

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG**

Perkembangan media massa saat ini menyajikan berbagai informasi terkait realitas kehidupan yang disampaikan kepada masyarakat dalam bentuk media. Media massa merupakan alat pada masa kini yang digunakan untuk menyampaikan informasi dari sumber kepada penerima atau audiens dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi, Hafied Cangara (1998;134-135) dalam artikel Hamdani Thaha. Munculnya kesadaran di dalam masyarakat terkait arti dan nilai dari informasi yang penting yang disajikan membuat masyarakat saat ini tidak dapat lepas dari berita dan informasi yang disajikan oleh media.

Pada era saat ini, media massa selain dari segi kualitas juga harus didukung oleh ketepatan dan aktualitas dalam menyampaikan suatu berita atau informasi kepada audiens. Media cetak maupun elektronik saat ini merupakan media massa yang banyak digunakan masyarakat di berbagai lapisan sosial yang ada. Salah satu media massa yang digemari masyarakat, dan memiliki aktualitas dan ketepatan dalam menyampaikan informasi saat ini, yaitu televisi. Televisi lahir karena adanya perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat yang semakin maju. Effendi, 1992:177 dalam Witharadia, (2014) mengatakan bahwa televisi saat ini merupakan perpaduan antara unsur film dan unsur radio. Audiens tidak mungkin dapat menangkap siaran televisi, jika tidak ada unsur-unsur film, begitu pula audiens tidak dapat mendengarkan suara dari televisi jika tidak ada unsur-unsur radio di dalamnya.

Sebagai salah satu media massa, televisi merupakan media yang paling digemari selama puluhan tahun belakang. Televisi digemari masyarakat karena sebagai media hiburan dan informasi yang aktual. Televisi yang bersifat audio visual, televisi dapat menghadirkan acara musik, film, sinetron, *reality show*, serta acara-acara lain yang melibatkan para artis dan idola para audiens. Bukan hanya itu, televisi juga menayangkan hiburan berupa acara olahraga, audiens dapat menonton berbagai acara pertandingan tanpa harus datang langsung ke lokasi

pertandingan atau stadion. Melalui televisi, acara yang disiarkan memiliki pesona tersendiri dan juga pemaknaan tersendiri bagi audiens karena dapat menyiarkan acara secara langsung dari lokasi kejadian (Aceng Abdullah & Lilis Puspitasari (2018:102)).

Setiap hari stasiun televisi di Indonesia menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan sangat beragam. Berbagai jenis program televisi tersebut, menurut buku Manajemen Media Penyiaran Edisi Revisi karya Morissan, dikelompokkan berdasarkan jenisnya menjadi: 1. Program informasi, dan 2. Program hiburan. Program informasi terbagi lagi kedalam beberapa jenis, yaitu berita keras (*Hard news*) merupakan laporan berita terkini dan harus segera disiarkan. Lalu berita lunak (*Soft news*) merupakan kombinasi dari fakta, gosip, opini, dan *talk show*. Sedangkan program hiburan terbagi atas lima jenis kelompok besar yaitu musik, drama, *game show*, pertunjukan, dan olahraga (*Sport*), (Ardianto, 2020).

Tayangan olahraga yang ada di tv merupakan salah satu program hiburan yang memiliki banyak peminat. Selain untuk menghibur, tayangan olahraga di televisi juga dapat mempengaruhi penontonnya untuk ikut melakukan olahraga dengan tujuan untuk mengisi waktu luang dengan kegiatan yang positif dan menarik, serta mengedukasi terkait pola hidup sehat. Tetapi dalam tayangan olahraga ekstrim seperti tinju, gulat, atau olahraga beladiri lainnya yang ditayangkan dan ditujukan khusus untuk orang dewasa memuat adegan sadis dan kekerasan berlebih tanpa adanya sensor. Olahraga ekstrim merupakan olahraga yang memacu adrenalin penonton dan berbahaya karena memiliki tingkat resiko yang cukup tinggi. Salah satu tayangan olahraga ekstrim di Indonesia yang diminati oleh masyarakat yaitu *One Pride Mix Martial Art (MMA)* di TV One. *One Pride MMA* di TV One merupakan salah satu ajang pertandingan beladiri *Mix Martial Art (MMA)* yang terdiri dari seni beladiri campuran yang dipertandingkan dan disiarkan oleh channel TV One. *One Pride MMA* pertama kali tayang pada tahun 2016 dan mendapat penghargaan Panasonic Award dalam kategori program olahraga terfavorit pada tahun 2017 (Kevin, 2019).

*One Pride MMA* diklaim oleh Ardie Bakrie sebagai salah satu upaya untuk menggerakkan beladiri campuran atau *MMA* di Indonesia. Ardi Bakrie, merupakan

salah satu penggagas *One Pride MMA* yang sekaligus ketua Komite Olahraga Beladiri Indonesia (KOBBI), mengatakan bahwa tujuan mengadakan *One Pride MMA* untuk mengisi kekosongan pertandingan *MMA* tingkat nasional setelah berhentinya *TPI Fighting Championship* (TPI FC) pada tahun 2005. Pada tahun 2016 hadirnya *One Pride MMA* diharapkan dapat kembali mengenalkan *MMA* pada masyarakat Indonesia dan menjadi wadah para atlet dan pegiat *MMA* (Wibisono 2018, dalam Kevin, 2019). Langkah KOBBI dan TV One mengangkat kembali *MMA* di Indonesia dapat dilihat sebagai upaya untuk memajukan minat masyarakat terutama para atlet dalam bidang olahraga, salah satunya melalui *One Pride MMA*.

Pada awal tayang *One Pride MMA*, TVone menggunakan Teori Jarum Hipodermik atau Teori Peluru yang digagas oleh Harold Lasswell pada tahun 1920 an. Teori tersebut mengatakan bahwa pesan sebuah media digambarkan seperti peluru ajaib yang dapat memasuki pikiran khalayak dengan menyuntikkan beberapa pesan yang membuat media mengontrol apa yang khalayak lihat dan dengar dari media tersebut, sebagaimana dikatakan Gardhini, (*Kompasiana*, 2021). Teori ini digunakan TVOne untuk melihat bahwa tidak ada stasiun TV lain yang menayangkan acara olahraga serupa, sehingga TV One membuat sebuah acara olahraga yang memiliki tayangan berbeda daripada tayangan olahraga pada umumnya. Acara *One Pride MMA* dijadikan sebuah acara untuk menyampaikan sebuah pesan yang dapat merubah pola penerimaan pesan khalayak secara cukup cepat. Khalayak yang pada awalnya tidak mengetahui atau kurang terbiasa dengan olahraga ekstrem berupa seni beladiri campuran pada akhirnya mengetahui dan dapat menerima secara positif acara tersebut.

*One Pride MMA* yang ditayangkan oleh TVone ini disponsori oleh Surya Pro digandeng dengan Komite Olahraga Beladiri Indonesia (KOBBI) sehingga dapat menjadi tontonan bagi masyarakat Indonesia. *One Pride MMA* juga digandeng dengan *Ultimate Fighting Championship* (UFC). UFC merupakan pertandingan *MMA* terbesar di dunia. Bentuk kerjasama yang dilakukan mulai dari pengiriman atlet terbaik Indonesia ke UFC hingga peningkatan teknis kualitas *One Pride MMA* di Indonesia (Kevin, 2019). Melalui kerjasama ini, *One Pride MMA* bertujuan untuk terus meningkatkan kualitas pertandingan sehingga dapat menjadi ajang olahraga sekaligus hiburan yang kondusif bagi para penggemar. Salah satu contoh hasil

kerjasama antara *One Pride MMA* dengan UFC adalah model ring pertandingan yang digunakan yaitu berbentuk oktagon dengan dikelilingi jaring besi. Bentuk ring ini juga menjadi salah satu ciri dari pertandingan *MMA*. Bakri (dalam Wibisono 2018) mengatakan bahwa penerapan ring octagon dengan jaring besi yang mengelilingi ring bertujuan untuk menciptakan kesan ekstrim kepada penonton supaya seolah-olah para petarung bertarung di dalam sangkar dan tidak bisa kabur sebelum ada yang menjadi juara.

Dalam pertarungan *MMA*, para atlet atau *fighter* harus menguasai teknik dalam menyerang. Teknik-teknik yang harus dikuasai yaitu memukul atau menendang (*striking*), melempar tubuh lawan dengan teknik bantingan (*throwing*), menekan/mengunci musuh dengan teknik Jujitsu (*pinning*), teknik pertahanan dengan cara menghindar serta memblok serangan (*evading, blocking, escape*). Itu merupakan teknik dasar yang harus dikuasai oleh atlet atau *fighter MMA*. Teknik menyerang dalam posisi berdiri (*stand up fighting*) mengadopsi beladiri dari Muay Thai dengan menggunakan semua gerakan dalam Muay Thai untuk teknik bertarung seperti penggunaan lutut (*knee*) dan siku (*elbow*). Teknik *MMA* dalam posisi serangan bawah yang disebut *ground* mengadopsi *Brazilian Jiu-Jitsu*, yaitu untuk melumpuhkan lawan (*Submission*) atau melumpuhkan lawan karena dianggap lebih efektif dalam pertarungan bebas (Hakim, 2015). Selain itu, faktor lain yang penting dari *MMA* bagi *fighter* yaitu meningkatkan kekuatan, *cardio, conditioning*, kecepatan dan ketepatan.

Sebagai salah satu perhelatan pertarungan bebas, *One Pride MMA* tidak memiliki peraturan yang ketat seperti olahraga serupa, yaitu tinju. *One Pride MMA* mengadopsi peraturan dari UFC, yaitu petarung/*fighter* bebas memukul bagian tubuh manapun kecuali alat vital manusia. Serupa dengan acara ekstrim lain, seperti Tinju dan Smackdown, *One Pride MMA* juga kerap mendapat kritikan terkait apakah acara tersebut murni ajang olahraga atau hanya mengumbar kekerasan tanpa dapat dikelompokkan sebagai ajang olahraga. Karena acara *One Pride MMA* menampilkan pertarungan yang sampai menyebabkan petarungnya berdarah-darah akibat dari pukulan dan tendangan. Maka hal tersebut menyebabkan elemen masyarakat tertentu yang mengeluhkan kebrutalan pertarungan tersebut. Terkadang penonton juga dibuat ngeri ketika salah satu petarung kalah *Knock Out (KO)* karena

terjatuh akibat terkena pukulan atau tendangan dari lawan. Namun bagi penggemar beladiri dan olahraga ekstrem, kebrutalan dalam pertarungan menjadi salah satu nilai keunikan dan hiburan tersendiri.

Penonton memilih acara televisi berdasarkan minat masing-masing. Penonton (audiens) merupakan sasaran dari komunikasi massa melalui siaran televisi yang bersifat heterogen karena penonton memiliki dasar atau sudut pandang berbeda satu dengan yang lain berdasar latar belakangnya, sebagaimana dikatakan Effendi, (1992:8) dalam Witharadia, (2014). Pengguna jasa media massa, seperti pendengar radio dan penonton acara televisi, merupakan audiens yang berasal dari berbagai latar belakang sosial, seperti lapisan sosial, pendidikan, keinginan, kesenangan, budaya dan agama (Sari, 1993:4).

Penonton program televisi menghasilkan audiens yang beragam, mulai dari usia, status, sampai kelas sosial. Contohnya yaitu acara *One Pride MMA*, yang memiliki penonton baik beragam usia maupun latar belakang. Kajian terhadap *One Pride MMA* dari berbagai sudut pandang menjadi hal yang menarik karena dapat menggali fenomena yang ada di balik acara tersebut. Kajian ini dapat menggali bagaimana tayangan *One Pride MMA* ditempatkan sebagai identitas sosial, *One Pride MMA* sebagai industri dan hiburan, bagaimana para atlet *MMA* dikonstruksikan, relasi antara atlet dan fans, keberagaman *audience One Pride MMA*, teknologi informasi yang digunakan para fans untuk memperoleh berita terbaru, gender, hingga dampak acara *One Pride MMA* terhadap kehidupan sosial (Santosa et al, 2014:x). Beragam penonton mampu mereaksi pesan yang diterima dari sebuah acara televisi yang ditayangkan. Audiens memiliki karakteristik demografis dan psikografis yang berbeda-beda, sehingga terkadang menghasilkan penerimaan (resepsi) audiens yang beragam, misalnya dari segi hobi, gaya hidup, hiburan, minat, asal daerah, jurusan di universitas, kelompok sosial, dan lain sebagainya.

Blumer dan Katz (1979), dalam Imran (2012) menyatakan bahwa seiring dengan berkembangnya televisi dan media lain yang serupa, individu dapat membuat pilihan dan memahami apa yang mereka konsumsi dari teks yang diberikan. Individu atau audiens dapat memilih untuk mengkonsumsi teks dengan tujuan hiburan, sosialisasi melalui interaksi emosional, *personal identity*, meniru



perilaku pada tayangan, dan mencari berita-berita terbaru (*hard news* dan *soft news*). Stuart Hall (Xie et al., 2022 dalam Ariestyani & Ramadhanty, 2022) mengatakan bahwa audiens melakukan pemaknaan (*decoding*) terhadap pesan dari media atau tayangan melalui tiga kemungkinan sudut pandang, yaitu *dominant hegemonic*, *negotiated*, dan *oppositional*. Perbedaan sudut pandang audiens terjadi karena setiap individu memiliki latar belakang yang berbeda-beda seperti pendidikan, kelas sosial, dan budaya.

Hal ini yang mendasari pandangan bahwa audiens, memiliki kelompok atau kemampuan pribadi untuk membuat keputusan dan menginterpretasikan makna. Kemampuan individu ini terkadang sering bersinggungan dengan pengaruh dari struktur sosial dan budaya yang ada, sehingga mengakibatkan ada individu yang dapat bertindak berdasarkan kemampuan pribadi dan juga ada individu yang dapat bertindak mengikuti pengaruh dari kelompok atau organisasi masyarakat yang ada. Pengaruh tindakan tersebut juga tergantung dari posisi sosial atau status sosial individu di dalam masyarakat. Audiens dapat bertindak secara aktif pada tingkat individu, tingkat sosial (seperti dalam kelompok nonton bareng, komunitas, hobi yang sama), maupun tingkat politisi (misal netizen, kritisi). Sehingga hal ini membuat perilaku audiens dalam menikmati, menggunakan dan memaknai media menjadi penting sebagai objek untuk penelitian.

Untuk mengidentifikasi interpretasi audiens, penelitian ini menggunakan teori analisis, yaitu *Reception Analysis*. Studi analisis resepsi merupakan suatu metode yang bertujuan untuk memahami sebuah proses pembuatan makna yang dilakukan oleh audiens ketika menonton sebuah tayangan atau informasi pada media, dan juga didasari pada asumsi dari Stuart Hall. Asumsi tersebut ditentukan oleh audiens yang bersifat aktif, dimana audiens mempunyai kuasa untuk memproduksi dan mereproduksi makna yang ada pada sebuah tayangan, Ida (2014).

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada tayangan *One Pride MMA*, karena tayangan tersebut merupakan tayangan hiburan olahraga yang termasuk ke dalam olahraga ekstrim yang terdapat adegan kekerasan di dalamnya, dan di Indonesia sendiri olahraga ekstrim seperti *MMA* disarankan dapat tayang di tv dengan sasaran penonton kaum muda atau remaja hingga orang dewasa dan tidak untuk anak-anak, karena tayangan *MMA* berisi kekerasan dan pertarungan *full body*

*contact* tanpa adanya sensor, yang dianggap tidak baik untuk anak-anak karena berpotensi untuk menirukan adegan tersebut. Kekerasan itu sendiri dapat terbagi kedalam dua kategori yang besar, yaitu kekerasan fisik dan kekerasan verbal. Pada penelitian ini, peneliti memfokuskan penelitian pada kekerasan fisik yang terdapat pada tayangan *One Pride MMA*, Vita Astuti (2013) mengatakan bahwa dalam tayangan televisi, dapat ditemukan kekerasan fisik yang terlihat atau kasat mata, yaitu dalam bentuk pukulan, tendangan, dan tindakan fisik yang melukai orang lain dan merugikan orang lain.

Pada penelitian ini, peneliti ingin melakukan penelitian terkait penerimaan *audiens* remaja dari acara *One Pride MMA* tersebut. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh Departemen Kesehatan RI (2009), terdapat 9 kelompok usia yang ada, dari 9 kelompok usia tersebut terdapat 2 kriteria kelompok untuk masa remaja, yaitu masa remaja awal (usia 12-16 tahun) dan masa remaja akhir (usia 17-25 tahun). Dalam penelitian ini peneliti memilih responden Mahasiswa, yang berdasarkan kriteria usianya masih termasuk ke dalam kelompok masa remaja akhir.

Dalam realita masyarakat masih banyak anggapan bahwa olahraga ekstrem tersebut berisi kekerasan. selain itu, *audiens* acara tersebut masih didominasi oleh laki-laki, karena tayangan *One Pride MMA* dianggap tayangan olahraga ekstrem yang menggambarkan maskulinitas dan berisi adegan kekerasan, seperti yang dikatakan Bagas Langlang Buana (2019) dalam penelitiannya yang mengatakan bahwa olahraga ekstrem seperti pertarungan dan kekerasan sangat identik dengan kaum laki-laki. Berdasarkan uraian-uraian diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan topik **“Resepsi Remaja Tentang Kekerasan dalam Tayangan One Pride MMA di TV One” (Studi Resepsi Penonton Remaja Tayangan One Pride MMA).**

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu “Apa makna kekerasan yang ada dalam tayangan *One Pride MMA* di Tv One menurut para remaja yang menonton tayangan *One Pride MMA*?”

### C. KAJIAN PUSTAKA

Pada penelitian yang pertama ini berjudul *Penerimaan Laki-laki Dewasa di Surabaya Terhadap Program Acara UFC di RCTI* yang ditulis oleh Exchorina Witharadia, yang merupakan penelitian Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Didasarkan pada fenomena tentang tayangan olahraga extreme di stasiun televisi di Indonesia, salah satu tayangannya yaitu UFC yang tayang di RCTI. Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemaknaan penonton laki-laki terhadap program acara UFC. Penelitian ini menggunakan metode adalah deskriptif kualitatif, dengan menggunakan analisis resepsi teori encoding-decoding dari Stuart Hall.

Penelitian ini didasarkan pada fenomena tentang tayangan olahraga extreme yang ada di salah satu stasiun televisi Indonesia, yaitu acara UFC di RCTI. Sebagai pertarungan yang dianggap cukup keras, UFC banyak menimbulkan kontroversi di masyarakat, banyak yang mengatakan jika acara tersebut hanya mempertontonkan adegan kekerasan tanpa adanya unsur olahraga. Bahkan banyak dari masyarakat yang meminta untuk menghentikan acara tersebut. Namun tidak sedikit juga masyarakat yang menganggap acara UFC sebagai tayangan olahraga yang menghibur.

Hasil dari penelitian ini, masyarakat mempersepsikan bahwa seseorang yang memiliki latar belakang beladiri menganggap acara UFC sebagai tayangan olahraga yang menarik. Masyarakat meresepsikan ketika melihat pukulan keras kepada lawan dan jual beli serangan yang dilakukan adalah salah satu segi yang menarik masyarakat dalam menonton UFC.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu persamaan terkait topik, yaitu sama-sama meneliti terkait resepsi audiens atau penonton suatu acara olahraga. Adapun perbedaan dari penelitian di atas dengan penelitian penulis yaitu pada lokasi penelitian, penelitian di atas dilakukan pada acara UFC yang disiarkan oleh RCTI. Sedangkan penelitian penulis dilakukan pada acara *One Pride MMA* di Tv One. Perbedaan lain yang terdapat antara penelitian penulis dengan penelitian di atas yaitu, penelitian di atas menggunakan sudut pandang kajian ilmu komunikasi, sedangkan penelitian penulis menggunakan kajian ilmu sosiologi.



Dalam penelitian kedua yang dilakukan Cornel Dimas (2014) yang berjudul *Audiens dan Program Acara Sepakbola di TV Publik (Resepsi Audiens terhadap Program Acara Liga Italia Serie A di TVRI tentang Konsep Lembaga Penyiaran Publik)*, penelitian yang ditulis sebagai Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menjelaskan bagaimana audiens memaknai Program Acara Liga Italia Serie A di TVRI tentang konsep Lembaga Penyiaran Publik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Deskriptif Kualitatif, dan metode pengumpulan datanya dengan cara wawancara, dokumentasi, serta studi kepustakaan.

Audiens dilihat sebagai agen kultural yang menghasilkan makna dari wacana media. Wacana media dalam penelitian yang dilakukan ini ingin mengungkap terkait program acara Liga Italia Serie A di TVRI tentang konsep Lembaga Penyiaran Publik. Untuk mengungkap wacana tersebut, penelitian ini menggunakan teori encoding-decoding Stuart Hall.

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa audiens pada program Liga Italia Serie A di TVRI tentang konsep Lembaga Penyiaran Publik membuktikan bahwa khalayak tidak pasif. Audiens secara aktif akan mereproduksi makna. Terdapat beberapa faktor yang memberikan kontribusi bagi pembaca audiens terhadap teks Liga Italia Serie A di TVRI, yakni latar belakang pekerjaan, tingkat pendidikan, dan kedekatan sebagai fans. Dari ketiga faktor tersebut yang sering digunakan sebagian besar informan untuk membaca dan memaknai teks yaitu faktor kedekatan informan sebagai fans salah satu klub sepakbola Liga Italia Serie A.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama meneliti terkait resepsi audiens. Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian penulis yaitu objek penelitian dan metode yang digunakan. Penelitian di atas dilakukan pada program acara Liga Italia Serie A di TVRI. Sedangkan penelitian penulis dilakukan pada tayangan acara *One Pride MMA* di Tv One. Perbedaan lainnya yaitu penelitian di atas menggunakan sudut pandang ilmu komunikasi sedangkan penulis pada penelitian ini menggunakan sudut pandang ilmu sosiologi.

Penelitian yang ketiga yaitu dari Idham Hawari (2019), penelitian ini berjudul *Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Gaya Hidup Clubbing yang ditampilkan*

Melalui Foto Dalam Akun Instagram @INDOCLUBBING. Penelitian ini bertujuan memahami dan memaknai khalayak terhadap gaya hidup clubbing yang ditampilkan melalui foto dalam akun Instagram @indoclubbing. Penelitian ini dilakukan karena melihat fenomena clubbing yang semakin menjamur di Indonesia menjadikan clubbing sebagai gaya hidup. Perbedaan jenis kelamin, latar belakang pendidikan, sosial ekonomi status (SES) dan aktivitas clubbing informasi dapat mempengaruhi resepsi mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode reception analysis dan menggunakan teknik pengumpulan data berupa indepth interview.

Hasil dari penelitian ini yaitu informan menginterpretasikan gaya hidup clubbing yang ditampilkan melalui foto dalam akun Instagram @indoclubbing sebagai gaya hidup anak muda dan gaya hidup modern. Hal tersebut ditentukan dari jawaban informan berdasarkan pemilihan foto dan cara berpakaian, yang dinilai sesuai dengan gaya hidup clubbing dan gaya hidup modern mereka. Gaya hidup yang ditampilkan melalui foto Instagram dipahami khalayak sebagai gaya hidup clubbing lebih identik dengan kegiatan yang dilakukan oleh kalangan anak muda di jaman sekarang, gaya hidup clubbing lebih tentang kegiatan berpesta, dugem yang dimana hal tersebut tidak jauh dengan minuman beralkohol. Dari 7 foto yang dipilih untuk diinterpretasikan dalam penelitian, berdasarkan kriteria-kriteria yang ditentukan oleh peneliti, yaitu keberagaman destinasi clubbing nya, pakaian yang dikenakan dan subjek dalam foto yang memungkinkan muncul berbagai tanggapan, hal tersebut mendapat hasil yaitu 3 informan telah memberikan pendapat pada posisi dominan hegemoni, 3 informan lainnya memberikan pendapatnya di negotiated-code position dan hanya 1 narasumber yang memberikan pendapat pada oppositional code position.

Persamaan dari penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu sama-sama meneliti terkait reception analysis audience dengan pendekatan teori dari Stuart Hall. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut yaitu pada lokasi penelitian, penelitian yang dilakukan penulis yaitu pada tayangan *One Pride MMA*. Sedangkan penelitian tersebut dilakukan pada akun Instagram @Indoclubbing.

## D. KERANGKA KONSEPTUAL

### a. Program Acara Televisi (Tv One)

Program acara televisi menurut Morissan merupakan segala hal yang ditampilkan oleh stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan penonton atau audiensnya. Program acara yang ditampilkan berisi faktor-faktor yang membuat penonton atau audiens tertarik untuk mengikuti atau menonton siaran yang ditayangkan oleh stasiun penyiaran. Dalam Undang-undang penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara televisi, akan tetapi menggunakan kata siaran. UU No. 32 tahun 2002 pasal 1 (1) mengatakan bahwa siaran merupakan pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar yang berbentuk grafis, karakter, dapat yang bersifat interaktif maupun tidak, dan yang dapat diterima oleh perangkat penerima siaran, seperti televisi, Morissan (Jakarta: Kencana, 2015) dalam Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi. Di Indonesia sendiri pada umumnya program siaran televisi diproduksi oleh stasiun televisi itu sendiri. Program acara itu sendiri terbagi kedalam beberapa bagian, yaitu program informasi dan program hiburan. Program informasi terdiri dari berita keras (*Hard News*), berita lunak (*Soft News*). Program hiburan sendiri terdiri dari musik, drama, *game show*, pertunjukan, dan olahraga (*Sport*).

TvOne adalah salah satu stasiun televisi yang ada di televisi Indonesia, TvOne menyatakan diri sebagai televisi berita dan olahraga (*News and Sport*). Stasiun Televisi TvOne pertama kali tayang di Tv Indonesia pada tanggal 14 Februari 2008, yang diresmikan oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. TvOne secara progresif dapat menginspirasi masyarakat Indonesia yang berusia 15 tahun ke atas untuk berpikir maju dan melakukan perbaikan bagi diri sendiri serta lingkungan sekitar melalui program *News and Sport* yang disiarkan oleh TvOne, Dokumen *Company Profile Tv One* (TvOnenews.com). salah satu siaran yang ada pada TvOne yaitu tayangan olahraga yang meliputi pertandingan-pertandingan unggulan yang disiarkan secara langsung oleh penyelenggara, mulai dari Sepak Bola Eropa (Liga Inggris dan Liga Spanyol),

Bola Voli Nasional (Proliga), MotoCross, Tinju Dunia, One Pride MMA, dan masih banyak lagi yang lain.

Perencanaan program televisi yang ada di Tv One didasari pada target konsumen serta hasil riset yang dilakukan, hal ini bertujuan untuk memperoleh audiens sebanyak-banyaknya pada kurun waktu tertentu agar dapat menarik pemasang iklan. Iklan dalam dunia pertelevisian cukup penting, karena pendapatan keuangan terbesar pada industri media salah satunya yaitu dari sektor iklan. Pembagian banyaknya tayangan program muatan berita (*news*) dan muatan non-berita (*entertainment*), yaitu antara lain; sebanyak 70% tayangan untuk muatan berita (*news*) atau informasi, dan sebanyak 30% tayangan untuk muatan non-berita (*entertainment*) berupa olahraga dan hiburan lain, (Nutrotalla, 2010).

**b. *One Pride MMA***

*One Pride MMA* merupakan sebuah ajang pertandingan seni bela diri campuran yang ada di Indonesia atau biasa disebut dengan *Mix Martial Art (MMA)*. Kompetisi ini disiarkan secara langsung oleh salah satu stasiun televisi Indonesia, yaitu stasiun TvOne, kompetisi ini dibentuk melalui kerjasama antara stasiun TvOne dengan Komite Olahraga Beladiri Indonesia (KOBBI). Latar belakang dibentuknya kompetisi ini adalah untuk mewadahi dan menumbuhkan minat masyarakat terhadap *MMA*, serta untuk melahirkan atlet-atlet bela diri terutama dalam bidang *MMA* yang berkualitas dan dapat berkompetisi baik di tingkat nasional hingga internasional. *One Pride MMA* menjadi wadah bagi pemuda Indonesia untuk dapat tampil dan membuktikan kemampuan diri yang tidak hanya tangguh di jalanan tetapi juga di arena dan dapat meraih prestasi yang mengharumkan nama baik daerah serta bangsa Indonesia.

Populernya kompetisi seni bela diri campuran (*MMA*) di kelas dunia pada pertengahan 2010-an, membuat Ardie Bakrie, sebagai CEO TvOne, yang bekerjasama dengan KOBBI, mendirikan sebuah kompetisi seni bela diri campuran di Indonesia dengan nama *One Pride MMA* dan yang disiarkan secara langsung di TvOne. Kehadiran *One Pride MMA* ini menjadi titik balik

sekaligus pengganti dari kompetisi *MMA* sebelumnya, setelah vakum pada tahun 2005 yang lalu. *One Pride MMA* atau biasa dikenal juga dengan nama *One Pride MMA Never Quit*, hal ini karena *One Pride MMA* disponsori langsung oleh Surya Pro dan bekerjasama secara langsung. Kompetisi ini menjadi salah satu terobosan baru di bidang olahraga, karena kompetisi ini menggabungkan dari beberapa seni bela diri yang ada di Indonesia ke dalam sebuah kompetisi yang disebut *MMA*, hal ini juga yang menjadi daya tarik bagi kalangan remaja dan dewasa, sehingga *MMA* menjadi sebuah sarana hiburan yang ada di televisi. Tayangan *MMA* dinilai sebagai sebuah tayangan yang mengandung konten hiburan karena didalamnya terdapat drama dari adu ketangkasan petarung, adegan saling pukul, banting, tendang, dan teknik kunci antar petarung yang ada pada tarung bebas atau *MMA*, sehingga mampu menghibur para penontonnya.

### c. *Audiens*

Teori *Audiens* melihat bahwa audiens secara aktif memahami teks media dengan cara memberikan makna atas pemahaman dan pengalaman yang sesuai dengan apa yang dilihat. Makna pesan sendiri tidak bersifat permanen, sehingga makna yang ada dikonstruksi oleh audiens melalui komitmen dalam suatu kegiatan dalam interpretatif. Khalayak atau audiens bersifat aktif dalam menginterpretasi dan memaknai teks media, McQuail (Palmgren et al, 1985). McQuail mendefinisikan beberapa audiens yang ada, yaitu :

1. Audiens sebagai kumpulan penonton, pembaca, pendengar, dan pemirsa.  
Audiens didefinisikan sebagai penerima pesan dalam komunikasi massa, keberadaannya cukup besar, heterogen dan berjumlah banyak.
2. Audiens sebagai media massa.  
Pada definisi ini menekankan bahwa audiens bersifat besar, heterogenitas, penyebaran, anonimitas serta lemahnya organisasi sosial dan komposisinya yang berubah dengan cepat dan tidak konsisten.



3. Audiens sebagai politik atau kelompok sosial.

Audiens didefinisikan sebagai praksistensi dari kelompok sosial yang aktif, interaktif, dan sebagian besar otonom yang dilayani oleh media tertentu, tetapi keberadaannya tidak bergantung pada media.

4. Audiens sebagai pasar.

Audiens didefinisikan sebagai calon konsumen produk dan sebagai audiens jenis iklan tertentu yang merupakan sumber pendapatan media-media penting lainnya.

**d. Resepsi Audiens**

Menurut Jensen dan Jankowski, 1991:136 dalam Dimas (2014) mengatakan bahwa analisis resepsi lahir dari gabungan dua tradisi yang ada, yaitu humaniora dan tradisi efek. Dilihat dari sisi humaniora yaitu melakukan pendekatan teks sebagai fokus makna untuk didalami oleh pembaca atau penonton yang berkompeten melalui tindakan hermeneutik yang fokus analisisnya cenderung terkait sekitar teks itu sendiri daripada budayanya. Sedangkan tradisi efek telah melahirkan penelitian efek terhadap audience baik itu secara kuantitatif maupun kualitatif. Oleh karena itu analisis resepsi menunjukkan bahwa audience dan konteks komunikasi massa dapat dianalisis secara sosial dan secara empiris. Analisis sosial melihat bahwa audiens dapat membentuk sebuah penerimaan dan pemaknaan dibentuk oleh lingkungan melalui proses interaksi sosial dan sosialisasi antar individu.

Analisis resepsi merupakan salah satu pendekatan yang baru untuk sebuah penelitian, terutama penelitian tentang khalayak media. Menurut Fiske dalam *reception analysis* khalayak atau audiens merupakan pihak yang berupaya mencari makna dari sebuah pesan dalam teks media yang ditampilkan. Resepsi audience pada dasarnya menempatkan audiens atau penonton sebagai agen kultural yang memiliki kuasa tersendiri dalam hal menghasilkan makna dari berbagai wacana dalam media. Audience mengkonstruksikan makna dari isi media yang ditampilkan. Pemaknaan suatu media bukanlah suatu yang kaku, penampilan yang disajikan dalam media hanya memiliki makna ketika media

tersebut terjadi resepsi, yaitu ketika media tersebut dibaca, dilihat, didengarkan, dan diinterpretasikan oleh audience.

Studi yang berfokus pada khalayak atau penonton menekankan pada fakta terkait khalayak yang berbeda menggunakan dan menginterpretasikan teks atau acara dengan cara yang berbeda dengan yang disampaikan oleh encoder (pembuat teks) dan juga berbeda dengan khalayak yang lain. Hal ini menegaskan bahwa peran khalayak atau penonton dalam mengkonstruksikan sebuah makna. Suatu acara yang sama, dapat menghasilkan pemaknaan yang berbeda bagi tiap audience yang menonton, meskipun acara tersebut ditonton dalam waktu yang sama. Oleh karena itu resepsi audience membantu dalam memahami terkait audience yang berbeda latar belakang menginterpretasikan program acara yang sama.

**e. Konsep Kekerasan**

Acara hiburan di Televisi yang dianggap biasa ternyata dapat mengandung unsur kekerasan juga di dalamnya. Unsur kekerasan yang ditampilkan tidak hanya kekerasan fisik maupun non-fisik, tetapi juga kekerasan secara simbolik, Bourdieu dalam Martono (2012: 39), mengatakan bahwa kekerasan berada dalam ruang lingkup kekuasaan, kekerasan merupakan pangkal atau hasil dari sebuah praktik kekuasaan. Kekerasan dapat menimbulkan situasi yang menyakitkan dan dapat menimbulkan dampak yang negatif.

Kekerasan menghasilkan ilustrasi sifat, aturan sosial, yang merupakan sebuah pelanggaran aturan dan reaksi sosial terhadap pelanggaran aturan yang kompleks dan yang bertentangan. Sebagian besar masyarakat hanya memahami kekerasan sebagai sebuah bentuk dari perilaku fisik yang kasar, keras, dan penuh dengan emosi. Menurut Sunarto (2009: 11) dalam Ardianto (2014) istilah kekerasan dipakai untuk menggambarkan sebuah perilaku, baik yang terbuka (*overt*) maupun tertutup (*convert*), dan bersifat menyerang (*offensive*) atau bertahan (*defensive*), yang bersamaan dengan penggunaan kekuatan yang ditujukan kepada orang lain. Kekerasan memiliki beberapa bentuk, antara lain kekerasan fisik, verbal berdampak psikis, dan simbolik.

Kekerasan merupakan sebuah upaya untuk mempertahankan kekuasaan dan dilakukan dengan sengaja tanpa ada unsur kebetulan.

Kekerasan fisik merupakan kekerasan yang terjadi secara langsung atau dapat dilihat dan dirasakan oleh tubuh secara langsung. Kekerasan fisik juga dapat menimbulkan luka bagi korban atau penerima kekerasan. Dalam tayangan *One Pride MMA* sendiri memperlihatkan kekerasan fisik yang berupa pukulan, tendangan, kunciian tubuh, tangkisan, mendorong, menjatuhkan, mencekik, dan lain-lain yang dapat menyebabkan orang lain terluka.

**f. *Encoding-Decoding* Stuart Hall**

*Encoding-Decoding* merupakan proses yang terpisah, yaitu *encoding* terjadi pada tahap produksi yang mengacu pada proses ideologis, profesional, dan teknis yang memberi informasi bagaimana dunia direpresentasikan dalam teks-teks media. Sedangkan *decoding* merupakan proses bagaimana audience mengonsumsi suatu media dan merepresentasikannya.

*Encoding-Decoding* merupakan model komunikasi yang digagas oleh Stuart Hall sebagai gagasan lain dari alur komunikasi klasik yang berupa *sender-message-receiver*. Dalam *encoding-decoding*, Hall menjelaskan bahwa alur komunikasi berupa *production-circulation distributor / consumption-reproduction*. Model tersebut menempatkan audiens sebagai khalayak aktif yang dapat memaknai bahkan mereproduksi pesan yang disampaikan. Hadi, 2009 dalam Hawari (2019), menjelaskan bahwa makna teks media bukan merupakan suatu sifat yang transparan, melainkan produk interpretasi dari pembaca dan penonton. Isi media dapat dipahami sebagai bagian dari sebuah proses yang dikonstruksikan melalui pembacaan yang diperoleh dari gambar dan teks pada suatu bahasa.

Model *encoding-decoding* yang diungkapkan oleh Stuart Hall dan David Morley berpusat pada gagasan bahwa penonton bervariasi dalam merespon pesan-pesan media atau acara. Hal ini dikarenakan audience dipengaruhi oleh posisi audience secara sosial, jenis kelamin, usia, etnis, pekerjaan, pengalaman, keyakinan, serta posisi audience dan perilaku audience dalam menyaksikan acara, (Morley, 2005).

Barker, 2005 dalam Hawari (2019) berpendapat bahwa khalayak yang ditempatkan dalam posisi yang berbeda akan mampu membaca dan atau menafsirkan (*decoding*) pesan yang disampaikan oleh media secara alternatif. Pesan yang telah dikonstruksikan dapat dimaknai dan diinterpretasikan secara beda oleh audiens. Stuart Hall mengenalkan tiga konsep terhadap posisi yang muncul dari adanya suatu proses *decoding* audiens terhadap pesan yang ingin disampaikan dari media. Tiga posisi dari konsep Hall yaitu sebagai berikut.

1. *The Dominant-Hegemonic Position,*

Khalayak menerima, mengakui dan setuju dengan makna yang dikehendaki, tanpa adanya penolakan. Posisi ini audiens juga akan menghasilkan pesan yang sama ketika pesan tersebut diproduksi oleh produsen (proses *encoding/decoding* dominan).

2. *The Negotiated-Code Position,*

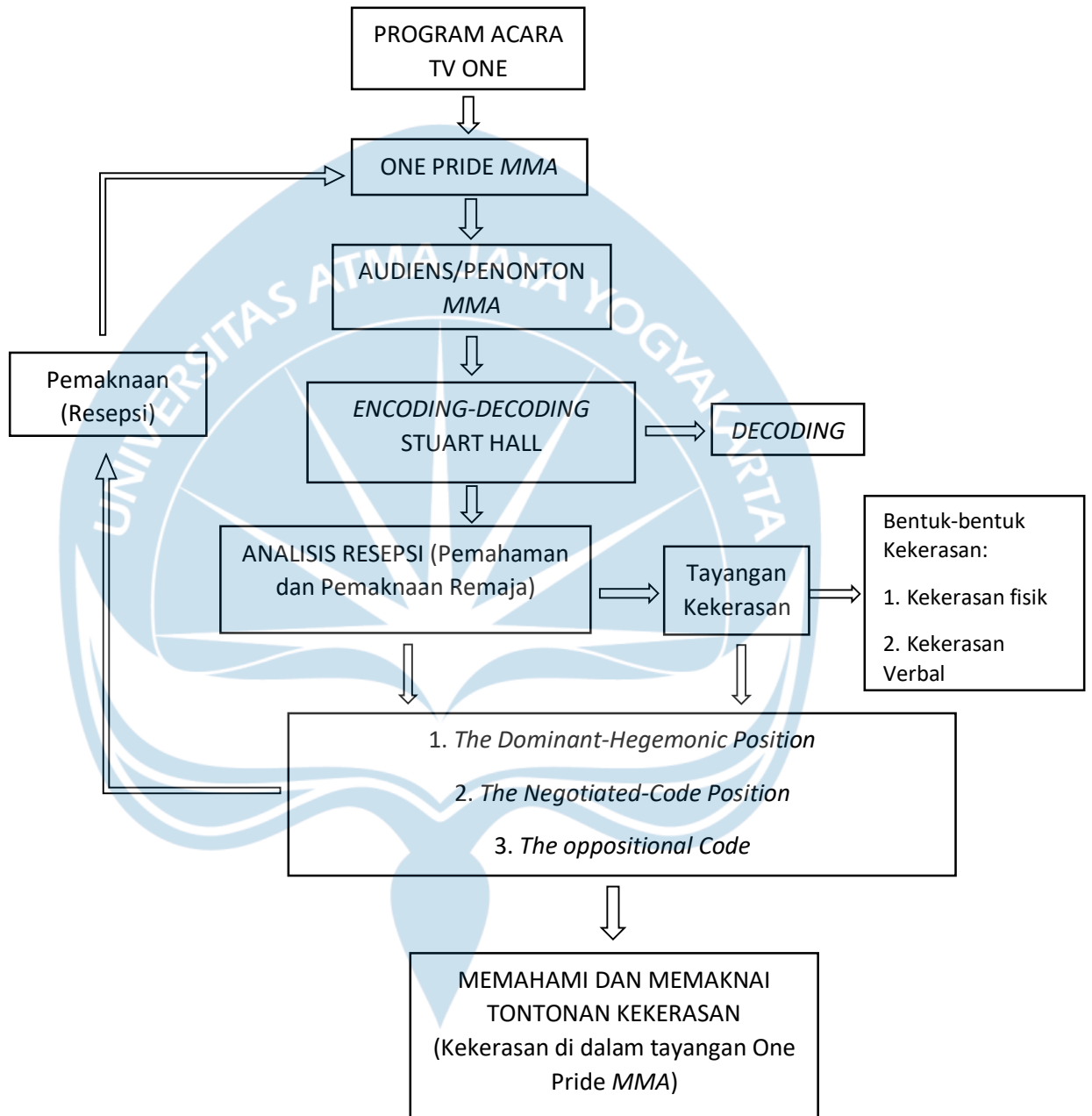
Posisi ini sendiri terdiri dari campuran elemen adaptif dan selektif. Khalayak atau audiens mengakui keabsahan, pengaruh dari makna dan informasi yang mereka terima. Akan tetapi, pada posisi kedua ini khalayak dapat memiliki cara berpikir mereka sendiri. Audiens akan memadukan hasil interpretasi dan pengalaman sosial tertentu yang pernah khalayak alami.

3. *The oppositional Code,*

Pada posisi ini audiens yang memahami makna yang tersirat dalam produk media yang mereka konsumsi, namun pada posisi ini audiens menyangkal atau memiliki interpretasi yang berbeda terhadap penyampaian pesan dan informasinya.

## E. KERANGKA BERPIKIR

Gambar 1: Kerangka Berpikir



(Sumber : Diolah Penulis, 2023)



## **F. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dituliskan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu, “Ingin mengetahui apa makna kekerasan yang ada dalam tayangan *One Pride MMA* di Tv One menurut para remaja yang menonton tayangan *One Pride MMA*?”

## **G. SISTEMATIKA PENULISAN**

Sistematika penulisan pada penelitian ini mengikuti pedoman dari program studi Sosiologi yang tertuang dalam buku Panduan Penyusunan Skripsi Program Studi Sosiologi. Adapun sistematikanya meliputi:

1. Bab I merupakan bab Pendahuluan yang berisi latar belakang, rumusan masalah, kerangka konseptual, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.
2. Bab II Metodologi dan Deskripsi Subyek Penelitian, berisi jenis penelitian dan metode penelitian, informan, operasionalisasi konsep, metode pengumpulan data, jenis data dan cara analisis data, dan deskripsi obyek atau subyek penelitian.
3. Bab III Temuan dan Pembahasan, berisi uraian dan penjelasan hasil temuan sesuai dengan rumusan masalah yang dibuat.
4. Bab IV Kesimpulan, isi kesimpulan berupa pemaparan dari penarikan kesimpulan atas temuan di lapangan serta keterjawaban hasil penelitian.
5. Daftar Pustaka, berisi hasil referensi yang digunakan untuk menyusun laporan akhir.