

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan media saat ini begitu signifikan, dilihat dari perkembangan televisi saat ini, berbagai jenis acara disajikan demi memberikan informasi dan tayangan-tayangan yang disenangi oleh penonton setianya. Biasanya televisi menyajikan berbagai macam program yang teratur dan berkesinambungan, mulai dari berita berat (*straight news*), berita ringan (*soft news*), pertunjukan drama series (sinetron), hingga *reality show*.

Urgensi media massa tidak bisa dilepaskan dari peran dan fungsi media massa itu sendiri. Berdasarkan UU Nomor 40 Tahun 1999 tentang pers, media massa berfungsi untuk menginformasikan, menghibur, mendidik dan melakukan pengawasan sosial (*social control*) terhadap perilaku publik dan penguasa. Keberhasilan media massa dalam perannya sebagai *agent of change* dapat dilihat dari pengaruh media massa terhadap individu dan masyarakat (Marhaeni, 2004 dalam Nur, 2021:54).

Televisi sebagai sarana informasi menyuguhkan beragam informasi yang hangat dan terbaru tentang peristiwa dunia yang ditayangkan dalam bentuk berita berat (*straight news*) berita ringan (*soft news*). Contohnya seperti Patroli di Indosiar.

Televisi menyuguhkan program-program hiburan untuk menghibur penonton, seperti tayangan Opera Van Java di Trans7, *Tonight Show* di NetTV, program musik seperti Dangdut Akademi di Indosiar, serta tayangan lainnya yang memberikan hiburan bagi para penonton televisi.

Urgensi media dalam menjalankan peran dan fungsinya tidak hanya sebagai sarana informasi dan hiburan, melainkan sebagai pemberi edukasi atau pesan mendidik. Contoh implementasi dari peran media, yakni tayangan Laptop Si Unyil di Trans7. Selain memberikan hiburan, tayangan ini memberikan edukasi tentang bagaimana pembuatan sebuah produk makanan ataupun elektronik yang tak bisa dilihat atau dikunjungi secara langsung, maka melalui tayangan ini penonton dapat melihat melalui tayangan Laptop Si Unyil, dalam hal ini kajian jurnalistik *how to do* atau berita *feature* berbentuk *audio visual*.

Reality show menjadi salah satu karya jurnalistik yang kini banyak dibuat oleh televisi, dengan tayangan nonfiksi yang bermaksud untuk menghibur dan menginformasikan pada penonton serta menaruh perhatian pada aspek *human interest* di dalam narasinya. (Sugihartono 2004:74)

Reality Show merupakan program yang mengangkat kehidupan nyata yang belakangan ini sedang marak ditayangkan di televisi, seperti program Merajut Asa (TRANS7), Si Bolang (TRANS7), Indonesiaku (TRANS7), Bedah Rumah (Global TV), Orang Pinggiran (TRANS7) dan berbagai program lainnya. Selain itu media televisi menampilkan tayangan kemanusiaan yang dikemas dalam program *magazine*, tak jauh berbeda dengan *reality show*, *magazine* menjadi tontonan yang memiliki

tujuan kemanusiaan untuk menyampaikan pesan-pesan moral, menumbuhkan rasa empati kepada penontonnya.

Salah satu yang menarik perhatian saat ini, Trans7 kembali menayangkan program *megazine* dengan tema baru yakni program acara “Hikmah”, tayangan ini mengangkat kisah-kisah kemiskinan dengan tokoh yang berbeda-beda setiap episodenya. Jika dilihat sekilas, program ini sangat bermanfaat karena membuat penontonnya bersikap mawas diri dan memberikan dampak empati dari penontonnya, dari tayangan ini empati ditonjolkan dari perjuangan tokoh dalam melewati kesulitan hidup.

Secara tidak langsung tayangan ini akan memancing respon dari penonton, empati penonton baik secara moral maupun moril. Harapannya setelah diangkat dan ditayangkan di televisi memberikan dampak positif yakni adanya bantuan baik secara langsung atau melalui media, untuk membantu tokoh yang diangkat. Bantuan yang diharapkan seperti pekerjaan yang layak, rumah layak, modal usaha, ataupun biaya pendidikan jika tokoh yang diambil ialah seorang anak yang kurang mampu membiayai pendidikan. Maka disinilah urgensi media melaluinya perannya hadir, selain memberikan pesan moral dari sebuah tayangan, tapi media berperan dalam peningkatan moralitas penonton dalam sikap tolong menolong dalam hal ini menumbuhkan empati penonton.

Tayangan *megazine* menjadi salah satu program acara televisi yang tidak hanya menayangkan tontonan namun memberikan tuntunan bagi penontonnya. Program acara Hikmah ini mengangkat tokoh-tokoh yang inspiratif, pengemasannya

diangkat dari bagaimana ia berjuang untuk mencari nafkah di tengah keterbatasannya dan kemampuan yang dimilikinya. Program acara ini berbeda, karena di tengah keterbatasannya itu tidak menampilkan tokoh yang berpangku tangan, namun tokoh yang mampu melakukan aktivitas di tengah keterbatasan. Tentu dari pengemasan tayangannya penonton diberikan suatu tuntunan untuk bersyukur atas karunia Allah SWT., atas nikmat sehat, nikmat tubuh yang proporsional, nikmat kemampuan, serta kenikmatan lainnya yang terkadang lupa untuk disyukuri. Di akhir tayangan, Hikmah memberikan wejangan berupa dakwah mengenai tafakur dan syukur atas nikmat Allah SWT., tayangan yang disajikan juga memberikan gambaran bagaimana tokoh selalu menyempatkan ibadah di sela ia melakukan aktivitas, dan selalu bersyukur atas apa yang bisa ia lakukan hingga saat ini.

Terdapat satu realita yang peneliti lihat dari proses pencarian narasumber yang dilakukan oleh Tim Hikmah, tepatnya pada 31 Juli 2022 di Garut. Peneliti ikut bersama Tim Hikmah untuk mencari narasumber di daerah Cimanuk Garut, narasumber yang ditemui adalah salah satu keluarga yang hidup di kos-kosan, sepasang suami istri yang tinggal di kos-kosan yang memiliki luas ruang sekitar 3x5 meter, hanya mampu untuk tidur saja. Begitu ironi, kondisinya yang sudah menginjak usia senja, harus tetap bertahan di lingkungan seperti itu. Karena kosannya hanya digunakan untuk tidur saja, maka aktivitas lain seperti memasak ia lakukan diluar, dengan tungku tradisional yang tidak memiliki atap, maka terbayang jika hujan ia tidak bisa masak dan makan. Begitupun WC ia harus berjalan ke mushola terdekat dan WC umum yang jaraknya lumayan jauh.

Pekerjaannya membuat gorengan kacang, dan berjualan belut sawah, dengan mengandalkan itulah mereka hidup. Bukan tidak ingin melakukan pekerjaan lain, ia mengatakan tubuhnya kini sudah tidak bisa melakukan aktivitas berat, terkendala oleh ekonomi (modal), maka ia hanya bisa melakukan apa yang ia mampu, meskipun begitu ia mengatakan setidaknya masih bisa makan sehari-hari.

Beranjak dari perbincangan kami dengan narasumber, peneliti menanyakan beberapa hal kepada Tim Hikmah, terkait apa yang akan diangkat dari isu dan bagaimanakah sasaran dari tayangan Hikmah bagi penontonnya. Reporter tim Hikmah menjelaskan beberapa hal yang menjadi tujuan dari tayangan hikmah ini.

“Dibalik majunya kota saat ini, masih banyak keluarga pra-sejahtera yang belum tersentuh dan terbantu. Keterbatasan mereka dalam melakukan aktivitas, begitupun pekerjaan yang mereka lakukan hanya dapat menunjang makan setiap harinya, ini tentu masalah yang harus dibantu dan diselesaikan. Narasumber yang kami tayangkan pun atas izin mereka, Hikmah akan menonjolkan sisi bekerja keras para tokoh tanpa meminta atau menjadi pengemis di jalanan. Dari tayangan ini, Hikmah juga mengharapkan mampu memberikan empati timbulnya rasa ingin menolong.”

Mendengar adanya tujuan berupa ingin memberikan output yang berdampak dari tayangan Hikmah, peneliti kembali menanyakan adakah tayangan Hikmah yang memberikan output berupa bantuan bagi narasumber yang diangkat dalam tayangan. Reporter hikmah menyatakan pernah terjadi ketika salah satu narasumber yang langsung mendapatkan bantuan dari pemerintahan, untuk diberikan bantuan modal

usaha bagi tokoh yang diambil, agar memiliki usaha yang layak. Pernyataan yang diutarakan reporter tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa media khususnya televisi telah berupaya untuk meningkatkan rasa empati penonton terhadap apa yang dirasakan oleh tokoh yang diangkat dalam tayangan Hikmah.

Meskipun demikian, dari sisi penonton terkadang visualisasi dari tayangan-tayangan *megazine* terlihat seperti dibuat-buat, seperti dari *angle* pengambilan gambar dan adegan yang dilakukan tokoh agar sesuai dengan alur cerita. Maka dibalik kedua permasalahan tersebut peneliti ingin meneliti lebih lanjut, bagaimana media berperan menayangkan tayangan yang dapat memberikan tuntunan (pesan moral) dengan tidak memanipulasi atau melebih-lebihkan visualisasi dari realita kehidupan tokoh yang sebenarnya hingga menimbulkan empati kepada penonton.

Program Hikmah ditayangkan setiap Sabtu dan Minggu mulai pukul 05.30-06.00 WIB, program ini juga memiliki pesan dakwah yang kental, dengan balutan spiritual disajikan pada waktu yang tepat untuk bertafakur. Selain pesan dakwah dalam mentafakuri nikmat Tuhan dalam menjalani hidup, dalam hal ini juga program “Hikmah” menjadi salah satu upaya media dalam berperan memberikan *spirit* empati, menumbuhkan rasa kemanusiaan untuk tolong menolong.

Peneliti memilih stasiun televisi Trans7 karena dari beberapa stasiun televisi, Trans7 lebih banyak dan lebih sering menayangkan program *megazine*, Trans7 lebih banyak memberikan tayangan-tayangan yang memberikan inspirasi melalui tokoh-tokoh yang diangkat dalam program-program dokumenter, dari berbagai aspek

kehidupannya, mulai dari ekonomi, pendidikan, infrastruktur, hingga kearifan lokal, yang ada di Nusantara.

Berdasarkan uraian diatas peneliti mengambil Judul Penelitian Urgensi Media Dalam Meningkatkan Empati (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Program Acara Hikmah di Trans 7 Periode Tayangan Oktober – Desember 2022) karena peneliti ingin mengetahui lebih lanjut, bagaimana media berperan dalam memberikan dampak empati dari penonton kepada tokoh yang diangkat dalam tayangan “Hikmah”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang sebagaimana diuraikan, maka yang menjadi fokus penelitian ini, mengenai “Urgensi media dalam meningkatkan empati”, selanjutnya agar penelitian ini lebih terarah maka diturunkan dalam pertanyaan sebagai berikut.

- (1) Bagaimana *sign* yang digunakan dalam tayangan Hikmah di Trans 7 dalam memberikan dampak empati bagi penonton?
- (2) Bagaimana objek (*object*) yang digunakan dalam tayangan Hikmah di Trans 7 dalam memberikan dampak empati bagi penonton?
- (3) Bagaimana *interpretant* yang digunakan dalam tayangan Hikmah di Trans 7 dalam memberikan dampak empati bagi penonton ?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana urgensi media dalam meningkatkan empati, dengan uraian sebagai berikut.

- (1) Untuk mengetahui bagaimana (*sign*) yang digunakan dalam tayangan Hikmah di Trans 7 dalam memberikan dampak empati bagi penonton.
- (2) Untuk mengetahui bagaimana objek (*object*) yang digunakan dalam tayangan Hikmah di Trans 7 dalam memberikan dampak empati bagi penonton.
- (3) Untuk mengetahui bagaimana *interpretant* yang digunakan dalam tayangan Hikmah di Trans 7 dalam memberikan dampak empati bagi penonton.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Akademis

Secara akademis hasil penelitian ini dapat menjadi bahan yang memberikan pengetahuan mengenai urgensi media kepada akademisi. Selain itu penelitian ini juga dapat menjadi sumber informasi, referensi mengenai teori semiotika diaplikasikan untuk menganalisis urgensi media dalam menyampaikan informasi, khususnya di tayangan Trans7.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi media yang memantik mahasiswa jurnalistik, media ataupun instansi, untuk lebih terbuka dalam memberikan pesan edukasi melalui tayangan *reality show*. Dengan begitu, tayangan yang dipublikasikan

tidak hanya menjadi tontonan saja, tetapi juga sebagai media yang bisa menumbuhkan rasa kemanusiaan, baik dari segi sikap maupun empati.

E. Hasil Penelitian yang Relevan

Guna menyempurnakan penelitian yang akan dilakukan, peneliti tentu mencari referensi sebagai bahan acuan dan perbandingan agar penelitian ini lebih terarah, berkonsep, serta berbeda dengan penelitian sebelumnya. Selain itu untuk lebih memperkuat alasan kelayakan untuk melaksanakan penelitian ini, diantaranya.

Pertama, penelitian terdahulu dari skripsi Putri Syifa ZA tahun 2017 dengan judul *Pesan Moral Tayangan Orang Pinggiran di Trans 7*. Dalam penelitiannya, bertujuan untuk mengetahui dan memahami *sign, object, dan interpretant* yang terdapat dalam tayangan program Orang Pinggiran, dengan menggunakan metode semiotika Charles Sanders Peirce. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *reality show* Orang Pinggiran menunjukkan syarat pesan moral, yang terdiri atas berbakti kepada orang tua, selalu bersyukur dan sabar dalam menjalani hidup, berbagi dengan sesama, dan pantang menyerah dalam menyambung kehidupan yang penuh cobaan. Persamaan dalam penelitian Putri Syifa ZA terdapat pada Analisis Semiotika Model Charles Sanders Peirce, sedangkan perbedaannya terdapat pada jenis data yang diteliti yaitu Putri Syifa ZA meneliti *reality show* Orang Pinggiran sedangkan penelitian ini meneliti tayangan Hikmah, selain itu tujuan dari penelitian Putri Syifa ZA menganalisis tentang pesan moral yang ditimbulkan dari setiap tayangan, sedangkan

penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana urgensi media dalam meningkatkan empati.

Kedua penelitian Alpa Laeli tahun 2017, dengan judul *Pesan Moral dan Mitos Kebenaran pada Film Truth*, bertujuan untuk mengidentifikasi makna denotasi, konotasi dan mitos dalam pesan moral yang ditampilkan pada adegan-adegan dalam film "Truth" dengan menggunakan metode semiotika Roland Barthes, dengan hasil penelitian terdapat makna denotasi, ketika tim Mapes melakukan liputan yang baik untuk kepentingan publik sebelum pemilu. Selain itu makna konotasi terlihat pada masalah-masalah yang terjadi di perusahaan CSB pada acara 60 berita minunes, pesan moralnya terdapat pada sosok Mapes yang mengangkat berita mengenai kebenaran orang terpenting di Amerika. Selanjutnya terdapat mitos yang muncul pada ucapan-ucapan yang dilontarkan oleh para tokoh film.

Persamaan dengan penelitian ini ialah pada analisis sebuah film, namun objek yang berbeda Alpa Laeli meneliti objek film *Truth* sedangkan penelitian ini menganalisis *reality show* Hikmah. Lalu perbedaan dari penelitian ini ialah metode analisis, Alpa Laeli menggunakan analisis semiotika Roland sedangkan penelitian ini menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce, selain itu tujuan dari penelitian Alpa Laeli menekankan pada pesan moral yang ingin disampaikan sedangkan penelitian ini menekankan pada empati yang ingin dibangun oleh media massa (program tayangan televisi).

Ketiga penelitian Siti Anisha tahun 2016, dengan judul *Potret Tayangan Orang Pinggiran Di Trans 7 (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Potret*

Tayangan Orang Pinggiran), bertujuan untuk mengetahui bagaimana makna konotasi, denotasi dan mitos, dengan hasil penelitian terdapat makna denotasi, konotasi, serta mitos yang terlihat dari objek secara langsung atau apa yang ada menjadi objek utama. Mitologi yang terkandung pada keseluruhan episode yang diteliti ini menunjukkan bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam, secara spesifik dalam adegan mayoritas membicarakan tentang etika dan tatakrama, perjuangan dan kegigihan dalam hidup.

Persamaan dalam penelitian Siti Anisha, ialah pada genre objek yang diteliti yakni *reality show* di Trans7, namun meskipun demikian target penelitiannya berbeda jika penelitian Siti Anisha meneliti menggunakan analisis semiotika Roland Barthes dengan mengangkat analisis adegan setiap tayangan Orang Pinggiran, sedangkan penelitian ini menganalisis bagaimana media membuat adegan demi adegan untuk menimbulkan rasa empati pada tayangan Hikmah dengan menggunakan analisis Semiotika Charles Sanders Peirce.

Keempat penelitian Fahmi Nauval Aziz tahun 2018, yang berjudul *Analisis Makna Pada Tayangan “Lentera Indonesia” Di Net Tv (Studi Analisis Semiotika Pada Tayangan Lentera Indonesia dalam Episode “Pemuda Pembuka Jalan Perubahan” Menurut Roland Barthes)*. Pada penelitian ini Fahmi Nauval Aziz menganalisis tentang bagaimana makna konotasi, denotasi dan mitos dalam isi pesan pada “Lentera Indonesia di NET TV”, hasil penelitian adanya makna denotasi yaitu, perjuangan seorang pengajar muda yang bernama Nicolas Siagian, yang rela meninggalkan aktivitas di kota sebagai guru SMA untuk mengabdikan selama satu tahun

di pelosok negeri dalam program Indonesia Mengajar. Kemudian terdapat makna konotasi dalam isi pesan yang terdapat pada tayangan Lentera Indonesia bahwa urgensi Nicolas sebagai pengajar muda, menjadi bukti diakuinya beliau dalam status sosial masyarakat, serta makna mitos dalam isi pesan yang ditampilkan adalah Semangat sebagai modal utama dalam mewujudkan setiap program yang dijalani.

Persamaan dengan penelitian ini adalah menonjolkan sisi inspirasi dari adegan-adegan yang tayangkan, sehingga memberikan motivasi berjuang dalam hidup bagi penonton, perbedaan dengan penelitian ini adalah objek yang dianalisis serta metode analisis yang digunakan.

Kelima penelitian yang dilakukan oleh Nurul Imamah pada tahun 2017, dengan Judul *Pesan Edukasi Pada Tayangan Televisi (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Program Si Bolang Bocah Petualang Trans7)*, bertujuan untuk mengetahui bagaimana *sign*, *object*, dan *interpretant* dalam memberikan pesan edukasi pada tayangan Si Bolang Bocah Petualang di Trans 7, dengan hasil penelitian bahwa dari tiga faktor analisis yaitu *sign*, *object*, dan *interpretant*, program tayangan Si Bolang Bocah Petualang Trans7 memberikan banyak pesan edukasi. Tayangan tersebut diasumsikan syarat dengan nilai-nilai edukasi dengan menonjolkan aspek budaya dan sosial yang dianggap penting untuk menanamkan kesadaran pentingnya membangun hubungan antara manusia dengan alam dan manusia dengan makhluk hidup lainnya.

Dari berbagai aspek yang ditonjolkan untuk menunjukkan pesan edukasi, tayangan ini ingin mengajarkan pada khalayak tentang bagaimana mengajarkan anak

agar ramah terhadap lingkungan dan alam sekitarnya. Persamaan dengan penelitian ini adalah menganalisis bagaimana media memberikan pesan untuk penonton dari tayangan televisi di Trans 7 dengan analisis yang sama yakni Charles Sanders Peirce, sedangkan perbedaannya ialah pesan yang dianalisis Nurul Imamah meneliti pesan edukasi dari tayangan Si Bolang Bocah Petualang sedangkan penelitian ini meneliti pesan moral dalam hal ini empati yang dilakukan oleh media dalam mempengaruhi penonton.

Pemaparan selanjutnya dapat dilihat melalui tabel berikut.

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi
1.	Putri Syifa ZA <i>Pesan Moral Tayangan Orang Pinggiran di Trans 7</i>	Untuk mengetahui dan memahami bagaimana <i>sign</i> , <i>object</i> , dan <i>interpretant</i> yang terdapat dalam tayangan program Orang Pinggiran.	Metode Kualitatif	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa <i>reality show</i> Orang Pinggiran menunjukkan pesan moral, yang terdiri atas berbakti kepada orang tua, berbagi dengan sesama meskipun dalam keadaan kekurangan, bersabar dalam menjalani ujian hidup, tetap semangat dan terus berjuang demi menggapai cita-cita, dan pantang menyerah dalam menyambung kehidupan yang penuh lika-liku.	Persamaan terdapat pada Analisis Semiotika Model Charles Sanders Peirce, sedangkan perbedaannya terdapat pada jenis data yang diteliti yaitu Putri Syifa ZA meneliti <i>reality show</i> Orang Pinggiran sedangkan penelitian ini meneliti tayangan Hikmah, selanjutnya Putri Syifa ZA menganalisis pesan moral, sedangkan penelitian ini menganalisis empati.

2.	Alpa Laeli <i>Pesan Moral dan Mitos Kebenaran pada Film Truth</i>	Untuk mengidentifikasi makna denotasi, konotasi dan mitos dalam pesan moral yang ditampilkan pada adegan-adegan dalam film "Truth" dengan menggunakan metode semiotika Roland Barthes	Metode Kualitatif	Hasil penelitian terdapat makna denotasi, konotasi dan mitos yang muncul dalam ke-25 adegan film <i>Truth</i> , benang merah yang menyatukan semua adegan pada tayangan film ini adalah ketika team Mapes melakukan liputan yang baik untuk kepentingan publik sebelum pemilu.	Persamaan dengan penelitian ini ialah pada analisis sebuah film, namun objek yang berbeda Alpa Laeli meneliti objek film <i>Truth</i> sedangkan penelitian ini menganalisis reality show Hikmah. Selain itu tujuan dari penelitian Alpa Laeli menekankan pada pesan moral yang ingin disampaikan sedangkan penelitian ini menekankan pada empati yang ingin dibangun oleh media.
3.	Siti Anisha <i>Potret Tayangan Orang Pinggiran Di Trans 7 (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Potret Tayangan Orang Pinggiran)</i>	Untuk mengetahui bagaimana makna konotasi, denotasi dan mitos yang terdapat dalam Potret Tayangan Orang Pinggiran di Trans 7.	Metode Kualitatif	Hasil penelitian terdapat makna denotasi, tidak terlihat adanya spesial efek dan editing yang berlebihan sehingga adegan pada penelitian tayangan ini terkesan lebih alami, serta menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam, secara spesifik dalam adegan mayoritas membicarakan tentang etika dan tatakrama, perjuangan dan kegigihan dalam hidup.	Persamaan dalam penelitian Siti Anisha, ialah pada genre objek yang diteliti yakni <i>reality show</i> di Trans 7, namun target penelitiannya berbeda, Siti Anisha meneliti menggunakan analisis semiotika Roland Barthes dengan mengangkat analisis adegan setiap tayangan Orang Pinggiran, sedangkan penelitian ini menganalisis kritis bagaimana media membuat tayangan yang dapat menimbulkan rasa empati pada tayangan Hikmah dengan

					menggunakan analisis Semiotika Charles Sanders Peirce.
4.	Fahmi Nauval Aziz tahun 2018, yang berjudul <i>Analisis Makna Pada Tayangan “Lentera Indonesia” Di Net Tv. (Studi Analisis Semiotika Pada Tayangan Lentera Indonesia dalam Episode “Pemuda Pembuka Jalan Perubahan” Menurut Roland Barthes).</i>	Tujuannya menganalisis tentang bagaimana makna konotasi, denotasi dan mitos dalam isi pesan apa yang ditampilkan pada tayangan program dokumenter “Lentera Indonesia di NET TV.	Metode Kualitatif	Adanya makna denotasi dalam isi pesan yaitu, perjuangan seorang pengajar muda yang bernama Nicolas Siagian, yang rela meninggalkan aktivitas dikota sebagai guru SMA untuk mengabdikan selama satu tahun di pelosok negeri dalam program Indonesia Mengajar. Dibalik tantangan akan timbul sebuah esensi ataupun nilai yang bisa menjadi bahan pembelajaran bagi kita untuk tetap memaknai makna kehidupan.	Persamaan dengan penelitian ini adalah menonjolkan sisi inspirasi dari adegan-adegan yang tayangkan, sehingga memberikan motivasi berjuang dalam hidup bagi penonton, perbedaan dengan penelitian ini adalah objek yang dianalisis serta metode analisis yang digunakan.
5.	Nurul Imamah pada tahun 2017, dengan Judul <i>Pesan Edukasi Pada</i>	Untuk mengetahui bagaimana <i>sign, object, dan interpretant</i> dalam memberikan pesan edukasi	Metode yang digunakan adalah metode Kualitatif	Program tayangan Si Bolang Bocah Petualang Trans7 memberikan banyak pesan edukasi. Tayangan tersebut diasumsikan syarat dengan nilai-nilai	Persamaan dengan penelitian ini adalah menganalisis pesan dan teori yang digunakan. sedangkan perbedaannya ialah pesan yang dianalisis

<p><i>Tayangan Televisi (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Program Si Bolang Bocah Petualang Trans7),</i></p>	<p>pada tayangan Si Bolang Bocah Petualang di Trans 7,</p>		<p>edukasi dengan menonjolkan aspek budaya dan sosial yang dianggap penting untuk menanamkan kesadaran pentingnya membangun hubungan antara manusia dengan alam dan manusia dengan sosial.</p>	<p>Nurul Imamah meneliti pesan edukasi dari tayangan Si Bolang Bocah Petualang sedangkan penelitian ini meneliti pesan moral dalam hal ini empati yang dilakukan oleh media dalam mempengaruhi penonton.</p>
--	--	--	--	--



F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Penelitian ini menggunakan analisis semiotika, semiotika berasal dari kata Yunani yakni *semeion* yang berarti tanda atau mempelajari tentang tanda. Menurut (Zoest (1993) dalam Alit Kumala Dewi 2010) semiotika merupakan ilmu yang mengkaji segala sesuatu yang berhubungan dengan tanda, berikut sistem dan proses penggunaan tanda.

Charles Sanders Peirce seorang ahli semiotik mengemukakan teori segitiga makna atau *triangle meaning* yang terdiri dari tanda (*sign*), *object*, dan *interpretant*. Peirce mengemukakan makna semiotik sebagai hubungan antara, benda, dan arti. Tanda merupakan sesuatu yang berbentuk fisik dan dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merepresentasikan sebab akibat yang muncul atas kesepakatan. Kemudian objek, merupakan acuan atau referensi tanda berupa konteks sosial, dan *interpretant* tafsir seseorang terhadap tanda yang dilihat yang diturunkan menjadi makna tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. (Littlejohn, 2014:54)

Hal terpenting dalam proses semiotik adalah bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang saat berkomunikasi (Sobur, 2016:15). Dalam penelitian ini peneliti akan meneliti melalui tanda (*sign*) yang terdapat pada sikap, sifat, ataupun perilaku tokoh melalui tayangan Hikmah yang diambil melalui *screenshot*. Kemudian *object* yang diteliti berasal dari hubungan alamiah yang terjadi antara tanda dan petanda Pada tahap terakhir *interpretant* memberikan makna tentang tanda yang berisi penilaian atau alasan.

2. Kerangka Konseptual

a. Urgensi Media

Urgensi media tidak terlepas dari bagaimana media berjalan sesuai dengan urgensi dan fungsinya. Secara etimologi urgensi berasal dari bahasa latin *urgere* serta bahasa inggris *urgent* yakni mendorong. Pengertian mendorong menyeru pada sebuah keharusan dalam melakukan dan menyelesaikan masalah agar dapat segera diselesaikan. Sementara pengertian urgensi menurut kamus besar bahasa Indonesia urgensi merupakan keharusan yang mendesak untuk menyelesaikan sesuatu yang penting. Urgensi media berarti sebuah keharusan media dalam memberikan tayangan dan informasi yang memberikan aktual dan faktual, berdasarkan peran dan fungsinya.

Urgensi media dalam penyebaran informasi saat ini memberikan kontribusi yang cukup signifikan. Berdasarkan pengertiannya media massa merupakan sarana yang mempunyai urgensi untuk menyampaikan sebuah pesan kepada khalayak luas. Misalnya radio, surat kabar, televisi (Prasetyo W.T., 2020:7). Proses penyampaian pesan melalui media massa kini dapat diterima secara serentak pada saat yang bersamaan. Oleh karena itu, kebutuhan adanya media massa sudah tidak dapat dipisahkan dari kehidupan bermasyarakat. Media massa merupakan sumber informasi yang sangat penting dalam kehidupan saat ini.

Menurut McQuil (dikutip dalam *Mass Communication Theories*, dalam Yuliza, 2020:5) terdapat enam perspektif peran media diantaranya sebagai berikut.

- 1) *Window on event and experience*, media menjadi jendela sarana informasi dan edukasi yang memungkinkan khalayak melihat berbagai peristiwa yang terjadi diluar.
- 2) *A mirror of event in society and the world, implying a faithful reflection*, media sebagai cermin yang merefleksikan peristiwa yang terjadi di masyarakat dan dunia.
- 3) *Gatekeeper* atau filter, media memberikan seleksi informasi yang akurat dan faktual terkait isu/informasi sesuai standar pengelolaannya.
- 4) *Guide*, media menjadi petunjuk arah dari berbagai ketidakpastian informasi yang beragam.
- 5) Media sebagai forum untuk mempresentasikan informasi yang memungkinkan terjadinya tanggapan atau umpan balik.
- 6) *Interlocutor*, media menjadi partner komunikasi interaktif.

b. Empati

Empati secara harfiah artinya “merasakan ke dalam”. Empati berasal dari kata Yunani, yaitu pathos yang berarti perasaan yang mendalam dan kuat yang mendekati penderitaan (Saam, 2017:39). Sikap empati tidak hanya sebatas kecenderungan untuk merasakan/menyampaikan perhatian dan rasa iba (*feeling into another person*), namun sikap empati berlanjut pada tindakan membantu sesama yang membutuhkan (Marlina, 2018:148).

Menurut Rogers (1980:142 dalam Zuchdi, 2003:53) empati adalah proses pada diri seseorang yang melibatkan sensitivitas dan dikomunikasikan melalui perasaan, berawal pandangan yang dapat memahami perasaan orang lain. Berdasarkan definisi tersebut, empati merupakan proses dalam memahami informasi, dan pemaknaan sikap seseorang yang diterjemahkan dalam kata atau isyarat lainnya secara sadar.

Empati merupakan kualitas utama yang berpengaruh terhadap peningkatan hubungan antarpribadi, selain adanya perubahan yang konstruktif, empati akan menolong pribadi mengembangkan diri ke arah yang positif. Adanya sikap tenggang rasa akan mengadakan hubungan sosial yang baik, maka dengan hal inilah media perlu ber urgensi dalam meningkatkan empati sosial melalui karya *audio visual* yang membangun rasa kemanusiaan untuk tolong menolong, dan menjadikan media tidak hanya sebagai tontonan tetapi menjadi tuntunan kebaikan.

Media dalam meningkatkan empati, tentunya harus memperhatikan aspek-aspek dalam empati. Menurut Davis (1980 dalam Prasetyaningrum, 2017:133) terdapat empat aspek empati, diantaranya sebagai berikut.

- 1) *Perspective Taking*, empati berdasarkan sudut pandang seseorang terhadap orang lain.
- 2) *Fantasy*, empati yang dirasakan seseorang berasal dari film atau novel yang dibacanya.
- 3) *Empathic Concern*, merupakan rasa kepedulian individu terhadap lingkungan sekitar.

4) *Personal Distress*, perasaan cemas individu terhadap individu yang lain.

Dari keempat aspek tersebut, media andil dalam aspek *fantasy* yang memungkinkan tayangan Hikmah Trans7 membuat penonton merasa iba dari apa yang dirasakan hingga keinginan dalam membantu tokoh.

G. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Dalam menentukan lokasi penelitian, peneliti mengacu pada fokus objek penelitian yakni tayangan Hikmah di Trans7. Tempat pelaksanaan peneliti pada tayangan Trans7 di televisi serta akun youtube Khazanah Trans7 Official.

2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma menurut Bogdan & Biklen (dikutip dalam Muslim, 2015:78 dalam Mackenzie dan Knipe 2006), menyatakan bahwa paradigma adalah kumpulan sejumlah konsep, asumsi yang berhubungan secara logis, serta arahan cara berpikir untuk pelaksanaan penelitian. Dari hal tersebut maka penelitian ini akan menggunakan paradigma kritis karena lebih sesuai dengan fokus penelitian yang diambil.

Menurut Salim (dikutip dari (Dini Irawati 2021:874 dalam Heru, 2009) paradigma kritis merupakan “*ideologically oriented inquiry*”, yaitu cara pandang peneliti terhadap realitas yang memiliki orientasi ideologis terhadap paham tertentu.

Secara epistemologis, hubungan antara pengamat dengan realitas merupakan suatu hal yang tidak bisa dipisahkan. Paradigma ini menekankan

konsep subjektivitas dalam menemukan suatu ilmu pengetahuan. Sehingga aliran ini memberikan pandangan suatu realitas tidak dapat dipisahkan dengan subjek peneliti meliputi nilai-nilai yang dianut oleh subjek ikut mempengaruhi kebenaran dari realitas tersebut.

Berdasarkan definisi diatas, disimpulkan bahwa paradigma kritis merupakan proses menafsirkan struktur yang sebenarnya dibalik ilusi, yang bertujuan membentuk suatu kesadaran sosial agar memperbaiki dan merubah kondisi kehidupan manusia. Paradigma ini relevan dengan fokus penelitian yakni akan menafsirkan bagaimana tayangan Hikmah Trans7 mengungkap realitas sosial dengan tujuan memberikan pesan moral dan membentuk kesadaran sosial (penonton).

Selanjutnya pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang berlandaskan fenomenologi dan konstruktivisme dalam mengembangkan ilmu pengetahuan. (Muslim, 2015: 88), dengan objek penelitian yaitu adegan pada tayangan Hikmah Trans7. Hasil dari pendekatan kualitatif ini berupa deskriptif lengkap tentang hasil pengamatan, dalam pendekatan kualitatif peneliti merupakan instrumen pengumpulan data. Tujuan dari dilakukannya penelitian kualitatif ini untuk memahami kondisi atau suatu konteks dengan mengarahkan pada pendeskripsian secara rinci mengenai bagaimana *sign*, *object*, dan *interpretant* pada tayangan Hikmah Trans7 dalam memberikan dampak empati terhadap penonton yang dianalisis melalui adegan-adegan yang diamati dan dianalisis dari visual.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce, yaitu analisis semiotika dengan “*triangle meaning semiotic*” yang terdiri atas tanda (*sign*), *object*, dan *interpretant* dengan fokus penelitian pada objek penelitian pada adegan atau *scene* dalam tayangan Hikmah yang akan diamati melalui foto atau video jurnalistik yang memberikan pesan empati kepada penonton dari adegan-adegan dari tokoh yang ditayangkan dalam setiap episode Hikmah di Trans 7.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Data kualitatif dipilih untuk digunakan sebagai jenis data dalam penelitian ini. Data kualitatif yaitu data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dan dipandang sebagai bagian dari suatu keutuhan tanpa mengisolasi individu atau organisasi ke dalam *variable* atau hipotesis (Bogdan dan Tylor dalam Moleong, 2005:3).

Melalui dokumentasi tayangan pesan empati pada tayangan Hikmah di Trans 7 yang bersumber dari stasiun YouTube, data kualitatif pada penelitian ini bisa didapatkan, kemudian penelitian ini akan merefresentasikan *sign*, *object*, dan *interpretant* dalam tayangan Hikmah dalam memberikan pesan empati dari yang dilakukan oleh tokoh serta pengemasan tayangan hingga layak tayang dan mampu mempengaruhi penonton.

b. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi kepada dua bagian, yaitu sebagai berikut:

- 1) Sumber data primer, data penelitian ini diambil dari dokumentasi berupa video *audio visual* tayangan Hikmah di Trans7 yang diperoleh melalui stasiun YouTube.
- 2) Sumber data sekunder, selain dari sumber data primer, penelitian ini memerlukan data yang bersifat mendukung keperluan primer yang berupa sumber-sumber yang menjadi referensi dalam penelitian dan penelitian berupa buku-buku, literatur, tesis, jurnal dan sumber ilmiah lainnya yang berhubungan dan relevan terhadap fokus penelitian ini. Serta *insight* tayangan yang memuat *viewers, like, comment and share* pada setiap episode yang dijadikan sampel oleh peneliti.

5. Unit Analisis

Penelitian ini akan menganalisis bagaimana *scene* atau adegan dalam tayangan Hikmah di Trans7 dalam menayangkan *reality show* yang dapat memberikan dampak empati terhadap penonton yang dianalisis dari video jurnalistik melalui YouTube.

H. Teknik Pengumpulan Data

1. Studi Dokumentasi

Gottschalk menyatakan bahwa dokumen (dokumentasi) dalam pengertian yang lebih luas berupa setiap proses pembuktian yang didasarkan atas jenis

sumber apapun, baik itu yang berupa tulisan, lisan, gambaran, atau arkeologis (Herdiansyah, 2010:143).

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan studi dokumentasi, yakni dilakukan dengan cara menghimpun data yang berkaitan dengan penelitian, mulai dari video jurnalistik tayangan acara Hikmah di Trans7 yang diambil melalui screenshot dari tayangan yang diambil dari tayangan Youtube. Dari adegan-adegan tersebut akan ditemui aspek-aspek penelitian berupa simbol yang berasal dari ekspresi dan perilaku tokoh, dari *symbol* tersebut akan terlihat tanda yang memberikan pesan atau tujuan dari media dalam menayangkan Hikmah. Data ini yang menjadi data primer dalam penelitian ini, selain itu pengumpulan data sekunder berupa studi literatur yang akan membantu dalam fokus penelitian ini.

2. Observasi

Menurut Zainal Arifin dalam buku (Kristanto, 2018 dalam Iryana, 2018 :9) observasi adalah suatu proses yang didahului dengan pengamatan kemudian pencatatan yang bersifat sistematis, logis, objektif, dan rasional terhadap berbagai macam fenomena dalam situasi yang sebenarnya, maupun situasi buatan. Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan jenis observasi *non participant* Observasi *non-partisipan* adalah metode observasi dimana observer tidak ambil bagian dalam peri kehidupan observe (Hasanah, 2016:36) dalam hal ini peneliti mengamati partisipan tanpa berinteraksi langsung dengan objek.

I. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Setelah mendapatkan data yang telah dirasa cukup, penentuan keabsahan data penting untuk dilakukan karena hasil yang didapat belum tentu terverifikasi. Oleh karena itu, peneliti menggunakan sebuah teknik untuk menguji keabsahan data yang didapat, yaitu dengan cara triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan beberapa sumber data, seperti dokumen, arsip, wawancara serta observasi. (Arisanti 2019:6327)

J. Teknik Analisis Data

Untuk memahami sejumlah data penelitian yang telah diperoleh, maka perlu dilakukan pengolahan terhadap data-data yang telah didapat. Penelitian kualitatif ini dilakukan tiga tahap dalam menganalisis data, diantaranya sebagai berikut.

1. Reduksi Data

Menurut Milles, reduksi data merupakan tahap analisis, proses pemilihan, penyederhanaan data penelitian yang berasal transformasi data kasar. (Swawikanti 2022). Data penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini ialah adegan atau *scene* dalam tayangan Hikmah Trans7, dengan sampel yang diperoleh dari YouTube. Setelah data diamati lalu diambil sampel berupa *screenshot*, lalu dikumpulkan dan direkap agar lebih mudah dalam menganalisis, data yang diambil merupakan adegan-adegan yang sesuai dengan fokus penelitian yakni adegan dimana tokoh dalam tayangan Hikmah memberikan simpati dan membuat empati bagi penonton. Setelah itu data yang telah direkap akan di reduksi dan difokuskan sesuai dengan fokus penelitian ini.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, data akan disajikan dengan cara mengurai makna dan merepresentasikan setiap tanda dengan menafsirkan data atau objek penelitian menggunakan model analisis semiotik Charles Sanders Peirce. Hasil dari penyajian data ini berupa teks naratif dengan membahas temuan-temuan atau hasil kajian sesuai dengan makna segitiga yakni *three angle meaning*, yaitu *sign*, *object*, dan *interpretant* dengan membuat table dari setiap data penelitian. (Swawikanti 2022)

3. Penarikan Kesimpulan

Terakhir adalah penarikan kesimpulan, dalam tahap ini kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil analisis yang dilakukan berdasarkan data yang telah direduksi dan disajikan dengan mencakup informasi-informasi penting (Swawikanti 2022). Penarikan kesimpulan dilakukan dengan cara menghubungkan temuan hasil penelitian yang telah disajikan dalam tabel dengan teori semiotika Charles Sanders Peirce sebagai kerangka teoritis penelitian ini, sesuai dengan rumusan masalah yang telah dirumuskan di awal penelitian.