

PERSEPSI REMAJA TENTANG KOMUNIKASI VERBAL DALAM TAYANGAN INDONESIA LAWAK KLUB (ILK) DI KELURAHAN GUNUNG LINGAI KECAMATAN SUNGAI PINANG SAMARINDA

Abdul Wahid

Abstrak

Abdul Wahid, 2014, Persepsi Remaja Tentang Komunikasi Verbal dalam Tayangan Indonesia Lawak Klub (ILK) Di Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda, di bawah bimbingan Ibu Inda Fitriyarini, S.Sos., M.Si dan Bapak Lutfi Wahyudi, S.Sos., M.Si. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi remaja tentang program acara Indonesia Lawak Klub di Trans7 yang didalamnya mengandung unsur hiburan dan pesan moral bagi remaja. 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 sifat-sifat serta hubungan yang diselidiki. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik wawancara kepada remaja yang memenuhi kriteria-kriteria tujuan penelitian untuk memenuhi persepsi mereka tentang program acara tersebut, serta mencari data dari berbagai tulisan artikel, buku-buku dan internet. Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2014 sampai November 2014. Hasil penelitian diperoleh gambaran yaitu persepsi Remaja di Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda masing-masing memiliki tanggapan yang berbeda terhadap program tayangan Indonesia Lawak Klub di Trans7. Dan dari hasil penelitian dari 30 remaja kelurahan gunung lingai di ambil kesimpulan bahwa 93,33% remaja mengatakan komunikasi verbal dalam tayangan ILK adalah baik dan 6,67% remaja mengatakan tidak baik, jadi peneliti menarik kesimpulan bahwa komunikasi verbal dalam tayangan Indonesia Lawak Klub adalah Baik. Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah bahwa remaja tentang tayangan Indonesia Lawak Klub (ILK) memiliki nilai pesan moral yang ditujukan dengan penayangan yang bersifat menghibur kepada remaja/audiens untuk dapat menghibur dan memberi pesan yang baik. Program acara ini telah mampu membuat persepsi yang baik dan mampu memberikan pesan yang baik bagi remaja walaupun dikemas dengan humor yang mampu menarik perhatian pada remaja Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda.

Kata Kunci : *Persepsi remaja tentang komunikasi verbal tayangan indonesia lawak klub.*

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: wahidbca99@gmailcom

Pendahuluan

Persepsi mempunyai peranan yang sangat besar pada suatu proses penafsiran pengorganisasian melalui pola stimuli yang disampaikan komunikasi kedalam sebuah interaksi sosial. Khususnya dalam hal ini ialah dengan memberikan sebuah arti terhadap komunikasi verbal seorang individu/masa kepada lingkungannya. Salah satu persepsi yang ingin dibahas dalam konteks ini ialah tentang persepsi remaja kelurahan gunung lingai tentang komunikasi verbal dalam penayangan Indonesia Lawak Klub.

Seiring derasnya perkembangan teknologi yang pesat membuat masyarakat dunia merasa termanjakan akan hal-hal yang berbau informasi maupun tayangan-tayangan beraneka ragam yang disajikan oleh beberapa manajemen pertelevisian. Seakan tak pernah berhenti, berbagai tayangan dapat hampir kita lihat disetiap layar kaca baik di rumah pribadi, perkantoran, dan tempat umum lainnya.

Berdasarkan pada Undang-Undang Penyiaran pasal 36 ayat 4 dan 5 tentang : “Isi siaran wajib dijaga netralitasnya dan tidak boleh mengutamakan kepentingan golongan tertentu dan isi siaran dilarang : a. bersifat fitnah, menghasut, menyesatkan atau bohong; b. menonjolkan unsur kekerasan, cabul, perjudian, penyalahgunaan narkotika dan obat terlarang; atau c. mempertentangkan suku, agama, ras, dan antar golongan. Hal di atas menunjukkan bahwa ada batasan-batasan dalam setiap penayangan acara televisi dan hal-hal yang perlu diperhatikan dalam penyiaran baik itu komunikasi verbal dan non verbal, komunikasi media, bahkan simbol-simbol sebagai lambang penyampaian pesan informasi tersebut.

Komedi sering kali menjadi salah satu pilihan hiburan bagi orang-orang untuk sekedar melepas stress dan penat, karena dengan melihat komedi, ataupun lelucon, kita bisa tertawa untuk melunturkan perasaan stres tersebut. Dewasa ini tayangan yang sifatnya menghibur, kocak, dan menegangkan sangat di gandrungi oleh masyarakat.

Trans7 rupa-rupanya melihat adanya peluang membobol pakem lawakan yang sudah tidak lucu lagi semacam itu. Kini mereka coba menawarkan sesuatu yang berbeda. Mereka coba menampilkan sesuatu yang lain. Boleh dibilang yang pertama di Indonesia. Apa itu? Itulah Indonesia Lawak Klub (ILK).

ILK sebuah program lawak yang disiarkan oleh Trans7. Konsep acara ini adalah mempertemukan para pelawak di Indonesia dan bergabung dalam satu forum diskusi dan membahas sebuah topik yang tengah menjadi isu terkini. Orang-orang yang biasanya melawak itu berkolaborasi membicarakan suatu masalah dan berusaha untuk memberikan solusi dengan versi yang menghibur. Acara ini merupakan parodi dari program diskusi Indonesia Lawyers Club yang disiarkan di tvOne.

Menurut sang produser ILK Ucok Ramadhani, acara ini sebetulnya dibuat sebagai bentuk parody tayangan Indonesia Lawyers Club (ILC) di TVOne. Beberapa panelis dan narasumber dihadirkan untuk membahas satu tema. Akan tetapi yang ditampilkan adalah dalam bentuk komedi. Lantas mereka dapat

berimprovisasi sebisa mungkin untuk menghidupkan acara, dan menjadi semacam thermostat (pengatur) suhu lawakan yang ditampilkan.

Dalam satu episode, ILK mengumpulkan sekaligus banyak pelawak, bisa 8-10 komedian dari berbagai genre dan usia. ILK yang digawangi Denny Chandra sebagai host ini didukung penuh oleh si Komeng dan Cak Lontong, yang kayaknya sudah menjadi 'pemain tetap' di ILK. Di samping itu ada juga Fitri Tropica (Fitrop), Rico Ceper, Jarwo Kwat, Cici Panda (Cipan), sering juga diundang si Budi Anduk, Marwoto, dan Akbar. Para komedian yang diundang untuk tampil itu tidak sembarangan. Mereka semua adalah pelawak yang memiliki karakter, cerdas, dan berbeda tentunya memiliki karisma masing-masing.

Tim kreatif ILK kelihatannya berupaya untuk mendatangkan pelawak-pelawak dari berbagai generasi. Dan ILK ini sudah semestinya dijadikan bukan hanya sekedar program komedi biasa. Setiap pemain dituntut mampu mendekonstruksi sebuah masalah yang dijadikan tema. Semuanya harus mengalir normal, tanpa diatur-atur, dan dilakukan dengan cara pintar supaya semua guyonan serta kekocakan yang dihasilkan terlihat wajar namun tetap cerdas, serta berbobot. Tawa di acara tersebut, mengutip apa yang dikatakan Cak Lontong, dihasilkan dari "Mikir!"

Berikut data yang saya dapatkan seputar perubahan jam tayang Indonesia Lawak Klub dari waktu ke waktu.

Pada awalnya acara Indonesia Lawak Klub di tayangkan pada tanggal 27-10-2013 pada hari senin sampai hari jum'at jam 21.50 WIB. Namun sejak awal kehadirannya acara tv ini berubah jam tayang pada tanggal 08-12-2013 menjadi pukul 19.00 WIB dan hanya tayang pada malam minggu.

Tanggal 08-4-2014 jam tayang acara ILK pun berganti kembali dan di tayangkan pada hari senin sampai jum'at pada pukul 21.45 WIB. Tidak lama kemudian setelah lewat satu minggu tepatnya pada tanggal acara hiburan ini mengalami sedikit perubahan durasi, yang tadinya 1,5 jam menjadi 2 jam durasi tayangnya hingga sekarang.

Satu hal yang menjadi ciri khas lawakan dari ILK adalah dengan permainan kata-kata atau dengan komunikasi verbal dalam bentuk mengejek lawan mainnya dan materi-materi yang dibawakan juga sering di buat selalu dengan lelucon serta membuat para penonton harus berfikir dan membuat semua orang tertawa, acara dengan konsep seperti ILK diperbanyak durasi dan programnya di setiap stasiun televisi. Sebab muatan hiburan, pesan mora, juga pendidikan ada didalamnya. Setiap akhir diskusi di ILK pasti ada Kang Maman sebagai notulen untuk memberikan kesimpulan yang syarat akan pesan moral dan solusi yang logis. Pesan humor kadang memang lebih mengena daripada sebuah nasihat yang serius. Dan media televisi sebagai alternatif alat untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas, inilah yang melatar belakangi penulis untuk melakukan penelitian ini guna mengetahui lebih jauh bagaimana komunikasi verbal tersebut dalam persepsi remaja Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda.

Kerangka Dasar Teori

Teori Uses and Gratifications

Herbert Blumer dan Elihu Katz adalah orang yang pertama mengenalkan teori ini. Teori uses and gratifications (kegunaan dan kepuasan) ini dikenalkan pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communications : Current perspectives on Gratification Research*. Teori Uses and Gratifications milik Blumer dan Katz ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori Uses and Gratifications mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.

Pengertian persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. (Psikologi Komunikasi, 2007:51).

Sifat-sifat Persepsi

Persepsi terjadi di dalam benak individu yang mempersepsi, bukan di dalam objek dan selalu merupakan pengetahuan tentang penampakan. Maka apa yang mudah bagi kita, boleh jadi tidak mudah bagi orang lain, atau apa yang jelas bagi orang lain mungkin terasa membingungkan bagi kita. Dalam konteks inilah kita perlu memahami intrapribadi dari komunikasi antarpribadi dengan melihat lebih jauh sifat-sifat perspektif.

Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Persepsi ditentukan oleh factor personal dan factor situasional. David Krech dan Richard S. Crutchfield (1997:235) menyebut sebagai faktor fungsional dan faktor struktural. Dalam buku psikologi komunikasi yang dikarang oleh Jalaluddin Rakhmat, memiliki pengalaman yang hampir sama mengenai proses persepsi. Mengemukakan bahwa persepsi dipengaruhi beberapa unsur, antara lain seleksi, organisasi dan interpretasi. Seleksi mencakup penginderaan (sensasi) melalui alat-alat atau panca indera (mata, telinga, hidung, kulit dan lidah) dan atensi. Sedangkan organisasi berkaitan dengan bagaimana mengelola rangsangan satu dengan rangsangan lain agar menjadi satu kesatuan yang bermakna. Dan interpretasi merupakan tahap terpenting dari persepsi, yaitu menafsirkan atau memberi makna atau informasi yang diterima melalui panca indera.

Sifat-sifat Persepsi

Persepsi terjadi di dalam benak individu yang mempersepsi, bukan di dalam objek dan selalu merupakan pengetahuan tentang penampakan. Maka apa yang mudah bagi kita, boleh jadi tidak mudah bagi orang lain, atau apa yang jelas bagi

orang lain mungkin terasa membingungkan bagi kita. Dalam konteks inilah kita perlu memahami intrapribadi dari komunikasi antarpribadi dengan melihat lebih jauh sifat-sifat perspektif.

Pertama, persepsi adalah pengalaman. Untuk mengartikan makna dari seseorang, objek atau peristiwa, kita harus memiliki dasar/basis untuk melakukan interpretasi. Dasar ini biasanya kita temukan pada pengalaman masa lalu kita dengan orang atau peristiwa tersebut, atau dengan hal-hal yang menyerupainya. Tanpa landasan pengalaman sebagai pembanding tidak mungkin untuk memprestasikan suatu makna, sebab ini akan membawa kita pada suatu kebingungan.

Kedua, persepsi adalah selektif. Ketika mempersepsikan hanya bagian-bagian tertentu dari suatu objek atau orang. Dengan kata lain, kita melakukan seleksi hanya pada karakteristik tertentu dari objek-objek persepsi kita dan mengabaikan yang lain. dalam hal ini biasanya kita mempersepsikan apa yang kita “inginkan” atas dasar sikap, nilai, dan keyakinan yang ada dalam diri kita dan mengabaikan karakteristik yang telah relevan atau berlawanan dengan nilai keyakinan tersebut.

Ketiga, persepsi adalah penyimpulan atau proses psikologis dari persepsi mencakup penarikan kesimpulan melalui suatu proses induksi secara logis. Interpretasi yang dihasilkan melalui persepsi pada dasarnya adalah penyimpulan atas informasi yang tidak lengkap. Dengan kata lain, mempersepsikan makna adalah melompat kepada suatu kesimpulan yang tidak sepenuhnya didasarkan atas data yang dapat ditangkap oleh panca indera. Sifat ini saling mengisi dengan sifat kedua. Pada sifat kedua persepsi hanya selektif, karena keterbatasan kapasitas otak. Melalui penyimpulan ini kita berusaha untuk mendapatkan gambar yang lebih lengkap mengenai objek yang kita persepsikan atas dasar sebagian karakteristik dari objek tersebut.

Keempat, persepsi tidak akurat. Setiap persepsi yang kita lakukan, akan mengandung kesalahan dalam kadar tertentu. Hal ini antara lain disebabkan oleh pengaruh pengalaman masa lalu, selektifitas, dan penyimpulan. Biasanya ketidakakuratan ini terjadi karena penyimpulan yang terlalu mudah, atau menyamaratakan. Adalalanya persepsi tidak akurat karena orang menganggap sama, sesuatu yang sebenarnya hanya mirip dan semakin tidak akurat persepsinya.

Kelima, persepsi adalah evaluative. Persepsi tidak akan objektif, karena kita melakukan interpretasi berdasarkan pengalaman dan merefleksikan sikap, nilai dan keyakinan pribadi yang digunakan untuk memberi makna pada objek persepsi. Karena persepsi merupakan proses kognitif psikologis yang ada di dalam diri kita, maka bersifat subjektif. Fiser mengemukakan bahwa persepsi bukan hanya merupakan proses intrapribadi tetapi juga sesuatu yang sangat pribadi, dan tidak terhindarkannya keterlibatan pribadi dalam tindak persepsi menyebabkan persepsi sangat subjektif.

Suatu hal yang tidak terpisahkan dari interpretasi subjektif adalah proses evaluasi. Rasanya hamper tidak mungkin kita memprestasi suatu objek tanpa mempresepsi balik pula baik atau buruknya objek tersebut. Adalah sangat langka kita dapat mepersepsikan sesuatu secara penuhnya netral.(Fajar, 2009 :150).

Proses Terjadinya Persepsi

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.

Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bitner (Rakhmat, 2003:188), yakni : komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (masscommunication is message communicated through a mass medium to a large number of people). Dari definisi inilah diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media.

Efek Komunikasi Massa

Carl I Hovland dan Deffleur secara terpisah menyebutkan bahwa efek atau dampak yang timbul oleh komunikasi massa dapat dilihat dari perubahan yang terjadi pada diri khalayak pada umumnya, dibedakan dalam :

- a. Efek Kognitif
- b. Efek Afeksi
- c. Efek Behavior

Media Komunikasi Massa

Dalam bukunya Hafied Cangara yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi (2006 : 21-27) menjelaskan jika khalayak tersebar tanpa diketahui di mana mereka berada, maka biasanya digunakan media massa. Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalalyak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.

Televisi

Menurut Effendy (1989:361) television atau televisi merupakan media jarak jauh dengan menayangkan gambar dengan pendengaran suara, baik melalui kawat maupun secara elektro magnetic tanpa kawat.

Komunikasi

Komunikasi menurut Hovland, Jenis, dan Kelly (1953:12) berarti sebuah proses dimana seorang individu sebagai komunikator menyampaikan stimulant yang biasanya verbal untuk mengubah perilaku orang lainnya. Dan Raymond S. Ross (1974:b7) mendefinisikan komunikasi ssebagai proses transaksional yang meliputi pemisah, dan pemilihan bersama lambing secara kognitif, begitu rupa sehingga membantu orang lain untuk mengeluarkan pengalamannya sendiri arti atau respons yang sama dengan yang dimaksud oleh sumber. Kata komunikasi sendiri dipergunakan :

1. Sebagai proses
2. Sebagai pesan
3. Sebagai Pengaruh

Komunikasi menurut, Wikipedia Indonesia, Ensiklopedia bebas berbahasa Indonesia, adalah proses penyampaian pesan (ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi diantara keduanya. Pada umumnya, komunikasi dilakukan dengan menggunakan kata-kata (lisan) yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. (Fajar, 2009 : 111).

Verbal

Verbal adalah pernyataan lisan antara manusia lewat kata-kata dan simbol umum yang sudah disepakati antar individu, kelompok, bangsa dan Negara. Jadi definisi verbal dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang menggunakan kata-kata secara lisan dengan secara sadar dilakukan oleh manusia untuk berhubungan dengan manusia lain. Dasar komunikasi verbal adalah interaksi antara manusia. Dan menjadi salah satu cara bagi manusia berkommunikasi secara lisan atau bertatapapan dengan manusia lain, sebagai sarana utama menyatukan pikiran, perasaan dan maksud kita. (Dedy Mulyana, 2005) bahasa verbal menggunakan kata-kata yang mempresentasikan berbagai aspek realitas individu kita.

Komunikasi Verbal

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal (Deddy Mulyana,2005). Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. Jalaludin Rakhmat (1994), mendefinisikan bahasa secara fungsional dan formal. Secara fungsional, bahasa diartikan sebagai alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan gagasan. Ia menekankan dimiliki bersama, karena bahasa yang dapat dipahami bila ada kesepakatan di antara

anggota-anggota kelompok sosial untuk menggunakannya. Secara formal, bahasa diartikan sebagai semua kalimat yang terbayangkan, yang dapat dibuat peraturan tata bahasa. Setiap bahasa mempunyai peraturan bagaimana kata-kata harus disusun dan dirangkaikan supaya memberi arti.

Penayangan

Dalam struktur masyarakat, media massa merupakan salah satu subsistem yang memiliki fungsi mediasi. Letlejohn (2002) menyebutkan, organisasi media mendistribusikan pesan yang mempengaruhi dan merefleksikan budaya masyarakat, dan menyajikan informasi secara simultan pada khalayak heterogen yang luas. Kewajiban ini menjadikan media sebagai bagian dari kekuatan institusional masyarakat.

Hiburan

Fungsi hiburan untuk media elektronik menduduki posisi paling tinggi dibandingkan dengan fungsi – fungsi lain. Masalahnya, masyarakat kita masid menjadikan televisi sebagai media hiburan. Dalam sebuah keluarga, televisi bisa sebagai perekat keintiman keluarga itu karena masing-masing anggota keluarga mempunyai kesibukan sendiri-sendiri, misalnya suami dan istri kerja seharian sedangkan anak-anak sekolah. Setelah kelelahan dengan aktifitasnya masing-masing, ketika malam hari berada di rumah, kemungkinan besar mereka menjadikan televisi sebagai media hiburan sekaligus sarana untuk berkumpul bersama keluarga. Hal ini mendudukan televisi sebagai alat utama hiburan (untuk melepas lelah). Acara hiburan juga dianggap sebagai perekat keluarga karena dapat ditonton bersama-sama sambil bercanda. (Nurudin, 2007 : 69)

Remaja

Menurut Stanley Hall (Panuju dan Umami, 1999 : 20), dalam teorinya mengenai masa remaja berbeda dengan Sarlito, ia mengemukakan bahwa masa remaja ialah neotivitas atau masa kelahiran kembali karena, masa ini timbul fungsi-fungsi baru yang belum pernah timbul pada masa sebelumnya. Diantaranya timbulnya dorongan-dorongan seksual seperti adanya keinginan mendekati lawan jenis, inilah yang disebut merupakan fungsi baru yang sangat menonjol.

Masa remaja menurut Mappire (1982,2006 : 9), “masa remaja berlangsung antara umur 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi wanita dan 13 tahun sampai 22 tahun bagi pria”. Rentang usia remaja ini dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu 12 atau 13 tahun sampai 17 atau 18 tahun adalah remaja awal dan usia 17 atau 18 tahun sampai 21 atau 22 tahun adalah remaja akhir”. Menurut Mohamad Ali (2006 : 9), remaja dalam bahasa aslinya adolescence yang berasal dari bahasa latin adolscere yang artinya “tumbuh atau tumbuh untuk mencapai kematangan”. Bangsa primitif dan orang-orang purbakala memandang masa

pubertas atau masa remaja tidak berbeda dengan periode lain dalam rentang kehidupan. Anak dianggap sudah dewasa apabila sudah mampu bereproduksi.

Salzman (2009 : 184) “mengemukakan, bahwa remaja merupakan masa perkembangan sikap tergantung (dependence) terhadap orang tua kearah kemandirian (independence),minat-minat seksual, perenungan diri dan perhatian terhadap nilai-nilai estetika dan isu-isu moral”.

Dari pengertian diatas jelas bahwa masa remaja adalah masa bergejolaknya bermacam-macam perasaan yang kadang-kadang bertentangan antara satu dengan yang lainnya.

Teori S-O-R

Teori S-O-R sebagai singkatan dari Stimulus-Organism-Response ini semula berasal dari psikologi. Jika kemudian menjadi teori komunikasi, tidaklah 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.

Teori Individual Differences Theory(Teori Perbedaan Individu)

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

Metode penelitian

Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif

Fokus penelitian

Persepsi remaja tentang komunikasi verbal dalam tayangan Indonesia Lawak Klub di Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda ini difokuskan pada:

A. Persepsi meliputi :

- a. Sensasi
- b. Atensi atau perhatian
- c. Ekspektasi
- d. Motivasi

B. Model S-O-R

- a. Stimulus
- b. Organisme
- c. Respons

Sumber data

Untuk memperoleh data primer peneliti memilih beberapa orang remaja yang terlibat langsung atau yang pernah menonton program tayangan Indonesia Lawak Klub (ILK) di Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang.

Jenis data dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer
2. Data Skunder

Teknik pengumpulan data

- a. Penelitian lapangan berupa Wawancara
- b. Obserasi
- c. Kuesioner
- d. Penelitian Kepustakaan

Teknik analisis data

Teknik analisis yang digunakan model interaktif Miles dan Huberman yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan

Hasil dan pembahasan

Pada bagian ini akan disajikan hasil penelitian yang di dapatkan dari wawancara dengan responden. Dari hasil wawancara yang dibuat pertanyaan tertutup dengan pilihan “Ya” dan “Tidak”, pertanyaan seperti ini digunakan untuk mempermudah responden dalam memberikan penilaian atau jawaban. Selanjutnya untuk mendapatkan data lebih deskriptif, peneliti menggunakan pertanyaan terbuka pada setiap pertanyaan yang berhubungan dengan fokus penelitian. Penelitian dilakukan dalam kurun waktu dua bulan, yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah Remaja kelurahan gunung lingai kecamatan sungai pinang samarinda sebanyak 30 orang remaja. Dari 30 responden yang terpilih secara accidental, didapatkan informasi yang dapat menggambarkan bagaimana persepsi remaja tentang komunikasi verbal dalam tayangan Indonesia Lawak Klub. Serta peneliti memfokuskan acara Indonesia Lawak Klub pada tanggal 1 - 31 Oktober 2014 untuk mempermudah peneliti untuk memberikan pertanyaan kepada informan dan mempermudah informan untuk menjawab semua pertanyaan yang diberikan peneliti. Berikut ini akan ditampilkan tabel-tabel dari hasil pertanyaan wawancara baik secara tertutup dan terbuka yang sesuai dengan fokus penelitian.

Program Acara Indonesia Lawak Klub (ILK)

Indonesia Lawak Klub diminati banyak orang karena acara ini dianggap memberikan suasana yang segar dan kelucuan-kelucuan para panelis terasa sangat tidak membosankan. Jadi bukan mengherankan jika banyak sekali orang menantikan acara ini, dan memberikan informasi yang baik serta memiliki pesan yang baik. Sebelum ingin mengetahui persepsi remaja Kelurahan Gunung Lingai

Kecamatan Sungai Pinang tentang komunikasi verbal dalam tayangan Indonesia Lawak Klub, peneliti memberikan pertanyaan pada setiap wawancara tentang “Apakah anda pernah menonton tayangan Indonesia Lawak Klub?” dan dari 30 responden 100% jawabanya dari responden penelitian ini menjawab “Ya”, dari pernah tidaknya responden yang pernah menonton acara Inonesia Lawak Klub ini dapat disimpulkan apabila responden pernah menonton acara Indonesia Lawak Klub maka mereka pasti bisa menjawab pertanyaan seputar tentang acara Indonesia Lawak Klub.

Komunikasi Verbal Tayangan Indonesia Lawak Klub

Dalam komunikasi verbal pada tayangan Indonesia Lawak Klub yang menghadirkan beberapa panelis dan membahas tema yang berbeda-beda di setiap episode pastinya memiliki komunikasi verbal yang berbeda, bahkan memiliki pesan moral. Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa acara ini memiliki komunikasi verbal yang bagus dan terdapat memiliki pesan yang baik dalam hal ini komunikasi verbal yang digunakan lebih ringan dan bahkan mudah untuk dimengerti oleh para remaja.

Persepsi

Dalam mempersepsikan sesuatu, perlu diperhatikan hal-hal yang melibatkan persepsi yakni sensasi (penginderaan), attention (perhatian), ekspektasi, motivasi dan memori. Persepsi Remaja Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda dalam mempresentasikan acara tersebut. Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa acara ini memiliki nilai manfaat bagi penonton/audiens yang melihatnya, karena acara tersebut menghibur dan memiliki pesan moral. Dari persepsi remaja bahwa tayangan ini dapat membuat terhibur para penonton tayangan tersebut dan mendapat inspirasi karena mendapat pesan moral yang baik.

Model S-O-R

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 : Pesan (Stimulus, S), Komunikasi (Organisme, O), Efek (Response, R)

Perbedaan Individu

Berdasarkan teori perbedaan individu (Individual differences theory) menurut Effendy (1993:275) yang dikutip dari Melvin D. Defleur, teori ini menjelaskan 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 individu berbeda satu sama lain dalam struktur kejiwaannya. Berdasarkan teori tersebut, 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.

Analisis Kritis

Segi Acara

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan, dapat diperoleh gambaran yakni ditinjau dari segi program acara, tayangan Indonesia Lawak Klub (ILK) di Tran7 Sebuah parodi dari acara Indonesia Lawyers Club di TvOne ini menghadirkan para pelawak sebagai panelis untuk membahas sebuah topik yang menjadi isu terkini di Indonesia. Acara lawak yang syarat akan pesan moral dan memberikan banyak solusi dengan kemasan humor, karena memang sebuah acara parodi. Kemasan ringan dan menghibur itu lebih mengena ke hati atau kondisi insight pemirsa daripada perdebatan satu sama lain yang membuat pemirsa bingung dan jengah. Berdasarkan data yang diperoleh dari media internet (www.rating_indonesialawakklub.htm), menunjukkan bahwa program acara Indonesia Lawak Klub merupakan program hiburan dengan rating ke-1 urutan tertinggi di antara program hiburan yang dimiliki Trans7. Hal ini berarti program hiburan tersebut dapat dikatakan menarik sesuai rating yang disandang oleh program tersebut. Acara Indonesia Lawak Klub yang diproduksi Ukok Ramadhani memberikan efek yang positif dan tujuan acara ini sendiri adalah untuk memberikan hiburan sekaligus informasi serta pesan moral yang memberikan hal yang baik pada masyarakat.

Segi Persepsi Remaja

Setelah penulis melakukan penelitian pada 30 remaja di daerah Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda, dapat disimpulkan bahwa tanggapan mereka setelah menonton acara tersebut sudah cukup baik. Tayangan Indonesia Lawak Klub (ILK) menjadi salah satu kebutuhan masyarakat dan remaja 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 remaja 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 penonton sebagai kebutuhan akan informasi dan hiburan mereka karena mengandung nilai yang baik bagi penonton. Sebagian remaja Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda telah menonton

acara tersebut dan mendapatkan sebuah hiburan yang menarik dan mendapat pesan moral setiap kali tayangan tersebut disiarkan dan mampu membuat pemikiran remaja tentang perdebatan berubah, karena tidak semua perdebatan selalu di akhiri dengan kekerasan atau adu mulut namun bisa di cermati dengan lebih tenang bahkan masalahnya terselesaikan dengan hal tersebut, hiburan juga bermanfaat sangat baik bagi psikologi seseorang dengan ini remaja lebih tidak stress dalam hal apapun, sesuai dengan hasil penelitian, maka penulis dapat menyimpulkan persepsi remaja Kelurahan gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda terhadap program tayangan Indonesia Lawak Klub (ILK) di Trans7 ialah cukup baik dan mampu memberikan pesan yang baik bagi remaja walaupun dikemas dengan humor yang mampu menarik perhatian penonton.

Kesimpulan

Dilihat dari hasil penelitian mengenai persepsi remaja tentang komunikasi verbal dalam tayangan Indonesia Lawak Klub (ILK) di Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Remaja Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda tidak terlepas dari media massa terutama media televisi. Remaja daerah Kelurahan Gunung Lingai membutuhkan media informasi dan hiburan dilingkungan hidup mereka. Program tayangan Indonesia Lawak Klub (ILK) telah mampu menjadi obat penawar kebutuhan remaja khususnya dalam hiburan.
2. Tayangan ini telah memberikan pesan yang baik bagi remaja. Dalam acara ini bagaimana menanggapi suatu masalah tidak harus dengan kekerasan verbal dan tayangan ini sangat menghibur dengan lawakan yang khas pada setiap pinalis.
3. Sebagai program acara yang telah menjadi bagian keidupan remaja daerah Kelurahan Gunung Lingai, tentu hal ini menimbulkan persepsi pada remaja akan program tersebut. Program acara ini telah mampu membuat persepsi yang cukup baik dan mampu memberikan pesan yang baik bagi remaja walaupun dikemas dengan humor yang mampu menarik perhatian pada remaja Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda.

Dan dari kesimpulan 30 remaja kelurahan gunung lingai di ambil kesimpulan bahwa 93,33% remaja mengatakan komunikasi verbal dalam tayangan ILK adalah baik dan 6,67% remaja mengatakan tidak baik, jadi peneliti menarik kesimpulan bahwa komunikasi verbal dalam tayangan Indonesia Lawak Klub adalah Baik.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disebutkan diatas, maka di bawah ini penulis menyajikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait, sebagai berikut :

1. Untuk program acara yang ditayangkan oleh stasiun televisi khususnya untuk acara Indonesia Lawak Klub (ILK) yang memberikan hiburan dan informasi serta

memiliki pesan moral yang bermanfaat agar dapat memperhatikan dan mengatur jam tayang acara tersebut.

2. Jika dilihat dari kualitas penayangan, cukup memenuhi kebutuhan yang dicari responden. Remaja (audience) dapat mempergunakan media massa ini dengan bijaksana sehingga dapat bermanfaat bagi kehidupan mereka.

Dengan demikian, diharapkan dapat memberi keseimbangan media massa sebagai sumber informasi dan hiburan masyarakat serta media komunikasi. Akhirnya, penulis berharap agar penelitian dapat ditindak lanjuti di masa yang akan datang dan penulis sadar penelitian ini sangat jauh dari kesempurnaan. Tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Daftar pustaka

Sumber Buku :

- Ardianto, Elvianaro dkk. 2009. Komunikasi massa Suatu Pengantar Edisi Revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. 2011. Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : PT Raja grafindo Persada.
- Deddy Mulyana. 2005. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Fajar, Marhaeni. 2009. Ilmu Komunikasi Teori & Praktik. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Iskandar Muda, Deddy. 2008. Jurnalistik Televisi (Media Reporter Profesion). Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : Kencana Perdana Media Grup.
- Moleong, Lexy J. 2004. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Nurdin. 2007. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta : PT Raja grafindo Persada.
- Panuju, Umami. 1999. Psikologi Remaja "Teori Tentang Masa Remaja". Yogyakarta : Tiara Wacana.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2001. Psikologi Komunikasi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif, kuantitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Severin, Werner J., 2005. Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa, Jakarta : Prenada Media Group.

- Sobur, Alex. 2011. Psikologi Umum. Bandung : Pustaka Setiap.
- Uchjana, Onong Efendy. 2003. "Ilmu, Teori, Filsafat Komunikasi". Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Uchjana, Onong Effendy. 2002. "Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis". Bandung : Remaja Rosdakarya
- Undang-Undang Dasar 1945 pasal 28E ayat 3
- Walgito, Bimo. 2002. Psikologi Sosial (Suatu Pengantar). Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Wiryanto, 2006. Teori Komunikasi Massa. Jakarta : PT Grasindo.

Sumber Internet :

- <http://www.slideshare.net/AHD/fenomena-ratingshare-televisi>.
- <http://mytrans.detik.com/program/1/11/348/indonesia-lawak-klub>
- www.ratingtop.com/produkli.php?vproduk_id=ILK%20%20Indonesia%20Lawak%20Club&vpid=&jd=3
- www.rating_indonesialawakklub.htm
- www.ceweaja.com/2014/06/daftar-rating-acara-tv-indonesia-juni.html
- www.tabloid.com/articles/film-tv-musik/kabar/5116-daftar-nominasi-panasonic-gobel-award-2014

Dokumen-dokumen :

- Monografi Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda