

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Masyarakat Indonesia tidak bisa lepas dari media massa. Media massa mempunyai segmentasi luas dan dapat menimbulkan efek-efek positif dan negatif bagi khalayaknya. Media massa juga mempunyai kategori-kategori sendiri dalam perkembangannya, ada media cetak seperti koran, majalah, tabloid, dan lain-lain. Dan ada media elektronik seperti radio, televisi, dan lain sebagainya. Media massa saat ini yang sangat berpengaruh terhadap masyarakat adalah televisi. Televisi dapat didefinisikan sebagai media massa yang menampilkan siaran berupa gambar dan suara dari jarak jauh. Karakteristiknya yang audiovisual ini membuat televisi menjadi suatu media yang mudah dinikmati oleh semua kalangan. Televisi sebagai media massa memiliki fungsi sebagai media penyampai informasi. Program tayangan televisi seperti *news*, *infotainment*, bahkan *talkshow* mampu memberikan informasi yang sekiranya dibutuhkan oleh pemirsa televisi. Selain itu, televisi juga merupakan sarana edukasi bagi pemirsanya khususnya para pelajar dan anak-anak yang sedang dalam tahap perkembangan. Acara kuis, program rohani, *talkshow* pendidikan sangat berguna bagi masyarakat (Yanti, 2013: 4).

Banyaknya stasiun televisi di Indonesia membuat pertelevisian menjadi semakin bersaing dalam menyuguhkan program tayangannya. Seluruh stasiun televisi berupaya menyuguhkan berbagai program dalam tayangannya untuk memenuhi keinginan masyarakat sebagai penikmat televisi. Program tayangan yang

disajikan dari berbagai televisi pun semakin bervariasi. Salah satu program televisi yang saat ini banyak ditayangkan di televisi adalah *talkshow*.

*Talkshow* merupakan suatu program televisi atau radio dimana seorang individu atau kelompok berkumpul untuk mendiskusikan berbagai topik dengan suasana yang santai namun tetap serius yang dipandu oleh seorang moderator (*Host*). Terkadang pula, acara *talkshow* menghadirkan bintang tamu dengan tujuan untuk berbagi pengalaman hebat serta bersama-sama mempelajarinya. *Talkshow* merupakan suatu sajian perbincangan yang cukup menarik yang biasanya menangkap isu-isu hangat di masyarakat. Sebagai produk media, *talkshow* dapat menjadi teks budaya yang berinteraksi dengan pemirsanya dalam produksi dan pertukaran makna sebagai proses sebuah dialog (Yanti, 2013: 61). Menurut Wahyudi 1996 (dalam Annas, 2017: 2) stasiun televisi swasta di Indonesia saat ini saling berlomba-lomba dalam menayangkan program tayangan *talkshow* yang menarik bagi penontonnya, hal ini merupakan salah satu cara untuk memperoleh rating dan share yang bagus bagi stasiun televisi. *Talkshow* sendiri merupakan perpaduan antara seni panggung dan teknik wawancara jurnalistik. Wawancara dilakukan biasanya di tengah atau di sela-sela pertunjukan, apakah itu music, lawak, paragaan busana, dan sebagainya.

Salah satu program televisi *talkshow* yang menarik perhatian peneliti adalah program tayangan *talkshow* Dr. Oz Indonesia. Tayangan Dr. Oz Indonesia yang peneliti pilih pada tayangan *talkshow* media, berusaha memberikan pemahaman pada audiens mengenai dunia kesehatan secara variatif. Tayangan Dr. Oz Indonesia ini diproduksi stasiun televisi TransTv ini berjudul Dr. Oz Indonesia. Tayang setiap hari Sabtu dan Minggu pukul 15.30 WIB. Tayangan *talkshow* Dr. Oz Indonesia hadir pertama kali pada 23 April 2013. Acara ini mengadopsi sebuah acara kesehatan dari luar negeri dengan judul Dr. Oz Show. Program *talkshow* ini menyajikan fokus

pembicaraan mengenai dunia kesehatan dan gaya hidup sehat, dengan tujuan untuk memberikan inspirasi bagi pemirsanya agar lebih peduli akan pentingnya menjaga kesehatan dan memiliki cara hidup sehat agar mencapai kehidupan yang lebih baik lagi. Manfaat tayangan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai berbagai masalah penyakit disertai solusi yang diharapkan mampu menambah pengetahuan dan meringankan masalah penyakit yang menjadi topik pembahasan (TransTV, 2016).

Alasan penulis menggunakan program *talshow* Dr. Oz Indonesia sebagai objek penelitian ini, karena bagi penulis *talkshow* Dr. Oz Indonesia ini sangat bermanfaat dalam kehidupan penulis beserta keluarga penulis. Segala ilmu dan informasi kesehatan yang disampaikan acara tersebut sangatlah berguna bagi penulis. Penulis merasa bahwa pergi ke rumah sakit bukanlah hal yang selalu tepat apabila sedang mengalami masalah kesehatan dan karena pengalaman penulis yang membuat penulis trauma untuk pergi ke rumah sakit, sehingga penulis mencari informasi mengenai kesehatan dari berbagai platform media dan mempelajarinya. Dari semua yang penulis pelajari, acara Dr. Oz Indonesia lah yang paling menarik penulis dan membuat penulis memiliki banyak pengetahuan akan ilmu kesehatan, hingga akhirnya banyak dari masalah penyakit yang dapat penulis atasi sendiri karena ilmu yang diberikan *talkshow* Dr. Oz Indonesia. Karena hal tersebut, penulis ingin mengetahui apakah banyak pula masyarakat di luar sana yang memiliki pandangan yang sama dengan penulis terhadap *talkshow* Dr. Oz Indonesia, dan memanfaatkan acara tersebut seperti yang penulis lakukan, atau hanya untuk sekedar menonton saja.

Program acara *talkshow* Dr. Oz Indonesia sejak awal kehadirannya, dipandu oleh pakar kesehatan yang sebelumnya berprofesi sebagai dokter, yaitu dokter Riyan Thamrin dan dokter Reisa Broto Asmoro. Meski seiring berjalannya program acara

ini seringkali terdapat pergantian pemandu acara. Program dr. Oz Indonesia ini terdiri dari 4 segmen, yaitu *Story of The Day* pada segmen pertama dan kedua, dimana pada segmen ini membahas dan menjelaskan langsung dalam suatu pembicaraan dengan para pakar kesehatan dan bintang tamu mengenai suatu penyakit serta memberikan solusi sebagai penutupnya. Selanjutnya, penonton yang berada di rumah diberikan kesempatan untuk bertanya langsung mengenai kesehatan melalui telepon ataupun pada kolom komentar yang tersedia di media sosial Dr. Oz Indonesia yang nantinya akan dijawab langsung oleh pakar kesehatan yang menjadi bintang tamu dalam tayangan. Sesi ini ditayangkan pada segmen 3 dalam *Ask The Doctor*. Diakhir segmen akan ditutup dengan segmen *Doctor's Order's*, dimana segmen tersebut menyuguhkan tayangan berbagai tips kesehatan dari Dr. Oz Indonesia (TransTV, 2016).

Berikut ini adalah gambar dokter Riyan Thamrin dan dokter Reisa Broto sedang memandu *talkhow* Dr. Oz Indonesia bersama dengan bintang tamu yang dihadirkan dan tampilan segmen ketiga dengan judul *Ask The Doctor*, dimana pembawa acara dan bintang tamu membacakan pertanyaan yang dikirimkan penonton di rumah pada kolom komentar media sosial Dr. Oz Indonesia:

**Gambar 1 : Host dan bintang tamu**



**Gambar 2: Segmen 3 “Ask The Doctor”**



Setiap jadwal siarannya, tayangan Dr. Oz Indonesia selalu menampilkan topik yang berbeda-beda. Topik dan tema yang diambil dalam tayangan Dr. Oz Indonesia ini adalah tentang gaya hidup sehat dan segala masalah kesehatan yang disajikan sesuai dengan pengalaman dari narasumber ataupun pendapat para pakar kesehatan. Narasumber yang dihadirkan salah satunya merupakan pakar kesehatan dibidangnya yang akan memberi informasi mengenai pengobatan suatu penyakit, mulai dari bagaimana mencegahnya sampai mengatasi penyakit tersebut. Terdapat topik yang membahas kesehatan untuk semua umur, ada pula untuk kaum remaja, seperti topik kecantikan, dan pula untuk anak-anak. Bukan hanya membahas secara lisan mengenai masalah kesehatan, namun tayangan Dr. Oz Indonesia mampu memperlihatkan simulasi atau peragaan oleh alat bantu yang dilakukan oleh host atau pakar kesehatan yang sedang menjadi bintang tamu, seperti pada gambar tayangan dibawah ini:

Gambar 3: *Host* sedang menjelaskan topik permasalahan dengan menggunakan alat raga.



Informasi kesehatan melalui televisi sangatlah penting ditengah wabah virus dan pandemi yang melanda seluruh dunia termasuk Indonesia saat ini. Banyak

literatur yang mengkaji komunikasi massa terutama dalam tayangan televisi dipandang memiliki posisi strategis membangun peradaban masyarakat seperti pada penelitian terdahulu yang dijadikan penulis sebagai referensi Yanti (2013), Agustin (2019), Annas (2017), Ciciliani (2018), Saputra (2019). Lembaga penyiaran baik milik negara maupun swasta dengan ragam kualitas konten penyiaran yang ada di dalamnya bukan hanya memiliki saluran informasi, hiburan dan control social tetapi ada fungsi lainnya yaitu fungsi edukasi. Keempat fungsi tersebut disadari akan memberikan pengaruh tidak kecil dalam membentuk masyarakat yang cerdas, berwawasan luas dan bermoral baik. Tanpa kehadiran media massa ditengah masyarakat proses terwujudnya peradaban masyarakat yang lebih baik akan lebih lamban. Sebagian kalangan menilai media massa terutama televisi dapat dianalogikan seperti pisau bermata dua. Artinya bisa memberikan peran dan fungsi yang konstruktif dan positif tetapi juga sebaliknya negative dan destruktif (Sarhini, Wahyuddin, Kusnawan, Hikmat dan Muhaimin, 2020: 2)

Kekhawatiran orang untuk berkunjung ke rumah sakit menjadi permasalahan sendiri ditengah pandemi ketika seseorang memiliki masalah kesehatan namun takut tertular jika pergi ke dokter untuk berobat. Sebagai tayangan *talkshow* kesehatan program Dr Oz Indonesia dianggap memberikan peran dan fungsi yang positif dan konstruktif. Kehadirannya memberikan informasi kesehatan melalui televisi, menjadi alternatif pilihan masyarakat untuk mengurangi kontak dengan rumah sakit. Program tayangan mengenai informasi kesehatan sangatlah berperan membantu masyarakat dalam menangani masalah kesehatannya secara mandiri di rumah, dan dapat berinteraksi dengan para pakar kesehatan untuk mendapatkan informasi yang akurat terkait hal-hal yang dapat mengurangi risiko terjangkitnya wabah virus.

Dari penyampaian informasi kesehatan pada tayangan Dr. Oz Indonesia ini, sudut pandang khalayak sebagai penonton menjadi hal menarik untuk dikaji dalam penelitian ini. Khalayak akan memberikan respon dan pemaknaan yang beragam terhadap tayangan Dr. Oz Indonesia tersebut. Khalayak diposisikan sebagai pihak yang memiliki kekuatan dalam menciptakan makna atas media. Hubungan keduanya akan menjadi menarik, dimana media dan audiens pada akhirnya akan saling membutuhkan, saling memberi, saling mengambil keuntungan satu sama lain, serta memainkan peran masing-masing yang dinamis (Agustin, 2019: 7). Oleh karena ini, penelitian ini beragumentasi mengenai bagaimana khalayak memaknai tayangan Dr. Oz Indonesia dan pesan informasi kesehatan yang disampaikan.

Dalam penelitian ini, menggunakan analisis resepsi, yang memfokuskan bagaimana individu menginterpretasikan isi media melalui proses pemaknaan dan pemahaman atas teks media dalam hal ini program edukasi kesehatan tayangan Dr. Oz Indonesia. Penggagas analisis resepsi, Stuart Hall (1973) mengungkapkan konsep dimana pesan tidak lagi dianggap sebagai sesuatu yang mudah diterima secara sama antara pengirim pesan kepada penerima pesan. Khalayak yang berbeda akan menginterpretasikan pesan dengan berbeda pula sesuai dengan proses pemaknaan yang terjadi dalam masing-masing individu. Meskipun sedang menonton satu program yang sama diwaktu yang sama pula, namun belum tentu menghasilkan makna yang sama (Agustin, 2019: 8).

Khalayak program acara Dr. Oz Indonesia yang akan penulis jadikan informan penelitian ini sendiri merupakan orang-orang yang menonton acara Dr. Oz Indonesia yang bertempat tinggal di daerah Jakarta Timur, dengan profesi atau pekerjaan yang berbeda-beda. Alasan penulis memilih informan dengan profesi atau pekerjaan yang berbeda-beda ini karena penulis ingin melihat bagaimana pandangan

mereka masing-masing sesuai pekerjaan mereka mengenai program acara Dr. Oz Indonesia. Apakah dengan pekerjaan mereka tersebut dapat mempengaruhi sudut pandang dan pemahaman mereka terhadap acara Dr. Oz Indonesia, ataukah pemahaman mereka akan program acara Dr. Oz Indonesia tetap bersandar pada pengalaman menonton dan kepentingan mereka masing-masing. Disini, penulis membatasi pemilihan informan penulis kepada orang-orang dengan profesi atau pekerjaan sebagai tenaga medis yang juga mengerti akan masalah kesehatan dan berkaitan dengan objek yang menjadi penelitian ini yang juga merupakan program acara kesehatan, lalu karyawan biasa, kemudian para Ibu rumah tangga yang banyak memiliki waktu di rumah.

Dikutip dari kapanlagi.com, pada tayangan Dr. Oz Indonesia, informasi-informasi yang disampaikan diharapkan mampu menambah pengetahuan masyarakat mengenai kesehatan, dapat diterapkan pada kehidupan sehari-hari dan diharapkan dapat mengubah perilaku seseorang menjadi lebih sehat dan menjaga kesehatannya (Sasongko, 2013). Pemanfaatan dari informasi kesehatan yang ditampilkan oleh tayangan Dr. Oz Indonesia ini juga sangat mampu membantu memperluas jangkauan area wilayah sebaran informasi kesehatan, mempercepat informasi sampai ke sasaran yang berbeda beda geografis, kelas sosial, maupun kultural. Kemudian pula, sifat masyarakat yang cenderung percaya bahwa informasi tersebut benar adanya apabila yang menyampaikan adalah orang yang dihormati, dalam tayangan ini yaitu sosok yang sesungguhnya benar berprofesi sebagai dokter (*host* dan bintang tamu Dr. Oz Indonesia).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah resepsi khalayak mengenai tayangan *talkshow* Dr. Oz Indonesia?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui kajian media yang difokuskan pada bagaimana khalayak aktif dan selektif menggunakan media televisi tayangan *talkshow* “Dr. Oz Indonesia” sebagai cara untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi kesehatan.

## **1.4 Manfaat penelitian**

### **I.4.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan mampu digunakan sebagai perkembangan ilmu komunikasi dan jurnalistik khususnya dalam melaksanakan kegiatannya. Penelitian ini juga diharapkan mampu dijadikan sebuah referensi bagi khalayak pembaca yang ingin mendalami ilmu jurnalistik.

### **I.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi para praktisi-praktisi media dalam hal memberikan suatu informasi yang aktual. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman sosial mengenai bagaimana khalayak media memaknai suatu sajian informasi dalam tayangan televisi yang dipengaruhi oleh latar belakang yang berbeda. Selain itu, penulis berharap dengan penelitian ini, maka orang akan lebih mengetahui manfaat yang diberikan program acara Dr. Oz

Indonesia kepada masyarakat dan kelebihan-kelebihan yang ada pada acara Dr. Oz Indonesia.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini penelitian terdahulu, keterkaitan jurnal dengan penelitian, teori penelitian, dan kerangka berpikir.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini metode penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data, penentuan informan, teknik analisis data, teknik keabsahan data, serta waktu dan lokasi penelitian.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PENGABSAHAN**

Dalam bab ini sejarah tayangan dr. Oz Indonesia, hasil penelitian dan pembahasan.

### **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini kesimpulan dan saran.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Syarifah Usma, 2021

**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP ACARA TALKSHOW DI TENGAH PANDEMI VIRUS CORONA (Studi Deskriptif Pemirsa Televisi Dr. Oz Indonesia TransTV)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas FISIP, Ilmu Komunikasi

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]