti berada di Jalan Sasak 2 RT. 2 RW. 2 Kelurahan Kelapa Dua – Kecamatan Kebon Jeruk di Jakarta Barat. Lokasi ini dipilih oleh

peneliti karena dekat dengan lokasi salah satu peneliti sehingga memudahkan segala sesuatunya seperti pencarian responden, ijin penelitian dan lain sebagainya.

3.2 Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data

Teknik pengumpulan data yaitu data primer dalam penelitian ini adalah dengan *depth interview* sedangkan data sekunder dengan melakukan studi kepustakaan diperoleh melalui studi literatur yang relevan dengan masalah, buku-buku yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, beberapa jurnal dan skripsi yang dipublikasi pada jaringan internet dan yang tersedia di perpustakaan sebagai referensi, materi dan hasil wawancara dari para responden.

Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pengertian pendekatan kualitatif menurut beberapa ahli adalah sebagai berikut:

“Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositifisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sample sumber dan data di lakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik peng-

umpulan data dilakukan dengan triangulasi (gabungan) analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi” (Sugiyono, 2011:15).

Penelitian ini melibatkan informan dengan kriteria yang telah peneliti rangkum. Informan akan dilihat bagaimana pemaknaannya terhadap masalah penelitian ini. Sampling pemilihan informan adalah secara *purposive*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono:2011:85). Beberapa kriteria di bawah ini menjadi dasar pemilihan informan secara *purposive* dalam penelitian ini. Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu).” Sedangkan menurut pengertian menurut Suharsimi Arikunto (2006:2) objek penelitian adalah: “Sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian.”.

Setiap penelitian harus bisa dinilai. Ukuran penelitian sebuah riset terletak pada kesahihan atau validitas data yang dikumpulkan selama riset diperlukan pengujian kebenaran dan kejujuran subjek yang diteliti. Dalam menilai kevaliditasan dan kualitas se-

buah riset terletak pada kesahihannya atau validitas data yang dikumpulkan selama riset. Riset kualitatif dimana penilaian riset ini biasanya terjadi sewaktu proses pengumpulan data dan analisis-interpretasi data yaitu a) Kompetensi Subjek Riset, b) *Trustworthiness*, c) *Intersubjectivity Agreement*, d) *Conscientization*. Menurut Dwidjono yang ditulis di dalam buku Rachmat Kriyantono (2012:72-73) yang berjudul Riset Komunikasi ada beberapa macam triangulasi, yaitu :

1. Triangulasi Sumber

Membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda.

2. Triangulasi Waktu

Berkaitan dengan perubahan suatu proses dan perilaku manusia, karena perilaku manusia dapat berubah setiap waktu. Karena itu periset perlu mengadakan observasi tidak hanya satu kali.

3. Triangulasi Teori

Memanfaatkan dua atau lebih teori untuk diadu atau dipadu. Untuk itu diperlukan rancangan riset, pengumpulan data, dan analisa data yang lengkap supaya hasilnya komprehensif.

4. Triangulasi Periset

Menggunakan lebih dari satu periset dalam

mengadakan observasi atau wawancara. Karena masing-masing periset mempunyai gaya, sikap dan persepsi yang berbeda dalam mengamati fenomena maka hasil pengamatannya bisa berbeda-beda meski fenomenanya sama. Pengamatan dan wawancara dengan menggunakan dua periset akan membuat data lebih absah. Sebelumnya, tim perlu mengadakan kesepakatan dalam menentukan kriteria atau acuan pengamatan dan wawancara. Kemudian hasil masing-masing pengamatan ditentukan.

5. Triangulasi Metode

Usaha mengecek keabsahan data atau mengecek keabsahan temuan riset. Triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan yang sama.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Triangulasi Sumber dikarenakan peneliti ingin menguji kebenaran data dengan cara mengecek data-data dari beberapa sumber yaitu dari *Key Informan* dan *Informan* lalu hasil pengamatan yang dilakukan dengan wawancara tersebut dibandingkan antara hasil data *Informan* dan *Key Informan*.

IV. HASIL PENELITIAN

Setelah melalui tahap seleksi, maka terpilih 5 (lima) responden yang memenuhi

syarat dalam penelitian ini. Berikut adalah hasil analisa deskriptif kualitatif mengenai persepsi penonton pada Program “Bikin Laper” yang ditayangkan oleh Trans TV:

4.1 Persepsi terhadap objek-objek melalui lambang fisik

Pertanyaan: Bagaimana video pada program Bikin Laper?

Responden 1:

“Penyajianya cukup menarik, jadinya buat kita pengen nyobain, intinya itu. Kalau dari video sudah bagus dan gambar OK”

Responden 2:

“Video sudah cukup baik, hanya kadang penyajian makanan terlihat agak berlebihan. Kesannya banyak banget saat di video. Tapi secara kualitas gambar bagus”

Responden 3:

“Kalo di TV sudah bagus kok”

Responden 4:

“Aslinya saya kurang tau tapi kalau videonya bagus banget”

Responden 5:

“Secara gambar sudah bagus, jelas.”

Persepsi responden terhadap objek-objek melalui lambang fisik terhadap acara ini beragam. Peneliti mengaitkan teori dengan video / gambar pada tayangan program “Bikin Laper” yang tersaji didapatkan bahwa yang

menjelaskan bahwa objek gambar mendapatkan persepsi yang sama hal ini membuktikan bahwa objek tidak beraksi dengan kata lain objek bersifat statis. Hal ini menyebabkan penilaian dari seluruh responden sama / seragam.

4.2 Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar

Pertanyaan: Bagaimana persepsi Anda terhadap pembawa acara program “Bikin Laper”?

Responden 1:

“Lucu dan informatif”

Responden 2:

“Saya suka saat Incess Nabati dan Dimas Beck yang bawain acaranya tapi setelah diganti atau kalo diganti jadi kurang seru. Pernah ada Nikita Mirzani, seleb Tik Tok diundang jadi kurang seru”

Responden 3:

“Udah OK, kok”

Responden 4:

“Iya, lucu dan banyak istilah-istilah (gimmick) yang OK dari pembawa acara”

Responden 5:

“Kadang berisik pembawa acaranya, jadi saya kurang aja”

Pada pertanyaan ini sebanyak 3 responden menjawab dengan suara yang hampir

sama, 2 responden menjawab dengan kalimat yang berbeda. Hal ini menjawab teori bahwa persepsi mengenai sifat luaran seperti perasaan, motif dan harapan terhadap objek bergerak atau orang memiliki persepsi yang beragam. Persepsi tidak sama sehingga menyebabkan banyak analisa yang harus diperhatikan oleh pihak program tersebut. Ini juga berhubungan dengan persepsi yang bersifat selektif di mana setiap manusia mendapatkan rangsangan melalui indra penglihatan dan pendengaran merupakan faktor utama yang menentukan jawaban atas pertanyaan yang disajikan.

Berdasarkan hasil analisa deskriptif pada tayangan program “Bikin Laper” di Trans TV menimbulkan sebuah persepsi yang beragam terhadap program ini. Persepsi objek dan sifat-sifat luaran lain yang berkaitan dengan kualitas gambar, gaya penyampaian video juga bagaimana pembawa acara menyampaikan pesan memiliki beragam persepsi baik dan kurang baik. Hal inilah yang menjadi perhatian terhadap program ini supaya menjadi lebih baik untuk ke depannya nanti.

V. KESIMPULAN

Setiap program acara yang dibuat atau diproduksi memiliki harapan yang baik terhadap penonton/audien hal ini berkaitan den-

gan sebuah nilai share atau rating pada stasiun televisi tersebut. Namun hal ini tentu didukung oleh kerjasama tim yang baik juga promosi yang secara berkala sehingga penonton televisi dapat terus ingat dengan acara yang dimaksud.

Persepsi audien terhadap suatu program acara tidak sepenuhnya sama, oleh karena itu pihak penyelenggara atau stasiun TV berhak dan harus memberukan tayangan yang informatif, menghibur dan juga mendidik. Hal ini guna membangun sebuah pola pikir baik dari masyarakat terhadap program yang dibuat dan menjadi tujuan sebuah program televisi ditayangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala, Siti Karlinah, 2007. *Komunikasi Massa, Suatu Pengantar. Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Baran, Stanley. J. 2003. *Introduction to Mass Communication and Media: Media Literacy and Culture*. Terjemahan. Jakarta: Salemba Humanika.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta

YAYASAN AKRAB PEKANBARU

Jurnal AKRAB JUARA

Volume 6 Nomor 3 Edisi Agustus 2021 (100-108)

Vera, Nawiroh. 2010. Pengantar Komunikasi
Massa. Jakarta: Renata Pratama Media

<https://www.transtv.co.id/program/110/bikin-laper>