

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Televisi sebagai media massa memiliki fungsi sebagai penyampai informasi. Program televisi seperti *news*, *entertainment*, bahkan acara-cara kuliner mampu memberikan informasi yang sekiranya diperlukan oleh khalayak. Fungsi lain dari televisi adalah sebagai sarana hiburan. Kehadiran program-program acara televisi yang menghibur sangat diperlukan untuk melepas stres dan kejenuhan sejenak setelah seharian beraktivitas. Pada dasarnya fungsi televisi sama seperti dengan fungsi media massa lainnya (surat kabar, dan radio siaran), yaitu memberi informasi, mendidik, menghibur dan membujuk. Namun keberadaan televisi pada saat ini merupakan media massa yang sangat dominan penggunaannya di kalangan masyarakat Indonesia.

Semakin para khalayak tertarik terhadap tayangan televisi, maka semakin produktif pula televisi dalam menyiarkan program-program unggulan. Televisi tidak membatasi diri hanya untuk konsumsi kalangan tertentu namun telah menjangkau konsumen dari semua kalangan masyarakat tak terkecuali remaja dan anak-anak. Dengan semakin berkembang pesat minat khalayak untuk menonton

televisi, akibatnya adalah para industri televisi tersebut berlomba untuk menyuguhkan tayangan-tayangan yang tidak hanya bersifat menghibur tetapi terdapat unsur edukasi. Kehadiran televisi sebagai media massa memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap khalayak baik efek kognitif, afektif maupun konatif. Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami dan dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi. Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap dan nilai. Selanjutnya efek konatif merujuk pada sikap nyata yang diamati, meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan bersikap (Rakhmat, 2005:219).

Terpaan informasi dari televisi yang terus menerus pada khalayak memungkinkan posisinya sebagai penuntun atau pedoman bersikap. Semakin tinggi sikap kritis masyarakat terhadap informasi dan hiburan, mendorong para industri televisi untuk menyajikan program-program acara yang kreatif, berkualitas, menarik serta memiliki manfaat langsung maupun tidak langsung. Jumlah dan kualitas program televisi dari segi jenis tayangan telah meningkat, industri televisi berusaha semakin inovasi dan teknis penggarapan yang semakin berkualitas, agar sesuai dengan harapan dan keinginan masyarakat yang menginginkan tayangan yang kreatif dan berkualitas, baik dari segi isi maupun teknisnya.

Motif menonton tayangan televisi oleh khalayak dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, faktor dari dalam diri individu (intrinsik) dan faktor yang datang dari luar diri individu (ekstrinsik). Faktor intrinsik terdiri atas beberapa variabel yaitu usia, jenis kelamin, dan etnis. Sedangkan faktor ekstrinsik dipengaruhi oleh adanya informasi yang didapatkan dari program acara yang ditayangkan dan hiburan untuk melepaskan rasa lelah karena aktifitas sehari-hari, ataupun untuk mengisi waktu kosong. Saat ini, stasiun televisi banyak menyajikan program-program acara hiburan yang bertujuan untuk menghibur pemirsanya. Salah satunya adalah program kuliner yang saat ini mendapatkan perhatian khusus karena menampilkan berbagai ragam masakan lezat yang khas dari berbagai daerah serta menampilkan para juru masak atau *chef* yang terampil. Hampir semua stasiun televisi yang ada di Indonesia mempunyai program kulinernya masing-masing, dari mulai kuliner jajanan pinggir jalan, keliling nusantara untuk menampilkan makanan-makanan khas daerah, juga terdapat acara kuliner yang dikemas dengan format kompetisi. Contoh program acara kuliner dengan format kompetisi berada di salah satu stasiun televisi swasta SCTV yaitu Hell Kitchen yang merupakan acara kuliner ringan namun memiliki unsur hiburan dan edukatif yang tinggi.

Hell Kitchen adalah sebuah *reality* kompetisi dimana perlombaan ataupun persaingan antara para *chef – chef* yang sudah mumpuni keahliannya dalam memasak atau juga rakyat sipil yang memang jago dalam bidang memasak yang terbagi dalam dua tim (tim biru dan tim merah). Dimana persaingan tersebut tak lain adalah memperebutkan sebuah hadiah utama yang menurut logika sangat

menggiurkan. Sang pemenang akan mendapatkan kesempatan untuk menjadi seorang direktur sekaligus kepala *chef* dari sebuah restaurant mewah yang sudah disiapkan. Sebagai peserta harus bekerja terlebih dahulu (magang) bisa juga dibidang penyeleksian untuk mengukur kemampuan individu, kerja sama tim, uji kendali mutu, dan kepemimpinan di dalam sebuah restaurant yang bernama Hell Kitchen. Empat hal tersebut mutlak dipunyai oleh seorang juara nantinya. Hal yang menarik pada acara ini adalah adanya seorang kepala *chef* sekaligus direktur yang bernama Juna Rorempandey pada restaurant Hell Kitchen. Jadi, semua kendali, perintah, mutu masakan, taraf tekstur masakan telah menjadi kewenangan beliau dalam menentukan layak tidaknya sebuah masakan tersebut disajikan untuk pelanggan.

Sejatinya, seorang kepala *chef* sekaligus direktur dari sebuah restaurant tidak akan mau mengecewakan pelanggannya lantaran sebuah masakan yang tidak layak untuk disajikan di sebuah restaurant berkelas mewah di mata masyarakat Indonesia. Untuk itu, *chef* Juna sangat ketat dalam menilai dan mengamati setiap hasil masakan yang disajikan oleh para peserta Hell Kitchen. Cara yang ketat tersebut ditunjukkan dengan perilaku ala “Militer”. Sungguh mengejutkan bila melihat sekilas, seorang *chef* bukanlah seorang prajurit yang harus digembleng kedisiplinanya untuk berperang di medan perang namun sebagai juru masak yang menghasilkan masakan bagi pelanggannya.

*Chef* Juna sebagai *head chef* dari kompetisi ini bernama lengkap Junior Rorimpandey adalah seorang koki profesional kelahiran Manado, 20 Juli 1975. *Chef* Juna adalah seorang koki spesialis makanan Jepang dan Perancis yang telah menghabiskan waktu selama kurang lebih 12 tahun di luar negeri. Pada awal karirnya ia mendapat pekerjaan sebagai pelayan di sebuah restoran tradisional Jepang. Selang beberapa lama, master Sushi di tempatnya bekerja menawari Juna untuk menjadi muridnya. Ia bersedia dilatih dari awal dengan metode yang sangat keras. Berkat kemampuannya yang luar biasa, pemilik restoran pun kagum dan mempromosikan Juna untuk mendapatkan Permanent Resident. Tahun 2002, Juna mengambil alih posisi sebagai *head chef* (kepala koki) di restoran tersebut karena sushi master yang melatih Juna pindah ke restoran lain.

Selanjutnya, pada tahun 2003, Juna pun pindah ke restoran sushi nomor 1 di Houston yang bernama Uptown Sushi dan menjadi *Executive Chef* di sana. Selang berapa lama juna pindah ke restoran Perancis, *The French Laundry* yang dikenal sebagai restoran yang menerapkan standar tinggi. Dia pun harus belajar lagi dari awal. Di sana dia dididik dengan sangat keras agar makanan yang dihasilkan terlihat cantik, namun tetap enak dan bergizi. Restoran ini akan memberikan hukuman terhadap kesalahan yang dilakukan kokinya, walaupun sangat sepele. Hal ini berpengaruh terhadap cara Juna memberikan penilaian terhadap peserta yang dihadapinya. Pada dasarnya dia hanya menerapkan apa yang dia peroleh dari pengalamannya. Saat pulang ke Indonesia, dia pun menunjukkan performa yang luar biasa sebagai seorang *chef*. Dia tahu bagaimana menciptakan suasana

memasak yang tepat sehingga hasil yang dicapai pun maksimal, saat ini dia menjabat sebagai *Executive Chef* di restoran Jack Rabbit.

Format program acara ini dirangkai sedemikian rupanya oleh para industri pertelevisian untuk mempengaruhi minat khalayak untuk menonton. Tidak dari kalangan ibu rumah tangga saja yang menonton program acara kuliner ini, para remaja tentunya ikut menyaksikan Hell Kitchen dengan berbagai macam motif mereka masing-masing. Karena pada dasarnya masyarakat Indonesia memang sangat senang dengan kuliner, karena makanan merupakan bagian kunci kebudayaan suatu negara dan makan bersama memberikan kedekatan. Sebagai contoh adanya kebiasaan pada masyarakat Indonesia untuk makan bersama, tidak hanya bersama keluarga tetapi juga bersama kerabat lainnya. Seperti pada acara hari-hari besar keagamaan, merayakan ulang tahun, dan lainnya.

Alasan penulis memilih SMKN 3 Bandar Lampung sebagai objek penelitian karena SMKN tersebut satu-satunya sekolah yang menyediakan jurusan tata boga di Bandar Lampung. SMKN 3 Bandar Lampung telah ada sejak tahun 1980 merupakan salah satu sekolah yang terletak di Provinsi Lampung yang menyediakan program kejuruan tata boga dan jurusan tata boga ini sendiri hanya terdapat di SMKN 3 Bandar Lampung. Sekolah Menengah Kejuruan ini salah satu lembaga pendidikan formal dan bersifat kejuruan non teknik yang bertanggung jawab untuk menyiapkan tenaga-tenaga terampil. Mereka mempunyai standar dan program tersendiri untuk mendidik dan memberikan keahlian khusus pada

muridnya sehingga mampu untuk terjun langsung di dunia kerja ataupun meneruskan pendidikan yang lebih tinggi.

Siswa di SMKN 3 dituntut untuk mempunyai keahlian memasak sejak dini, mampu menguasai dan mengolah berbagai macam masakan Indonesia maupun kontinental, serta berbagai macam patiseri, *cake* dan roti. Di Sekolah Menengah Kejuruan ini terdapat banyak pembimbing yang telah berpengalaman mengingat sudah berdiri selama kurang lebih 20 tahun, dengan pembimbing-pembimbing yang berpengalaman diharapkan dapat membantu para siswa untuk dapat menjadi siswa yang berkualitas yang mampu mengapresiasi bakatnya di bidang tata boga. Peranan pembimbing di sini cukup besar mengingat selain sebagai guru, pembimbing dituntut untuk dapat memberikan motivasi kepada para siswa untuk tetap kreatif dalam membuat kreasi masakan dan terampil, agar dapat memasuki dunia kerja.

Begitu juga dengan program acara Hell Kitchen, bukan hanya program acara kuliner biasa, acara ini menampilkan juru masak atau *chef* terkenal yang mempunyai kualitas tinggi dalam teknik mengolah masakan juga mempunyai kreasi tinggi dalam meracik bahan makanan. Disetiap episodenya menampilkan banyak resep-resep yang dapat menjadi bahan acuan para khalayak yang menonton untuk menerapkan resep masakan tersebut di rumah. Tayangan Hell Kitchen ini tidak hanya sekedar menjadi program acara hiburan saja, tetapi dapat menjadi acara yang memberikan informasi kepada penikmatnya. Peneliti memilih

tayangan kuliner Hell Kitchen karena peneliti melihat adanya kedekatan tayangan tersebut dengan siswa SMKN 3 Bandar Lampung. Setiap kontestan dari Hell Kitchen berasal dari sekolah boga atau orang-orang yang bergelut di bidang kuliner. Pada dunia pertelevisian yang sangat bersaing ini acara kuliner yang ada di televisi bukan hanya Hells Kitchen saja, tetapi ada acara-acara kuliner lainnya yaitu

Di dalam penelitian ini, peneliti memilih responden kelas XI dikarenakan, pada jenjang tersebut para siswa sudah banyak mendapatkan ilmu di bidang kuliner. Serta telah mempunyai pemikiran kedepan akan kegunaan ilmu yang telah mereka dapatkan. Serta Teori yang dipilih adalah *uses and gratification* karena peneliti melihat adanya sikap aktif dalam penggunaan media masa. Model *uses and gratification* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi khalayaklah yang dilihat aktif yang sengaja media untuk mencapai tujuan khusus.

Di dalam penelitian ini penulis memilih tayangan Hells Kitchen daripada tayangan lain sejenis karena tayangan ini dinilai mempunyai pembawa acara yang cukup handal. Contoh tayangan lain yang sejenis yaitu *Simple Cooking*, *Fish and Chef*, dan *Magic Cooking*. Pada tayangan-tayangan lain tersebut hanya menampilkan sedikit jenis masakan, dan mempunyai format acara yang berbeda. Acara yang



lain memberikan pengetahuan tentang masakan kepada khalayak tetapi tidak terdapat pemodel yang dapat menjadi acuan dalam penelitian.

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah penulis akan melakukan penelitian untuk mengetahui Pengaruh Menonton Tayangan Kuliner Hell Kitchen di SCTV Terhadap Motif Belajar Siswa Jurusan Tata Boga (Studi Pada Siswa Jurusan Tata Boga SMKN 3 Bandar Lampung Kelas XI Tahun Pelajaran 2014/2015

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh antara tayangan kuliner Hell Kitchen yang ditayangkan di SCTV terhadap motif belajar siswa jurusan tata boga di SMKN 3 Bandar Lampung?
2. Berapa besarkah pengaruh tayangan kuliner Hell Kitchen yang ditayangkan di SCTV terhadap motif belajar siswa jurusan tata boga di SMKN 3 Bandar Lampung?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Mengetahui pengaruh tayangan kuliner Hell Kitchen di SCTV terhadap motif belajar siswa jurusan tata boga di SMKN 3 Bandar Lampung.
2. Mengetahui serapa besar pengaruh tayangan kuliner Hell Kitchen terhadap motif belajar siswa jurusan tata boga di SMKN 3 Bandar Lampung.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1.4.1 Kegunaan secara Teoritis**

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan khasanah pengetahuan bagi bidang ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan komunikasi massa.

#### **1.4.2 Kegunaan secara Praktis**

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumbangan pengetahuan dan informasi bagi para guru dan murid dalam pemanfaatan media massa, dan dapat juga digunakan sebagai penunjang ataupun untuk merangsang motivasi belajar siswa. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna.