

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Konteks Penelitian**

Di antara media massa yang ada, televisi adalah media massa yang paling luas dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Jenis media ini, sebagai media audio-visual tidak membebani banyak syarat bagi masyarakat untuk menikmatinya. Perkembangan keberadaan dari media televisi jauh melampaui media-media masa lain seperti radio, surat kabar, apalagi buku. Dari segi harga, meski tidak selalu bisa dikatakan murah untuk sebagian besar masyarakat Indonesia, keinginan untuk memiliki televisi jauh lebih tinggi daripada keinginan untuk membeli buku bacaan.

Televisi saat ini telah berkembang dengan pesat dan menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Dari televisi manusia memperoleh informasi, hiburan, dan pendidikan. Perkembangan ini tidak hanya terjadi pada televisi nasional, tetapi juga televisi lokal tak terkecuali televisi komunitas. Televisi menjadi media dominan, bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif. Media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan.<sup>1</sup>

Pada umumnya isi program siaran di televisi maupun radio meliputi acara *news reporting*, *talk show*, *call-in show*, *documentair*, *advertising*, *education* dan masih banyak lagi yang lainnya dengan penggunaan berbagai

---

<sup>1</sup> Denis Mcquail, *Teori komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Jakarta: Erlangga, 1991), 12.

nama berbeda sesuai dengan keinginan stasiun televisi masing-masing.<sup>2</sup> Terbukanya era informasi dengan puncaknya pada gerakan reformasi 1998, pada gilirannya membuka kran-kran kreativitas yang lama dibungkam. Di luar isi pemberitaan, kalangan penyiaran berlomba-lomba menghadirkan siaran-siaran yang dikemas secara bagus, sebab harus disadari bahwa dunia ini berkembang ke arah semakin berkembangnya bendera pencitraan. Baik sebagai pelaku atau sasaran perilaku, pada akhirnya orang berjalan ke arah yang sama. Sebagai pelaku, orang berusaha tampil sedemikian berwarna, memiripkan dengan manusia model lain, menerapkan standarisasi penampilan supaya pada dirinya melekat suatu identitas kuat menurut kehendaknya.<sup>3</sup> Dari sisi sasaran perilaku, yang tiada lain adalah orang kebanyakan, konsumen, audiens, mereka mencari-cari keselarasan dengan menempelkan identitas tertentu yang dimiliki orang lain pada dirinya.

Jawa Timur adalah salah satu provinsi yang memiliki jumlah stasiun televisi lokal maupun televisi nasional cukup banyak. Seperti SBO, JTV, Arek TV yang berkantor di Surabaya, KSTV dan Dhoho TV berada di Kediri. Untuk televisi nasional yang memiliki biro di Surabaya, yaitu kota metropolitan ke dua setelah Jakarta terdapat Metro TV, Trans 7, TV One, Trans, RCTI, SCTV, NET. Keberadaan stasiun televisi lokal di berbagai daerah di Indonesia seperti di Jawa Timur, membawa daya tarik tersendiri bagi masyarakat lokal yang menjadi penonton dari stasiun televisi lokal tersebut. Hal ini salah satunya karena program acara yang dihadirkan stasiun televisi

---

<sup>2</sup> Deddy Iskandar Muda, *Jurnalistik Televisi* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2005), 9.

<sup>3</sup> AA Kunto A, *Cepat Kaya Jadi Presenter* (Yogyakarta: Indonesia Cerdas, 2007), 11.

lokal memiliki unsur kedekatan (*proximity*) secara emosional dengan masyarakat daerahnya.<sup>4</sup>

Salah satu stasiun televisi lokal di Jawa Timur yang berada di Kediri adalah Kilisuci (KSTV) Kediri. KSTV berdiri pada tahun 2007 di bawah naungan PT. Kediri Global Mediatama yang bertepatan kali ini menjadi lokasi yang dipilih dalam penelitian ini.<sup>5</sup> Penelitian ini berlokasi di KSTV karena KSTV bukan hanya sebagai media penyiaran televisi, tapi tempat belajar para siswa-siswi SMK dan Mahasiswa dalam menempuh tugas PKL atau PKM. Sebagai praktek bekerja di bidang pertelevisian dan berkarier di bidang *broadcasting*. KSTV juga merupakan stasiun televisi lokal yang ingin berkembang, ditunjukkan dengan keinginannya mengedepankan keunggulan dari program acara yang ditayangkan untuk mendapatkan simpati dari penontonnya. Adanya stasiun televisi lokal KSTV juga berperan menggali nilai-nilai lokal yang ada untuk ditampilkan dalam program acara yang dimiliki. Menampilkan nilai-nilai atau karakteristik lokal ini juga sebagai bentuk pelestarian budaya lokal. KSTV sebagai stasiun televisi lokal di Kediri lebih menekankan pilihan pada program acara dengan *local content* menggunakan bahasa campuran antara Bahasa Indonesia dan Bahasa Jawa di beberapa program acaranya.

Beberapa program acara tersebut diantaranya adalah Plesir Mbah Karso, www. Mbah Karso. com, Lestari Budaya, Belajar Bersama Bagong.

Dalam hal ini presenter menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari dunia

---

<sup>4</sup> [Http://www.wikipedia.com/Daftar\\_stasiun\\_televisi](http://www.wikipedia.com/Daftar_stasiun_televisi), diakses tanggal 10 Juni 2016

<sup>5</sup> [Http:// www.Kstv.co.id](http://www.Kstv.co.id), diakses 10 Juni 2016

pertelevisian. Pada dasarnya presenter layaknya pimpinan orchestra. Layaknya, ia harus menguasai alat musik dari orchestra yang dimainkan kelompoknya. Piano, biola, saxophone, gitar dan seperangkat alat musik lainnya harus ia kuasai. Tidak harus bisa memainkannya secara sempurna, namun setidaknya tahu bagaimana memfungsikannya. Tahu jenis bunyinya, tahu efek yang ditimbulkan dari bunyi itu.

Presenter adalah pembawa acara, ia membawa sebuah acara kepada tujuannya. Ia yang menggiring peserta acara kepada tujuannya itu. Ia berkuasa atas acara yang dibawakannya. Tidak diijinkannya penyimpangan acara yang melenceng dari tujuan. Tidak diperkenankannya upaya-upaya untuk mengalihkan perhatian dari tujuan. Faktor-faktor itulah yang secara sederhana kemudian akan menjelaskan betapa sentral peran presenter dalam pergaulan modern dewasa ini. Presenter berkesempatan besar menjadi figur sentral dalam komunitas-komunitas.<sup>6</sup> Presenter di sini berfungsi sebagai alat untuk mencapai komunikasi yang efektif. Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya (orang-orang yang sedang berkomunikasi).<sup>7</sup>

Berangkat dari fungsi komunikasi mengenai pentingnya berkomunikasi yang baik melalui media televisi, peneliti bermaksud melakukan penelitian terhadap sosok Mbah Karso yang merupakan *host* atau presenter di stasiun televisi lokal KSTV Kediri. Untuk itulah di sini peneliti berusaha mencari data terkait bagaimana usaha seorang presenter untuk bisa

---

<sup>6</sup> AA Kunto A, *Cepat Kaya Jadi Presenter* (Yogyakarta:Indonesia Cerdas,2007), 12.

<sup>7</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2010), 117.



memainkan perannya dengan baik, sehingga program acara yang dibawakan dapat berjalan dengan lancar. Mbah Karso melakukan sebuah pengelolaan kesan yang unik dibandingkan dengan presenter pada umumnya, baik dari segi penampilan dan juga bahasa yang digunakan. Seperti yang dijelaskan oleh Goffman yang mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran-diri yang akan diterima orang lain. Ia menyebut upaya itu sebagai “pengelolaan kesan” (*impression management*), yakni teknik-teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.<sup>8</sup>

Dalam setiap penampilannya Mbah Karso atau yang memiliki nama asli Dodo Fadholi ini selalu menggunakan blankon, jarik, baju loreng, kaca mata hitam dan tongkat yang erat kaitanya dengan budaya Jawa. Karena kepiawaian Mbah Karso dalam membawakan acara, pada tahun 2010 KPID Jawa Timur memberikan penghargaan kepada Mbah Karso sebagai juara 2 kategori *talkshow* dalam acara KPID *award*. Mbah Karso juga menggunakan bahasa campuran antara Bahasa Jawa dan Bahasa Indonesia, dengan gaya siaran yang atraktif dan menimbulkan pemaknaan khalayak yang beragam. Dengan gaya penyampaian yang atraktif tersebut tokoh Mbah Karso atau Bapak Dodo Fadholi ini juga pernah mendapatkan penghargaan dari kepala resort polres Kediri kota atas partisipasinya membantu tugas polri dalam menyampaikan pesan-pesan kamtibmas dengan memerankan tokoh Mbah Karso secara santun, simpatik, humanis dan merakyat sehingga mudah

---

<sup>8</sup> Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), 107

dicerna oleh segenap lapisan masyarakat. Tidak hanya itu Mbah Karso juga mendapatkan penghargaan atas perannya turut mensukseskan Festival Cinta Tanah Air Indonesia dalam rangka deklarasi dan HUT Persaudaraan Cinta Tanah Air Indonesia di Ndalem Pojok “Situs Bung Karno” Kediri.

Selain kemampuannya membawakan program acara dengan atraktif, Mbah Karso juga menyisipkan petuah-petuah dan juga nasihat yang ditujukan untuk semua kalangan yang melihat tayangan Mbah Karso. pesan-pesan baik tersebut juga menjadi bukti bahwa meskipun tayangan Mbah Karso ini ditujukan secara umum kepada semua kalangan dengan tidak memandang agama, suku, dan ras tapi Mbah Karso sebagai seorang muslim juga menjalankan metode dakwah yang tercantum dalam QS. Surat An-Nahl ayat 125.<sup>9</sup> Perintah untuk menyeru kepada manusia kepada jalan yang benar dengan cara hikmah :

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ  
الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِيَاثِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ  
رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ  
أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

<sup>9</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya* (Jakarta: Lentera Abadi, 2010), Jilid. IX:192.

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

Dalam ayat tersebut menunjukkan bahwa dakwah dalam Islam dapat dilakukan dengan metode *Mau'idza Hasanah* yang dapat diartikan sebagai ungkapan yang mengandung unsur bimbingan, pendidikan, pengajaran, kisah-kisah, berita gembira, peringatan, pesan-pesan positif (wasiat) yang bisa dijadikan pedoman dalam kehidupan agar mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat.<sup>10</sup> Hal tersebut juga menjadi bagian kecil dari tayangan Mbah Karso di KSTV Kediri.

Dengan alasan di atas, peneliti ingin mengkaji bagaimana pengelolaan kesan yang dilakukan Mbah Karso dalam menarik perhatian penonton, baik dari sisi panggung depan (*front stage*) maupun panggung belakang (*back stage*) dengan wawancara mendalam dan dokumentasi diharapkan dapat memperoleh data secara mendalam. Dengan judul penelitian “Pengelolaan Kesan Mbah Karso Sebagai Presenter di KSTV Kediri”.

## **B. Fokus Penelitian**

---

<sup>10</sup> Munzier, *Metode Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2006), 15.

Bagaimanakah pengelolaan kesan panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) yang dilakukan Mbah Karso sebagai seorang presenter di KSTV Kediri?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengelolaan kesan panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) yang dilakukan Mbah Karso sebagai seorang presenter untuk menarik perhatian penonton KSTV Kediri.

### D. Kegunaan Penelitian

Ada dua kegunaan yang dapat diambil dalam penelitian ini :

#### 1. Kegunaan Secara Teoritis

Hasil temuan dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pemikiran dan tambahan informasi untuk memperkaya khazanah keilmuan pada bidang ilmu komunikasi khususnya berkaitan dengan pengelolaan kesan.

#### 2. Kegunaan Praktis

- a. Penelitian diharapkan bisa menjadi acuan maupun rujukan untuk penelitian sejenis maupun lanjutan yang berhubungan dengan pengelolaan kesan.



- b. Menjadi masukan positif untuk manajemen KSTV Kediri terutama para presenter sesuai dengan kompetensi yang telah dimiliki.
- c. Diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi dan pembelajaran bagi umat muslim yang melakukan syiar dengan media televisi.

