

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Televisi sering disebut TV merupakan salah satu media massa yang sangat berpengaruh terhadap masyarakat. Menurut kamus besar bahasa Indonesia, televisi adalah sebuah alat penangkap siaran bergambar, jadi televisi berarti tampak atau dapat dilihat dari jauh. Secara sederhana kita dapat mendefinisikan televisi sebagai media massa yang menampilkan siaran berupa gambar dari jarak jauh.

Televisi sebagai media massa memiliki fungsi sebagai media penyampaian informasi. Program televisi dapat seperti *news*, *infotainment*, bahkan *talkshow* mampu memberikan informasi yang diperlukan oleh pemirsa televisi. Selain membuka informasi, televisi juga bermanfaat sebagai sarana edukasi bagi pemirsa khususnya para pelajar dan anak-anak yang sedang dalam tahap perkembangan. Acara kuis, program bimbingan rohani, *talkshow* pendidikan atau bidang pengetahuan lain sangat berguna bagi masyarakat kita, bagi sebagian orang yang memiliki pola belajar *audiovisual* menonton televisi bisa dijadikan sebagai alternatif pembelajaran.

Fungsi lain dari televisi adalah sebagai hiburan. Kehadiran program-program televisi yang menghibur diperlukan untuk melepas stres sejenak setelah seharian bekerja atau belajar. Setidaknya hiburan itu dapat menyegarkan otak dari permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam sehari.

Televisi saat ini merupakan media massa terpopuler dikalangan masyarakat Indonesia. Sebagian besar penduduk di negara-negara berkembang mengenal dan memanfaatkan televisi sebagai sarana hiburan, informasi edukasi dan sebagainya.

Semakin tertarik pemirsa terhadap tayangan televisi, semakin banyak stasiun televisi berlomba-lomba dalam menayangkan program-program unggulannya. Jika dulu kebanyakan orang hanya menonton satu jam acara saja, tetapi sekarang program-program unggulan televisi ditayangkan secara estafet sehingga pemirsa mampu menghabiskan 5-6 jam bahkan ada yang 10 jam *non stop* hanya untuk menonton televisi.

Tayangan program televisi seperti *reality show*, *infotainment*, sinetron, film bahkan iklan sekalipun turut serta mengubah *life style* di masyarakat. Informasi yang diberikan televisi seperti program berita tentang politik, budaya, ekonomi maupun sosial masyarakat dari suatu negara layaknya harga hiburan dan permainan publik belaka.

Televisi cenderung *persuasif* dengan segala program tayangan yang bervariasi. Ini tidak mengherankan karena televisi menjalankan perannya sebagai komunikator. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa *feedback* masyarakat sebagai komunikasi juga penting bagi perkembangan informasi dan program-program televisi itu sendiri. Hal ini dibuktikan dengan maraknya saluran interaktif dalam acara-acara televisi seperti *talkshow*.

Program *talkshow* adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu dipandu oleh seorang pembawa acara

(*host*). *Talkshow* juga merupakan suatu perbincangan yang cukup menarik dan biasanya mengangkat isu-isu hangat di masyarakat.

Talkshow itu sendiri sebagai media komunikasi sudah lama dikenal bahkan sejak era kejayaan radio ketika sebuah *talkshow* pertama kali di radio diciptakan oleh John J. Anthony pada tahun 1930 (*Radio History by Carla Gesell-Streeter*). Sementara di televisi acara *talkshow* disajikan untuk pertama kali pada 27 September 1954 oleh jaringan televisi NBL (Aylesworth, 1987) dengan nama program *Tonight Show*.

Sejak saat itu bermunculan berbagai *talkshow* di televisi tidak hanya di Amerika Serikat namun juga di banyak negara termasuk Indonesia. Sejak dua atau tiga dekade lalu pemirsa Indonesia disugahi berbagai macam program obrolan yang beragam. Sayangnya, keragaman itu hanya ada dalam judul namun bukan dalam kemasan acara. *Talkshow* yang disajikan monoton, gaya obrolan sangat serius dan formal, alur pembicaraan hanya berupa tanya jawab secara bergiliran, bukan sebuah diskusi atau perdebatan yang hangat dan menarik.

Memasuki era keragaman TV swasta, program-program *talkshow* mulai berubah untuk mencari perolehan *rating*. Kemasannya menjadi lebih variatif, segar, penuh diskusi serta perdebatan, dan bahkan interaktif. Para pemirsa bisa langsung bertanya pada narasumber secara langsung bisa via telepon, email maupun sms.

Saat ini, hampir stasiun televisi seperti TV One, Net TV, Kompas TV, Trans TV, Metro TV, atau ANTV memiliki program *talkshow* yang membahas masalah-masalah hangat dibicarakan masyarakat. Tontonan ini pun rupanya mendapat respon yang menggembirakan oleh pemirsa. Hal itu setidaknya bisa

dilihat dari perolehan *rating* atau *share* setiap acara. Tayangan *talkshow* seperti ini ternyata digemari oleh masyarakat di Indonesia, baik kalangan mahasiswa maupun orang tua.

Salah satu acara TV yang berhasil memikat pemirsa TV di Indonesia adalah Kick Andy. Berbeda dengan *talkshow-talkshow* lainnya, Kick Andy tidak menyuguhkan pembawa acara yang menarik dan fenomenal, melainkan hanya seorang wartawan, senior, dan sebelumnya tidak pernah dikenal oleh masyarakat luas. Format acara ini memiliki daya tarik tersendiri dalam menarik hati pemirsa yang menonton.

Program acara Kick Andy ditayangkan di Metro TV setiap hari Jum^{at}at pukul 20.05 WIB di Metro TV dan tayangan ulangnya pada hari Minggu pukul 13.05 WIB. Perubahan waktu penayangan yang tadinya Kamis pukul 21.00 WIB menjadi Jum^{at}at pukul 21.30-23.00 WIB. Ini dikarenakan permintaan pemirsa setia “Kick Andy” agar memperpanjang jam tayang. Selain perubahan jam tayang, perubahan tampilan yang juga terjadi seperti panggung, namun latar belakang gedung bertingkat mencerminkan Jakarta sebagai “Kampung Halaman” tetap di pertahankan. (<http://www.kickandy.com>)

Program acara Kick Andy selalu menghadirkan dan mengupas perjalanan hidup seseorang dan bisa memberikan motivasi dan inspirasi bagi penonton yang menyaksikan. Di format dengan konsep cukup unik dalam menyuguhkan sebuah acara televisi yang sangat berkualitas dan mendidik.

Tayangan Kick Andy mengandung unsur mendidik atau edukatif terhadap pemirsa ataupun penonton. Konsep tayangan ini cenderung agak formal, namun

kadang-kadang disela-sela acara timbul tepuk tangan dan gelak tawa yang begitu riuh dari penonton. Program acara Kick Andy yang ditayangkan di Metro TV Ini bersifat menghibur. Stasiun Metro TV menjadi salah satu perhatian pemirsa untuk menonton program acara Metro TV karena Metro TV merupakan salah satu stasiun TV ternama di Indonesia sehingga cukup berperan dalam mempengaruhi masyarakat untuk menonton acara Kick Andy.

Demi meningkatkan kualitas isi dan merek, sejak awal agustus 2008 Kick Andy melakukan *re-branding*. Berbagai perubahan dilakukan, mulai dari perubahan logo yang kini terkesan lebih santai. Dapat dilihat dari bentuk rangkaian huruf „Andy“ yang tertulis dengan huruf sambung berwarna putih yang di atasnya terdapat rangkaian huruf „Kick“ berwarna kuning yang ukurannya lebih kecil dan tapak sepatu berwarna merah yang terletak disamping kedua kata “Kick Andy” menggantikan telapak kaki yang dulu dipakai.

Selain itu, diluncurkan pula Kick Andy Foundation (KAF) yang nantinya akan menjadi media menyalur sumbangan bagi orang-orang yang tergerak hatinya setelah melihat tayangan dalam Kick Andy. Tidak sedikit pun episode dalam acara “Kick Andy” yang berhasil membangkitkan rasa empati dan kepedulian sosial para penonton. Meskipun baru diresmikan, KAF telah melakukan berbagai macam kegiatan, antara lain gerakan 1000 kaki palsu yang disokong dana 1 miliar. Tim Kick Andy bersama para donatur menggandeng Sugeng Siswoyudono, si pemilik Bengkel Kaki Palsu menyediakan kaki palsu bagi mereka yang membutuhkan.

(<http://www.metrotvnews.com>)

Komisi Penyiaran Indonesia melakukan penelitian bersama Sembilan Perguruan Tinggi Negeri di Sembilan kota besar di Indonesia untuk mengukur kualitas program siaran televisi Indonesia. Berikut ini sepuluh Program Acara Televisi Berkualitas Menurut Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) tahun 2015, yaitu :

TABEL 1.1 Program Acara Televisi Berkualitas

No	Program	Stasiun	Poin
1.	Kick Andy	Metro TV	389
2.	Mata Najwa	Metro TV	358
3.	Indonesia Lawyer Club	TV One	232
4.	My Trip My Adventure	Trans TV	178
5.	On The Spot	Trans 7	170
6.	Hitam Putih	Trans 7	★ 165
7.	Laptop Unyil	Trans 7	160
8.	Mario Teguh	Metro TV	145
9.	Liputan 6	SCTV	136
10.	Ini Talkshow	Net TV	120

www.sidomi.com

Hasil survey yang dilakukan oleh KPI bersama Sembilan Perguruan Tinggi Negeri di Sembilan kota besar di Indonesia menunjukkan bahwa program *talkshow* Kick Andy disiarkan oleh Metro TV berada di urutan pertama sebagai program

acara televisi berkualitas dan disusul program Mata Najwa yang juga disiarkan Metro TV menjadi program acara berkualitas di urutan kedua. Penelitian ini melibatkan responden 90 ahli di Sembilan kota di Indonesia, sehingga total ada 810 orang ahli. Adapun rasio responden adalah laki-laki dan perempuan 50% : 50%, yang meliputi aktivis/LSM, mahasiswa, tokoh agama, tokoh muda, tokoh adat, tokoh masyarakat, birokrat, wartawan, karyawan swasta, TNI/Polri, dan wakil rakyat. Untuk mendapatkan hasil penelitiannya, KPI dibantu oleh Ikatan Sarjana Indonesia (SKI). Mereka menggunakan metode penelitian *peer review assessment* dirancang secara panel (*longitudinal*) menyertakan responden yang sama dari waktu ke waktu. Itulah beberapa acara TV yang dapat menyegarkan dan memberi inspirasi, inspirasi bisa datang dari mana saja dan tidak datang setiap saat. Maka ada baiknya kita melihat tayangan yang dapat menginspirasi untuk melakukan banyak hal atau mencoba tantangan baru.

Program *talkshow* yang dibawakan oleh Andy F. Noya terbilang sukses dalam membangun acara talkshow yang berbeda dengan *talkshow* pada umumnya. Kick Andy adalah sebuah program mengangkat tema horizontal. Ini membedakan program Kick Andy dengan *talkshow* lain. Selain itu, Andy F. Noya sebagai pembawa acara mampu menciptakan suasana hangat dalam membawakan acaranya, sehingga narasumber maupun penonton terbawa dalam suasana perbincangan yang setingkat.

Narasumber yang diundang pun tidak hanya orang terkenal saja, melainkan dari mereka yang berprestasi namun belum diketahui oleh media sampai Pejabat

Negara. Sehingga acara tidak monoton karena narasumber diundang dari berbagai kalangan namun berprestasi atau hebat.

Dari segi konsep, materi disampaikan lebih kompleks. Tema yang diangkat sangat sederhana dan dapat kita temukan sehari-hari, namun diolah sedemikian rupa agar dapat memasuki pikiran dan menyentuh hati. Selain menghibur, acara ini tidak melupakan edukasi, dapat dilihat dari tema yang sering dibawakan oleh Andy tentang pendidikan. Program *talkshow* Kick Andy merupakan sebuah acara yang tidak hanya menghibur, namun juga sangat informatif dan inspiratif.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk membuat suatu penelitian tentang asosiasi merek dengan judul : “**Analisis Asosiasi Merek (*Brand Association*) Program *Talkshow* “Kick Andy” di Metro TV**” (Studi kasus pada Karyawan/ti di Graha Menara Hijau M.T. Haryono Kav 33 Cikoko Pancoran Jakarta Selatan).

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Asosiasi Merek (*Brand Association*) program *talkshow* “Kick Andy” yang ditayangkan oleh stasiun Metro TV? (Studi kasus pada Karyawan/ti di Graha Menara Hijau MT Haryono Jl. M.T. Haryono Kav 33 Jakarta 12770).

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Asosiasi Merek (*Brand Association*) paling kuat pada program *talkshow* “Kick Andy” yang ditayangkan stasiun televisi Metro TV (studi kasus pada Karyawan/ti di Graha Menara Hijau MT Haryono Jl. M.T. Haryono Kav 33 Jakarta 12770).

D. Manfaat Penelitian

Dengan diketahuinya Asosiasi Merek (*brand association*) paling kuat pada program *talkshow* “Kick Andy” yang ditayangkan oleh stasiun televisi Metro TV. Maka dapat diketahui asosiasi yang paling kuat diantara asosiasi lainnya dan melekat pada program *talkshow* “Kick Andy”. Sehingga dari asosiasi yang terkuat akan membentuk citra merek (*brand image*) pada program acara tersebut dan dapat membentuk kesan pada program.

