

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Komunikasi merupakan suatu kebutuhan yang memegang peranan penting terutama dalam proses penyampaian informasi dari satu pihak kepada pihak lain. Komunikasi berkembang seiring dengan peradaban manusia, dan turut mendorong perkembangan Indonesia sampai saat ini.

Salah satu bentuk komunikasi yang sangat berpengaruh dalam proses perkembangan Indonesia yakni komunikasi massa. Komunikasi massa ialah komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi dan film (Cangara, 2010:37).

Penyampaian pesan berupa berita, film, musik, ilmu pengetahuan dan lain sebagainya kepada khalayak yang bersifat massal memerlukan sebuah media. Media yang dapat memfasilitasi semua itu adalah media massa. Media massa merupakan sarana untuk menyalurkan pesan oleh seseorang atau sekelompok orang kepada sejumlah orang banyak yang tersebar dan heterogen. Media massa dapat diklasifikasikan dalam tiga kategori, yakni: media cetak (surat kabar, majalah), media elektronik (televisi, radio), dan media internet (Nuruddin, 2011:5).

Televisi bagian dari media elektronik, memiliki keunggulan dalam menyampaikan pesan dibanding dengan media massa lainnya, yaitu bersifat audio visual sehingga membuat informasi yang disampaikan lebih menarik, menyenangkan. Televisi menyajikan pesan yang beraneka ragam dan mempunyai beberapa fungsi (fungsi

komunikasi massa) yaitu sebagai pengawasan situasi masyarakat dan dunia, menghubungkan satu dengan yang lain, menyalurkan kebudayaan, hiburan atau *entertainment* (Nurudin, 2011:64)

Televisi sangat berpengaruh terhadap sistem komunikasi terutama terhadap konsumennya. Hampir setiap rumah tangga memiliki satu televisi. Satu televisi menyala selama tujuh jam sehari, jelas televisi telah merubah gaya hidup dan mengalihkan perhatian (Vivian 2008: 224). Oleh sebab itu televisi memiliki dampak positif berupa penyampaian informasi yang cepat dan akurat, serta menghibur, namun dibalik itu juga berdampak *negative* terhadap perilaku audiennya.

Tabel 1.1
Persentase Penduduk Berumur 10 Tahun ke Atas yang Mendengarkan Radio, Menonton Televisi dan Membaca Surat Kabar Selama Seminggu

No	Media	Persentase
1	Televisi	91.47%
2	Membaca Surat Kabar	13.11%
3	Radio	7.4%

Sumber: BPS Statistik Sosial Budaya 2015

Berdasarkan Tabel diatas bisa disimpulkan bahwa televisi menjadi primadona media yang sangat disukai oleh masyarakat. Diiringi dengan perkembangan dunia televisi Indonesia sangat pesat, dengan program yang beragam dari berbagai stasiun televisi. Tidak dapat dipungkiri melalui tayangan tersebut telah mempengaruhi sistem kehidupan sebagian besar masyarakat Indonesia. Beberapa jenis tayangan yang ditawarkan mulai dari sinetron, kuis, *talkshow*, *variety show*, komedi situasi (sitkom), program berita, program olahraga, *infotainment* dan *reality show*.

Salah satu program informasi yang banyak disajikan media khususnya televisi adalah program *reality show*. Program *Reality show* menurut Widyaningrum dalam Bernadhetta tahun 2015 adalah suatu acara yang menampilkan realita kehidupan seseorang yang bukan selebriti, lalu disiarkan melalui jaringan televisi, sehingga bisa dilihat masyarakat. *Reality show* tidak sekedar mengekspose kehidupan orang, tetapi juga ajang kompetisi, bahkan menjahili orang. *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.

Penyajian acara *reality show* terbagi menjadi 3 jenis, yaitu Docusoap (documenter dan soap opera) yaitu gabungan rekaman asli dan plot. Disini penonton dan kamera menjadi pengamat pasif dalam mengikuti orang-orang yang sedang menjalani kegiatan sehari-hari mereka, baik yang profesional maupun pribadi. Dalam hal ini produser menciptakan plot sehingga enak ditonton oleh *audience*. Para *crew* dalam proses *editing* menggabungkan setiap kejadian sesuai dengan yang mereka inginkan sehingga akhirnya terbentuk cerita berdurasi 30 menit tiap episode. Contohnya: *MTELEVISI's Real World The Temptation Island*, dan lain-lain. *Hidden Camera* yaitu sebuah kamera tersembunyi merekam orang – orang dalam situasi yang sudah di-set. Contohnya: spontan, ngacir, dan lain-lain. *Reality game show* yaitu sejumlah kontestan yang direkam secara intensif dalam suatu lingkungan khusus guna bersaing memperebutkan hadiah. Fokus dari acara ini para kontestan menjalani kontes dengan tipu muslihat sampai reaksi yang menang dan kalah. Contohnya: *Survivor*, *Penghuni Terakhir*,

American Idol.

Salah satu stasiun televisi yang menayangkan program acara *Reality show* Docusoap (documenter dan soap opera) yaitu NET.Televisi, dimana stasiun *Televisi* ini memiliki acara *Reality show* yang bernama *Reality show Customs Protection* yang diproduksi atas kerjasama antara NET *Televisi* dengan Direktorat Jendral Bea dan Cukai hubungan masyarakat mengenai aktifitas keseharian beberapa petugas Bea dan Cukai.

Kesadaran bahwasanya humas memegang peranan penting dalam membangun citra organisasi. Keberadaan humas menjadi perhatian serius dalam instansi Bea dan Cukai. Dilakukan beberapa pembenahan yang terjadi di bidang kehumasan. Menurut warta Bea dan Cukai 8 Agustus 2016, awalnya struktur organisasinya setingkat eselon IV (seksi hubungan masyarakat dan publikasi) kemudian ditingkatkan menjadi unit organisasi setingkat eselon III (subdirektorat komunikasi dan publikasi) sesuai dengan PMK Nomor 234/ PMK.01/2015 tentang organisasi dan tata kerja Kementerian Keuangan. Setelah ditingkatkannya struktur organisasi humas pada awal tahun 2015 unit organisasi ini langsung kerja keras. Terbukti pada 24 Oktober 2015 tayang perdana sebuah program *reality show* dengan judul *Customs Protection* di saluran Net. Tv.

Program *reality show* *Costums Protection* ini mengangkat tugas dan citra Bea dan Cukai. Konten yang disuguhkan segar, menarik dan memacu adrenalin. Program ini, tayang di Net. TV setiap sabtu dan minggu pukul 22.30. Tayangan berdurasi 30 menit ini, akan mengajak *audiens* menyaksikan langsung bagaimana aktivitas kepabeaan berlangsung. Mulai dari pemeriksaan di perbatasan. Penegakan hukum import di

pelabuhan dan bandara. Bahkan aksi pencegahan penyelundupan bahan bakar dan narkoba yang berujung tembakan. Diakhir program pemirsa akan diajak dan diedukasi tentang hukum yang berlaku tentang pegabean.

Program ini mengharapkan, masyarakat dapat menghargai kerja Bea dan Cukai dalam menertibkan dengan menaati hukum yang berlaku tanpa ditegur terlebih dahulu. Melalui program *Costums Protection* masyarakat Indonesia diharapkan dapat menyadari pentingnya memahami aturan-aturan yang berlaku, menghargai dan membantu pihak Bea dan Cukai.



Sumber: Tayangan *Costums Protection* Net. TV

Gambar 1.1

Program *Costums Protection* bisa dipersepsikan sebagai sebuah bentuk pencitraan yang dilakukan oleh pihak Humas Direktorat Jendral Bea dan Cukai Indonesia. Diawal tayangan secara terang ditampilkan bahwa program *Costums Protection* merupakan sebuah persembahan Direktorat Jendral Bea dan Cukai hubungan masyarakat. Secara tidak langsung menjelaskan tayangan ini merupakan sebuah usaha dari Humas Bea dan Cukai dalam pembentukan citra positif.

Disamping itu sebenarnya tayangan ini memiliki nilai edukatif. Selain juga dapat mengajarkan kita untuk lebih berhati hati dan metaati peraturan negara. Lebih dari sekedar pencitraan acara ini merupakan sebuah bentuk sosialisasi undang-undang dan aturan yang sangat efektif serta apa sanksinya bagi yang melanggar. Saat sebuah aturan tersosialisasi dengan baik tidak ada lagi alasan bagi warga negara ini untuk mengatakan tidak tahu.

Citra adalah suatu pandangan yang dianut oleh pihak – pihak luar mengenai suatu organisasi menurut Frank Jefkins (dalam Laras, 2016:27). Publikasi dengan menggunakan media yang tepat akan memunculkan suatu citra yang positif, karena citra semata – mata terbentuk berdasarkan informasi yang tersedia. Pemilihan media harus sesuai dengan tujuan dan jenis khalayak yang ingin dituju.

Seorang penyanyi terkenal mungkin akan mendapatkan reputasi yang baik atas rekaman atau konsernya. Namun dia mungkin saja mendapat citra buruk jika dituduh sebagai pemakai obat – obatan terlarang. Citra positif akan terbentuk sejalan dengan publisitas positif tentang perusahaan atau organisasi yang bersangkutan.

Kegiatan yang diperlihatkan oleh petugas Bea dan Cukai dalam tayangan Custom Protection tersebut, dapat dilihat terlihat bahwa tidak ada petugas yang menampilkan sikap dan perilaku negatif mereka. Maka dari itu, tayangan tersebut menimbulkan citra positif bagi khalayaknya.

Indonesia secara normatif-konstitusional adalah negara berdasarkan hukum, atau yang sering disebut sebagai negara hukum. Ditengah-tengah itu, Bea dan Cukai merupakan salah satu pilar yang penting, karena Bea dan Cukai mempunyai peran

dalam menegakkan hukum ekspor impor di negara ini. Kita dapat melihat pada era Reformasi telah melahirkan paradigma baru dalam segenap tatanan kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara yang ada dasarnya memuat koreksi terhadap tatanan lama dan penyempurnaan kearah tatanan Indonesia baru yang lebih baik. Paradigma baru tersebut antara lain supermasi hukum, hak azasi manusia, demokrasi, transparansi dan akuntabilitas yang diterapkan dalam praktek penyelenggaraan pemerintahan negara termasuk didalamnya penyelenggaraan fungsi Bea dan Cukai.

Berbicara mengenai kinerja anggota Bea dan Cukai, tentunya tidak terlepas dari bagaimana anggota tersebut berperilaku di tempat tugas dalam bekerja. Pada dasarnya perilaku mereka itu diawali dari adanya motivasi disertai dengan sikap kerja yang positif. Bea dan Cukai sebagai penegak hukum ekspor impor, idealnya bertanggung jawab penuh terhadap tugas dan tidak meyalahgunakan kekuasaan. Ketika peneliti bertanya kepada masyarakat, bagaimana pendapat mereka terhadap Bea dan Cukai? Kalimat yang sering keluar seperti penyelundupan, korupsi, masuknya barang barang ilegal dan lain – lain.



Sumber: Berbagai media online
Gambar 1.2

Dari gambar 1.2 dapat kita lihat bahwa media juga ikut membenarkan pendapat masyarakat tersebut. Media banyak memberitakan penyelewengan dan penyalahgunaan kekuasaan oleh oknum Bea dan Cukai. Pada akhirnya akan membentuk opini negatif pada masyarakat dan berpengaruh terhadap citra Bea dan Cukai.

Tayangan *reality show* yang menampilkan kinerja Bea dan Cukai pada tayangan *Customs Protection*, apakah akan memengaruhi terhadap kenyataan yang ada di masyarakat. serta berdasarkan fungsi media dalam mempengaruhi khalayaknya, menarik perhatian penulis untuk melakukan penelitian apakah citra positif yang ditunjukkan tayangan *Reality show Customs Protection* dapat memengaruhi persepsi masyarakat kota Padang terhadap citra Bea dan Cukai di Kota Padang. Alasan penulis memilih tayangan *Reality show Customs Protection* yakni karena diduga ada pengaruh terpaan media yang terhadap citra Bea dan Cukai di masyarakat.

Penelitian ini dilakukan di Kota Padang karena Kota Padang merupakan salah satu kota besar dan ibu kota Provinsi Sumatera Barat. Kota Padang memiliki pelabuhan internasional dan bandara internasional. Menurut data publikasi statistic, Padang dalam angka 2014. Neraca perdagangan melalui pelabuhan Kota Padang cukup tinggi, eksportnya mencapai 2.105.614 dan importnya mencapai 1.034.606. Volume eksport dan import melalui pelabuhan Kota Padang juga cukup tinggi, importnya mencapai 1.444.388 ribu ton dan eksportnya 3.993.794 ribu ton. Cukup tingginya arus eksport dan import ini berpotensi terjadi pelanggaran hukum. Sehingga hilir mudik arus eksport import ini tak lepas dari pengawasan Bea dan Cukai Kota Padang. Semakin membuat peneliti ingin mengetahui bagaimana citra Bea dan Cukai menurut

pandangan masyarakat Kota Padang sendiri.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Tayangan *Reality show Customs Protection Net. Tv Terhadap Citra Bea dan Cukai di Kota Padang***”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana pengaruh menonton *Reality show Customs Protection* terhadap citra Bea dan Cukai dalam perspektif masyarakat kota Padang?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui intensitas menonton tayangan *Reality show Customs Protection* oleh masyarakat kota Padang
2. Untuk mengetahui citra Instansi Bea dan Cukai di Kota Padang
3. Untuk mengetahui pengaruh menonton tayangan *Reality show Customs Protection* terhadap persepsi citra Bea dan Cukai oleh masyarakat di Kota Padang

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber wawasan dan wacana dalam bidang ilmu komunikasi yang berkaitan dengan *broadcast* (penyiaran). Bagaimana peranan para pembuat program televisi, secara teoritis terpaan

tayangan program *Reality show* dapat memengaruhi khalayak, terutama terhadap persepsi mereka.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pembuat program televisi tentang bagaimana suatu produk siaran dibuat dan dikemas agar dapat membentuk suatu opini publik

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada institusi Bea dan Cukai bagaimana citranya dimasyarakat dibentuk oleh media televisi melalui program “*Reality show customs protection*”

