

PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG PROGRAM ACARA *REALITY SHOW* “CATATAN SI OLGA” DI KELURAHAN GUNUNG LINGAI KECAMATAN SUNGAI PINANG SAMARINDA

Sri Yulianti

Abstrak

Artikel ini menyoroiti persepsi Masyarakat tentang Program Acara *Reality Show* “Catatan Si Olga” di Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda, di bawah bimbingan Bapak Drs. Sugandi .M.Si, dan Bapak Drs. M.Z Arifin .M.Si.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat tentang program acara *reality show* “Catatan Si Olga” yang didalamnya mengandung nilai pesan sosial bagi masyarakat. fokus penelitian dalam penelitian ini meliputi : persepsi yang didalamnya terdapat sensasi, *attention*, *ekspektasi*, motivasi dan memori serta Model S-O-R. Penelitian ini termasuk studi deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan atau melukiskan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan yang diselidiki. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik wawancara kepada masyarakat yang memenuhi kriteria-kriteria tujuan penelitian untuk mengetahui persepsi mereka tentang program acara tersebut, serta mencari data dari berbagai tulisan artikel, buku-buku dan internet.

Kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini adalah bahwa persepsi masyarakat tentang program acara *reality show* “Catatan Si Olga” memiliki nilai pesan moral yang ditunjukkan dengan penayangan yang sifatnya mengajarkan kepada masyarakat/audiens untuk dapat saling membantu antar sesama manusia yang membutuhkan. Program acara ini telah mampu membuat persepsi yang “Cukup Baik” di masyarakat Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda.

Kata Kunci : Persepsi Masyarakat, Program Acara Reality Show "Catatan Si Olga", Kelurahan Gunung Lingai Samarinda

Pendahuluan

Pada era teknologi informasi dan globalisasi seperti sekarang ini, televisi sudah menjadi media penyimpanan berbagai informasi dan hiburan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Televisi adalah salah satu media massa. Sifatnya yang audio visual serta program tayangan yang beragam menjadi daya tarik tersendiri yang dimiliki oleh media ini. Keanekaragaman sajian program acara di televisi memberikan kontribusi pada audiens, yang pada dasarnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan audiensnya. Televisi merupakan alat media elektronik yang paling mudah dicerna oleh masyarakat sehingga berbagai kalangan masyarakat dapat menikmati tayangan televisi tersebut. Dari sekian banyak media komunikasi massa seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, internet dan film, ternyata televisilah yang menduduki tingkat teratas yang diminati banyak khalayak. Karena kelebihan televisi yang menampilkan informasi secara menarik melalui audio visual hal inilah yang memudahkan khalayak untuk menerima informasi secara cepat dan mudah.

Salah satu alat elektronik yang sekarang sudah seperti kebutuhan primer bagi manusia. Tidak melihat televisi sehari saja kita mungkin sudah ketinggalan banyak informasi. Televisi adalah sebuah alat penangkap siaran bergambar. Kata televisi berasal dari kata tele dan vision; yang mempunyai arti masing-masing jauh (tele) dan tampak (vision). Jadi televisi berarti tampak atau dapat melihat dari jarak jauh. Dengan televisi kita bisa mendapatkan banyak informasi baik politik, sosial, budaya, agama, ekonomi dan lain sebagainya. Dengan begitu televisi setiap hari telah mengajak kita untuk berkomunikasi secara searah. Kita mendapatkan informasi dari televisi, artinya televisi bertindak sebagai komunikator, informasi sebagai pesanya, dan pemirsanya adalah komunikan. Maka dengan demikian televisi ini telah berfungsi sebagai media komunikasi. Karena ternyata komunikannya bukan hanya terdiri dari sekelompok atau organisasi saja melainkan dilihat oleh khalayak maka televisi digolongkan masuk kedalam media yang memerantai antara nara sumber dengan massa yang disebut dengan media komunikasi massa. Dari sekian banyak media komunikasi massa seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, internet dan film, ternyata televisilah yang menduduki tingkat teratas yang diminati banyak khalayak. Karena kelebihan televisi yang menampilkan informasi secara menarik melalui audio visual hal inilah yang memudahkan khalayak untuk menerima informasi secara cepat dan mudah.

Program acara tayangan televisi tentu terdapat proses transmisi pesan dari komunikator kepada audiensnya. Pesan yang disampaikan melalui program acara atau tayangan televisi mengandung value/nilai didalamnya, nilai inilah yang stasiun televisi selaku komunikator berusaha untuk dapat menyampaikan kepada audiens atau komunikannya. Pesan ini dapat bertujuan

atau berfungsi dalam memberikan informasi, pendidikan, mempersuasi serta menyenangkan dan memuaskan kebutuhan khalayaknya (Dedy Nur Hidayat. 2007. P.65)

Stasiun televisi setiap hari menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya sangat beragam. Jenis program itu dapat dikelompokkan dalam berbagai jenisnya yaitu: (1) program informasi (news) (2) program hiburan (non news / entertainment). Program informasi kemudian dibagi lagi kedalam jenis berita keras (hardnews) yang merupakan laporan berita terkini dan harus segera disiarkan. Dan berita lunak (softnews) yang merupakan kombinasi dari fakta, gosip dan opini. Sementara program hiburan terbagi atas lima kelompok besar yaitu : (1) musik (2) drama (3) permainan (gameshow/realityshow) (4) pertunjukan dan (5) olahraga (sport) (Morrisan. M.A. 2005. P.100).

Berbagai jenis program acara disajikan oleh stasiun-stasiun televisi. Mereka berlomba-lomba untuk dapat menyajikan program acara yang menarik dan diminati oleh banyak orang. Salah satunya yang menjamur di Indonesia ini adalah program tayangan bertema *reality show*. Pada hakekatnya secara konstektual, *reality show* berarti pertunjukan atau realitas. *Reality show* secara istilah berarti pertunjukan yang asli (real), tidak direkayasa, dan tidak dibuat-buat. Kejadiannya diambil dari keseharian, kehidupan masyarakat apa adanya, yaitu realita dari masyarakat. Pada hakekatnya acara *reality show* “Catatan Si Olga” di ANTV memiliki nilai yang sama dengan program acara *reality show* lainnya, tapi dikemas dan disajikan dalam bentuk yang lebih berbeda dengan penyampaian nilai pesan yang mendalam, sehingga menjadikan acara *reality show* yang satu ini cukup berbeda dengan acara *reality show* yang bertema sosial lainnya. Acara tersebut mengandung nilai sosial untuk dapat bersimpati, berempati, dan membantu sesama yang membutuhkan. *Reality show* “Catatan Si Olga” memiliki tujuan dalam penayangannya bagi khalayak di seluruh lapisan masyarakat. *Reality show* “Catatan Si Olga” ini adalah untuk menjadi program acara yang terkemuka dengan tayangan yang berisikan pesan dan nilai sosial bagi masyarakat serta menumbuhkan rasa kepedulian sosial terhadap sesama, mengurangi beban para kaum dhuafa dengan memberikan pertolongan yang dibutuhkan, memelihara dan meningkatkan rasa solidaritas dan kesetiakawanan sosial, memelihara tali silaturahmi antar sesama manusia dan memberi tayangan yang mendidik dengan memiliki nilai sosial.

Pada program acara ini, audiens yang menjadi populasi dalam penelitian tersebut harus disesuaikan dengan objek suatu acara. Perspektif kategori sosial berasumsi bahwa dalam masyarakat terdapat kelompok-kelompok sosial, yang reaksinya stimulus tertentu cenderung sama. Golongan sosial berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, pendidikan, tempat

tinggal dan keyakinan beragama menampilkan kategori respons. Anggota-anggota kategori respons tertentu akan cenderung memilih isi komunikasi yang sama dan akan memberi respon kepadanya dengan cara yang hampir sama pula (Rakhmat, 2007.p,204).

Oleh karena itu dengan adanya acara *reality show* "Catatan Si Olga" di ANTV serta melihat kondisi masyarakat yang ada, tentu hal ini akan menimbulkan suatu sikap tertentu pada masyarakat mengenai acara tersebut baik suka maupun tidak suka. Hal ini menarik untuk diteliti karena dengan adanya acara *reality show* "Catatan Si Olga" di ANTV diharapkan akan membawa efek yaitu melihat persepsi masyarakat terhadap program acara ini. Hal ini membuat saya selaku peneliti memilih objek penelitian ini untuk mengetahui tanggapan berupa persepsi atau pendapat masyarakat terhadap program acara ini.

Karena tayangan ini mengangkat tentang realitas sosial, yang mengandung tentang nilai-nilai kehidupan dalam masyarakat dengan pengemasan pesan yang berbeda dengan acara *reality show* lainnya yang bertema sama, dengan melibatkan seorang publik figure/artis dalam acara ini menjadikan acara ini memiliki poin tersendiri untuk dapat menggugah perasaan khalayaknya sehingga hal ini menarik untuk diteliti. Dalam penelitian ini yang akan menjadi subjek penelitian adalah masyarakat Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda.

Kerangka Dasar Teori

Pengertian Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang suatu objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulasi inderawi (*sensory stimuli*).

Persepsi adalah proses internal yang kita lakukan untuk memilih, mengevaluasi dan mengorganisasikan rangsangan dari lingkungan eksternal. Persepsi meliputi : Penginderaan (sensasi) melalui alat-alat indera kita (indera perasa, indera peraba, indera pencium, indera pengecap dan indera pendengar), Semua indera itu mempunyai andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Atensi atau perhatian adalah pemrosesan secara sadar sejumlah kecil informasi dari sejumlah kecil informasi yang tersedia. Informasi yang didapatkan dari penginderaan, ingatan dan proses kognitif lainnya. Interpretasi adalah proses komunikasi melalui lisan atau gerakan antara dua atau lebih pembicara yang tak dapat menggunakan symbol-simbol yang sama, baik secara stimulant (dikenal sebagai interpretasi simultan) atau berurutan (dikenal sebagai interpretasi berurutan), (Joyce Marcella Laurens,

2004 : 58). Proses terjadinya persepsi dapat dijelaskan sebagai berikut : objek menimbulkan stimulus dan stimulus mengenai alat indera (reseptor). Proses ini merupakan proses fisik. Stimulus yang diterima oleh alat indera diteruskan oleh saraf sensorik ke otak. Proses ini merupakan proses psikologis. Kemudian terjadilah proses di otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu menyadari apa yang dilihat, apa yang didengar atau apa yang diraba. Proses ini adalah proses terakhir dari persepsi dan merupakan persepsi yang sebenarnya.

Respon sebagai akibat dari persepsi dapat diambil oleh individu dengan berbagai macam bentuk. Stimulus mana yang akan mendapatkan respon dari individu tergantung pada perhatian individu yang bersangkutan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi merupakan hasil sebuah proses seleksi, organisasi dan interpretasi (gambaran) yang terstimuli oleh objek melalui indera-indera manusia.

Masyarakat

Ahli sosiologi mengatakan, suatu masyarakat dapat dikatakan apabila anggota-anggota suatu kelompok, dapat hidup bersama sedemikian rupa sehingga merasakan bahwa kelompok tersebut dapat memenuhi kepentingan-kepentingan hidup yang utama pada suatu daerah yang tertentu (Soekanto, 1990 : 162).

Adapun ciri-ciri masyarakat adalah sebagai berikut : terdiri dari beberapa individu dan kelompok, memiliki tempat tinggal dan memenuhi kebutuhan hidup lainnya, hidup berkelompok dan saling berhubungan, memiliki mata pencaharian untuk kelangsungan hidupnya, dan terdapat sebuah pembagian kerja dan memiliki kepercayaan didalamnya.

Komunikasi Massa

Komunikasi massa diadopsi dari istilah bahasa Inggris, *mass communication*, sebagai kependekan dari *mass media communication* (komunikasi media massa). Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang *mass mediated*. Istilah *mass communications* atau *communications* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa (*mass media*) sebagai kependekan dari *media of communication* (Susanto, 1974). Menurut Nurudin (2003:1) komunikasi massa adalah studi ilmiah tentang media massa beserta pesan yang dihasilkan pembaca atau pendengar atau penonton yang akan coba diraihnya dan efeknya terhadap mereka.

Kata massa dalam komunikasi massa dapat diartikan lebih dari sekedar “orang banyak” sebagaimana orang-orang yang sedang mengerumuni penjual obat ditrotoar atau sedang bersama-sama berhenti menanti pintu lintasan kereta api dibuka. Massa disini bukan sekedar orang banyak disuatu lokasi

yang sama. Massa disini kita artikan sebagai "Meliputi semua orang yang menjadi sasaran alat-alat komunikasi massa atau orang pada ujung lain dari saluran" (Berlo, 1960). Massa mengandung pengertian orang banyak. Mereka tidak harus berada dilokasi tertentu yang sama. Mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi, yang dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama.

Pengertian komunikasi massa menurut Mulyana adalah "komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televise) yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang tersebar dibanyak tempat, *anonim* dan *heterogen*". Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara serempak dan selintas (khususnya media elektronik). (Mulyana, 2001 : 75).

Nurudin dalam bukunya yang berjudul pengantar komunikasi massa menyebutkan fungsi-fungsi komunikasi massa yaitu : informasi, persuasif, transmisi budaya, komunikasi massa mempunyai fungsi pengawasan, dan korelasi.

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa baik cetak atau elektronik dan berisi pesan-pesan yang disampaikan secara serempak dan selintas.

Media Massa

Media massa sendiri merupakan "kependekan" dari media komunikasi massa. Media massa lahir untuk menjembatani komunikasi antar massa. Massa adalah masyarakat luas yang *heterogen*, tetapi saling bergantung satu sama lain. Ketergantungan antar massa menjadi penyebab lahirnya media yang mampu menyalurkan hasrat, gagasan dan kepentingan masing-masing agar diketahui dan dipahami oleh orang lain (Pareno, 2005 : 7)

Media yang dimaksud dalam proses komunikasi massa, yaitu media massa yang memiliki ciri khas, mempunyai kemampuan untuk memikat perhatian khalayak secara serempak (*simultaneous*) dan serentak (*instantaneous*).

Menurut Hafied Cangara (2006 : 122) dalam Pengantar Ilmu Komunikasi, 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.

Sebagai alat untuk menyebarkan informasi dan sebagai alat kontrol sosial media mempunyai fungsinya. (Efendy, 2005 : 149) *idealisme* yang melekat kepada media dijabarkan dalam pelaksanaan fungsinya, selain menyiarkan informasi juga mendidik, menghibur dan mempengaruhi.

Dapat disimpulkan bahwa media massa merupakan pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) komunikasi mekanis seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, tabloid, buku, film, internet, dan lain-lain.

Proses Komunikasi

Proses komunikasi merupakan aktivitas yang mendasar bagi manusia sebagai makhluk sosial. Setiap proses komunikasi diawali dengan adanya stimulus yang masuk pada diri individu yang ditangkap melalui panca indera. Stimulus diolah di otak dengan pengetahuan, pengalaman, selera, dan iman yang dimiliki individu. Stimulus tersebut mengalami proses intelektual menjadi informasi. Adapun informasi yang telah dikomunikasikan disebut sebagai pesan.

Schramm mengatakan bahwa untuk berlangsungnya suatu kegiatan komunikasi, minimal diperlukan tiga komponen yaitu *source*, *message*, dan *destination* atau komunikator, pesan, komunikan.

Dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi merupakan proses pemberian atau penyampaian pesan dari komunikator (program acara reality show “Catatan Si Olga”) kepada komunikan (masyarakat yang menonton program acara reality show “Catatan Si Olga”) serta effect yang akan ditimbulkan setelah menyaksikan tayangan tersebut.

Televisi

Televisi berasal dari dua kata yang berbeda asalnya, yaitu *tele* (bahasa yunani) yang berarti jauh, dan *visi* (*videre* berasal dari bahasa latin) yang berarti penglihatan. Dengan demikian televisi yang dalam bahasa inggrisnya *television* diartikan sebagai melihat jauh. Melihat jauh disini diartikan dengan gambar dan suara yang diproduksi di suatu tempat (studio televisi) dapat dilihat dari tempat lain melalui sebuah penerima.

Pengertian televisi menurut Effendy dalam buku kamus komunikasi, (2003 : 361) adalah media komunikasi jarak jauh dengan penayangan gambar dan pendengaran suara, baik melalui kawat maupun secara elektromagnetik tanpa kawat.

Televisi mempunyai tiga fungsi, yakni fungsi penerangan, pendidikan dan hiburan (Effendy 1993, 93).

Dapat disimpulkan bahwa televisi merupakan media yang dapat melihat dari jauh. Melihat dari jauh disini diartikan dengan gambar dan suara yang diproduksi disuatu tempat (studio televisi) dan dapat dilihat dari tempat lain melalui sebuah penerima (televisi set).

Format Acara Televisi

Televisi sebagai salah satu media komunikasi memiliki berbagai ragam bentuk tayangan dengan format yang berlainan. Kajian tentang format acara televisi disertai dengan penelitian agar ada dasar yang kuat digunakan peneliti dalam mengkategorikan tayangan "Catatan Si Olga" dalam salah satu format atau program acara televisi.

Menurut Alvin Toffler, berbagai jenis format atau program acara televisi jumlahnya sangat banyak dan jenisnya, antara lain : program informasi (news), program hiburan (non news), music, pertunjukkan, dan sport.

Program acara yang dijadikan dalam objek penelitian ini adalah "Catatan Si Olga". Melihat dari format dan isi tayangan berdasarkan pendapat Alvin Toffler, maka format ini dapat dikategorikan menjadi format dalam *gameshow* khususnya termasuk dalam *reality show*. Dikatakan sebagai format *reality show* karena berdasarkan dari isi tayangan, mengisahkan realitas sosial kehidupan masyarakat yaitu mengisahkan tentang kalangan menengah kebawah (penghasilan).

Program Reality Show

Reality show adalah salah satu *genre* dalam acara televisi. Dalam Nirmala (2007), dijelaskan bahwa *reality show* berasal dari kata televisi realitas, yaitu program televisi yang menyajikan situasi yang dramatis atau lucu namun tidak menggunakan naskah, merupakan kejadian yang sebenarnya (walau terkadang direncanakan), dan mengutamakan orang biasa dari pada aktor profesional.

Dengan kata lain, *reality show* adalah suatu jenis program televisi yang menayangkan kehidupan seseorang dalam dunia nyata, bukan menampilkan tokoh 'buatan' yang diperankan oleh seorang aktor atau aktris. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan Reiss dan Wiltz (2004) bahwa karakteristik *reality television/reality show* adalah orang biasa (bukan aktor) sebagai karakter utama dalam program tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa *reality show* ialah program yang menayangkan suatu realita kehidupan sosial tanpa dibuat-buat dan berdasarkan kisah nyata yang mana dalam kehidupan sosial masyarakat memiliki perbedaan dari status sosialnya.

S-O-R Theory (Teori S-O-R)

Teori S-O-R sebagai singkatan dari Stimulus – Organism – Response ini semula berasal dari psikologi. Kalau kemudian menjadi juga teori komunikasi, tidak mengherankan, karena objek material dari psikologi dan ilmu 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 komunikan.

Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah :

- a. Pesan (Stimulus, S)
- b. Komunikasi (Organism, O)
- c. Efek (Response, R)

Individual Differences Theory (Teori Perbedaan Individual)

Nama teori yang diketengahkan oleh Melvin D. Defleur (Uchjana 2003 : 275) ini lengkapnya adalah “Individual Differences Theory of Mass Communication Effect”. Jadi teori ini menelaah perbedaan-perbedaan di antara individu-individu sebagai sasaran media massa ketika mereka diterpa sehingga menimbulkan efek-efek tertentu.

Menurut teori ini individu-individu sebagai anggota khalayak sasaran media massa secara selektif, menaruh perhatian kepada pesan-pesan, terutama jika berkaitan dengan kepentingannya, konsisten dengan sikap-sikapnya, sesuai dengan kepercayaannya yang didukung oleh nilai-nilainya. Tanggapannya terhadap pesan-pesan tersebut diubah oleh tatanan psikologisnya. Jadi, efek media massa pada khalayak massa itu tidak seragam, melainkan beragam disebabkan secara individual berbeda satu sama lain dalam struktur kejiwaannya.

Oleh karena terdapat perbedaan individual pada setiap pribadi anggota khalayak, maka secara alamiah dapat diduga akan muncul efek yang bervariasi sesuai dengan perbedaan individual itu.

Metode Penelitian

Metode dalam artikel ini adalah deskriptif kualitatif

Hasil Penelitian

Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, bahwa yang menjadi fokus penelitian ini adalah Persepsi Masyarakat tentang Program Acara *Reality Show* “Catatan Si Olga” di Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda dengan beberapa indikator dari penelitian yang telah dikemukakan oleh penulis pada bab sebelumnya. Maka berikut dibawah ini dapat dilihat mengenai penyajian data yang telah diperoleh di lapangan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, Persepsi Masyarakat meliputi :

Persepsi

Dalam mempersepsikan sesuatu, perlu diperhatikan hal-hal yang melibatkan

persepsi yakni sensasi (penginderaan), *attention* (perhatian). *ekspektasi*, motivasi dan memori.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada warga Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda dapat disimpulkan bahwa acara "Catatan Si Olga" memiliki nilai yang bermanfaat bagi penonton/audiens yang melihatnya, karena acara tersebut *real* artinya hal tersebut nyata terjadi disekeliling kita. Dari persepsi masyarakat bahwa tayangan ini dapat membuat orang lain tersentuh hatinya dengan melihat keadaan masyarakat yang tidak mampu yang serba kekurangan untuk bertahan hidup.

Sensasi

Berdasarkan penelitian, sensasi disini ditunjukkan kepada audiens yang pernah menonton acara *reality show* "Catatan Si Olga", sehingga audiens dapat mengetahui alur cerita yang terdapat dalam acara tersebut sesuai dengan apa yang mereka ketahui. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa audiens dapat mendeskripsikan acara *reality show* "Catatan Si Olga" sesuai dengan apa yang mereka lihat dalam tayangan tersebut.

Attention

Berdasarkan penelitian, perhatian disini merupakan proses pemusatan atau konsentrasi pada audiens terhadap suatu objek yang mereka lihat dalam hal ini adalah tayangan program acara *reality show* "Catatan Si Olga". Dari hasil wawancara yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Olga sebagai pembawa acara dalam tayangan tersebut dengan pembawaannya yang dapat membuat orang lain terharu melihatnya, membuat acara ini menarik untuk ditayangkan.

Ekspektasi

Berdasarkan penelitian, ekspektasi dalam program acara *reality show* "Catatan Si Olga" bertujuan untuk memberikan makna kehidupan yang bermanfaat bagi audiens agar penonton bisa merasakan kesusahan hidup orang lain. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa acara *reality show* "Catatan Si Olga" ini selain memberikan makna yang positif dengan memberikan sejumlah informasi tentang kehidupan masyarakat yang tidak mampu, juga berfungsi sebagai wadah untuk beramal melalui sedekah yang diberikan kepada masyarakat yang menonton acara tersebut seperti dana, sembako, pakaian dan lain-lain melalui media telekomunikasi dengan harapan dapat meringankan beban mereka.

Motivasi

Berdasarkan penelitian, motivasi dalam program acara *reality show* “Catatan Si Olga” bertujuan untuk memotivasi para penonton agar dalam memenuhi kebutuhan hidupnya perlu memiliki sikap pekerja keras sehingga kebutuhannya dapat terpenuhi serta tidak bergantung kepada orang lain seperti meminta-minta (pengemis) diberbagai tempat. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa acara ini memberikan pesan-pesan moral dimana dalam tayangan tersebut mengajarkan kita untuk melihat bagaimana kehidupan orang lain yang tetap bisa bertahan hidup dalam keterbatasan mereka. Acara ini memberikan efek yang positif bagi siapapun yang melihat sehingga acara ini menarik untuk ditayangkan.

Memori

Berdasarkan penelitian, memori dalam program acara *reality show* “Catatan Si Olga” bertujuan agar audiens dapat mengingat-ingat kembali apa saja yang disajikan dari acara itu sehingga mereka dapat mempersepsikan bagaimana isi tayangan tersebut. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa dalam mempersepsikan sesuatu atau menanggapi sesuatu, kita harus melihat acara ini bukan hanya sekali perlu tetapi perlu adanya perulangan sehingga kita dapat memahami alur cerita acara tersebut.

Model S-O-R

Stimulus

Dalam *reality show* “Catatan Si Olga” di Antv, setelah menerima stimulus atau pesan yang berupa informasi atau pesan tersebut maka dengan perhatian, pengertian dan penerimaan dari berlangsungnya proses komunikasi, komunikasi memberikan efek yang terakhir dari informasi yang disampaikan. Kemampuan komunikasi dalam memahami informasi dalam *reality show* “Catatan Si Olga” akan dapat membawa perubahan kepada diri komunikasi. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa isi atau pesan dalam acara tersebut dapat memberikan rangsangan bagi penonton sehingga dapat mempersepsikan isi acara secara keseluruhan.

Organism

Komunikasi dalam *reality show* “Catatan Si Olga” di Antv ini yakni penonton atau audiens yang menonton acara tersebut (warga Kelurahan Gunung Lingai yang dijumpai dan pernah menonton acara tersebut). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa setiap komunikasi dalam memberikan persepsinya masing-masing berbeda tergantung dari pemaknaan mereka melihat isi acara tersebut.

Respons

Respons penonton atau audiens yang menonton acara *reality show* "Catatan Si Olga" akan menimbulkan reaksi tergantung dari stimulus yang mereka terima. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa isi acara tersebut dapat memberikan efek positif bagi audiens yang menonton acara tersebut dan memiliki rasa ingin membantu serta peduli terhadap sesama.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat tentang Program Acara *Reality Show* "Catatan Si Olga" di Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 6 orang yang sesuai dengan kriteria-kriteria penelitian di daerah Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda.

Jumlah pertanyaan yang digunakan pada wawancara penelitian ini berjumlah 11 pertanyaan. Pada penelitian ini masalah yang akan dibahas adalah persepsi masyarakat tentang Program Acara *Reality Show* "Catatan Si Olga" di Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda.

Dari hasil penelitian yang telah disajikan sebelumnya, dapat diketahui bahwa dalam hubungannya dengan media dan persepsi, pengamatan, tanggapan dan penilaian terhadap apa yang didengar, dilihat dan dirasakan oleh panca indra, kemudian memberikan makna tentang apa yang telah menjadi kesimpulan dari pesan yang diterima. Penilaian atau tanggapan itu, bisa bersifat baik atau buruk sesuai dengan pesan yang diterima. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang dinyatakan Jalaluddin Rakhmat dalam buku psikologi komunikasi (2009) persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Rakhmat, 2009).

Berdasarkan teori perbedaan individual (*individual differences theory*), menunjukkan bahwa pada dasarnya setiap individu dalam menerima stimuli atau informasi, mereka memiliki penilaian yang berbeda-beda dalam menanggapi rangsangan tersebut. Hal ini disebabkan karena setiap individu memiliki karakter yang berbeda satu dengan yang lain. Pada program acara *reality show* "Catatan Si Olga" ini, warga Gunung Lingai yang menjadi sampel dalam penelitian ini mengungkapkan tanggapannya yang masing-masing memiliki penilaian yang tidak sama pada stimuli yang sama yakni informasi serta hiburan yang diberikan oleh acara tersebut. Banyak warga yang menganggap bahwa acara tersebut baik untuk ditayangkan dan dikonsumsi oleh penonton namun ada pula yang menganggap bahwa acara itu biasa saja karena sudah menjadi hal yang biasa dan sering dijumpai oleh masyarakat di lingkungan sekitar tempat mereka tinggal.

Menurut teori Gestalt, bila kita mempersepsikan sesuatu, kita mempersepsinya sebagai suatu keseluruhan, kita tidak hanya melihat bagian-bagiannya kemudian menghimpunnya. Begitu juga persepsi masyarakat

tentang program acara *reality show* “Catatan Si Olga”, masyarakat Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda tidak bisa hanya mempersepsikan sebagian dari yang mereka ketahui saja, tidak hanya isi acara tetapi persepsi yang bersifat keseluruhan, barulah didapat persepsi yang sesungguhnya tentang program acara *reality show* “Catatan Si Olga” di Antv. Dari hasil penelitian dan pengamatan yang peneliti lakukan pada 6 responden yang telah menonton program acara *reality show* “Catatan Si Olga” di Antv secara keseluruhan menunjukkan bahwa persepsi di masyarakat Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda Cukup Baik terhadap acara tersebut sebagai media informasi dan hiburan.

Analisis Kritis

Segi Acara

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan, dapat diperoleh gambaran yakni ditinjau dari segi program acara, acara *reality show* “Catatan Si Olga” di Antv memiliki konsep yang memadukan antara *reality* dan komedi. Berdasarkan data yang diperoleh dari media internet (www.ratting_catatansiolga.htm), menunjukkan bahwa program acara *reality show* “Catatan Si Olga” merupakan program acara dengan rating ke-2 urutan tertinggi di antara program acara yang dimiliki Antv. Hal ini berarti program acara tersebut dapat dikatakan menarik sesuai rating yang disandang oleh program tersebut. Acara *reality show* “Catatan Si Olga” yang diproduksi oleh Suwandi beserta tim kreatif yakni tim PIDI Project memberikan efek yang bermanfaat, baik dari segi masyarakat yang dibantu Olga dalam acara tersebut dan masyarakat yang menonton tayangan itu. Banyak acara *reality show* yang pernah hadir sebelum *reality show* “Catatan Si Olga ini” yang mengemas sebuah pesan yang sama, tetapi perpaduan antara komedi dan *reality show* baru tayangan ini yang memiliki variasi penayangan yang berbeda dari *reality show* yang lainnya.

Segi Persepsi Masyarakat

Setelah penulis melakukan penelitian pada warga di daerah Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda, dapat disimpulkan bahwa tanggapan mereka setelah mereka menonton acara tersebut sudah cukup baik. Acara *reality show* “Catatan Si Olga” menjadi salah satu kebutuhan masyarakat yakni dalam hal informasi dan hiburan kepada penonton. Selain itu, acara ini memberikan stimuli atau pesan yang diterima oleh penonton kemudian diproses sehingga menghasilkan interpretasi yang berbeda-beda. Seseorang memiliki rasa ingin tahu, dari proses tersebut seseorang dapat mempersepsikan stimuli yang dia tangkap, oleh karenanya

dalam hal ini masyarakat mengerti, menata dan menduga serta memahami stimuli yang diterima dari acara tersebut. Dalam pemilihan acara, seseorang mampu menilai dan menyeleksi acara-acara yang baik serta memberikan pesan yang bermanfaat bagi penikmat acara televisi. Acara tersebut dapat diterima oleh masyarakat sebagai kebutuhan akan informasi dan hiburan mereka karena mengandung nilai kemanusiaan yang baik bagi kelangsungan hidup mereka dan dari acara tersebut dapat memberikan gambaran hidup orang lain yang mengalami kesusahan dan biasanya hal tersebut terjadi disekeliling kita. Acara tersebut sangat memotivasi serta banyak pesan-pesan moral yang berisikan nilai-nilai kemanusiaan yang mana setiap kehidupan masyarakat perlu adanya saling bantu dan saling berbagi terhadap mereka yang kesusahan. Sebagian yang telah menonton acara tersebut merasakan bahwa hati dapat tersentuh bila melihat acara itu bukan saja orang yang tidak mampu yang dibantu pada acara tersebut tetapi masyarakat yang memiliki penyakit yang membutuhkan biaya yang cukup banyak, sedangkan adapun yang mengatakan bahwa setelah melihat acara itu, tidak ada perubahan yang begitu berarti atau bisa dikatakan hal tersebut biasa-biasa saja dan hal tersebut tergantung siapa saja yang melihat, menilai dan memaknai isi tayangan tersebut.

Kesimpulan

Dilihat dari hasil penelitian mengenai persepsi masyarakat tentang program acara *reality show* "Catatan Si Olga" di Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda dapat disimpulkan bahwa pada masyarakat Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang juga tak bisa lepas dari kegiatan media massa terutama media televisi. Masyarakat daerah Kelurahan Gunung Lingai yang mayoritas penduduknya adalah pegawai swasta sangat membutuhkan media informasi dan hiburan dilingkungan hidup mereka. Program acara *reality show* "Catatan Si Olga" telah mampu menjadi obat penawar kebutuhan masyarakat khususnya dalam hiburan. Sebagai program acara yang telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat daerah Kelurahan Gunung Lingai, tentu hal ini menimbulkan persepsi di masyarakat akan program acara tersebut. Melalui suatu hal yang bisa dilihat seperti isi acara keseluruhan, pesan apa yang disajikan serta pembawa acaranya, semua tidak terlepas dari penilaian dan tanggapan masyarakat. Program acara ini telah mampu membuat persepsi yang "Cukup Baik" di masyarakat Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda.

Daftar Pustaka

Sumber buku

- Azwar, Saifuddin. 2002. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Bungin, Burhan. 2009. *Sosiologi komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 1998. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- Moleong, L. J,2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Morrisan. M.A. 2005. *Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Ramdina Prakarsa.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Metode Penelitian : Public Relations & Komunikasi*. Jakarta : Pt. Raja Grafindo Persada
- Soekanto, Soejono, 1990 . *Sosiologi*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sugiyono, 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif R & D*. Bandung : Alfabeta
- Wiryanto. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004.

Sumber lain

- http://tvguide.co.id/program_acara_rutin/catatan-si-olga-antv (diakses 17/10/2012)
- <http://semangat-cari-ilmu.blogspot.com/2009/10/peran-dan-fungsi-televisi-sebagai-media.html>(diakses 25/10/2012)
- <http://liladisini.wordpress.com/2011/05/22/komunikasi-dalam-mediassa/>(diakses 30/10/2012)
- <http://www.library.upnvj.ac.id/pdf/2s1komunikasi/205612060/bab2.pdf>(diakses 30/10/2012)
- <http://www.library.upnvj.ac.id/pdf/2s1komunikasi/205612024/bab2.pdf>(diakses 30/10/2012)
- <http://www.library.upnvj.ac.id/pdf/s1fisip09/204612029/bab2.pdf>(diakses 1/11/2012)
- <http://id.shvoong.com/socialsciences/communicationmediastudies/2205903-fungsi-televisi/> (diakses 1/11/2012)

<http://digilib.sunanampel.ac.id/files/disk1/148/hubptain-gdl-halimatuss-7381-4-bab3.pdf>(diakses 5/11/2012)

<http://www.scribd.com/doc/91193381/Tugaspersentasi1>(diakses5/11/2012)

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/14814/1/10E00125.pdf>
(diakses 7/11/2012).

<http://zumrohhasanah.wordpress.com/2010/07/06/makalah-perubahan-perilaku-sebagai-dampak-adanya-promosikesehatan/>(diakses7/11/2012).

<http://blog.okkypedia.com/2011/01/beberapa-hal-yangmempengaruhi.html>
(diakses 23/01/2013).

<http://www.duniapsikologi.com/pengertian-motivasi/>(diakses 23/01/2013).

<http://id.shvoong.com/socialsciences/communicationmediastudies/2186960teoristimulusorganismresponse/#ixzz2JSL98DDw>(diakses30/01/2013)

Dokumen-dokumen

Monografi Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda.
