

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman sekarang ini televisi merupakan media elektronik yang mampu menyebarkan berita secara cepat dan memiliki kemampuan mencapai khalayak dalam jumlah yang tidak terhingga pada waktu yang bersamaan. Televisi dengan berbagai acara yang di tayangkannya telah mampu menarik minat dan membuat pemirsanya ‘ketagihan’ untuk selalu menyaksikan acara-acara yang ditayangkan. Namun dengan berbagai program-program yang ditayangkan, televisi memberikan informasi melalui program acara yang telah dikemas sedemikian bagus agar menarik bagi yang menontonnya.

Media massa adalah suatu istilah yang mulai dipergunakan pada tahun 1920-an untuk mengistilahkan jenis media yang secara khusus di desain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Jenis media yang secara tradisional termasuk di dalam media massa adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film. Seiring dengan perkembangan teknologi dan sosial budaya, telah berkembang media-media lain yang kemudian dikelompokan ke dalam media massa seperti internet dan tabloid. Televisi merupakan media massa yang paling banyak digemari karena memiliki kelebihan dibandingkan dengan media massa lainnya. Televisi adalah media elektronik yang dapat di dengar dan dapat dilihat sekaligus. Televisi juga merupakan sebuah alat penangkap siaran bergambar. Kata televisi berasal dari kata tele dan vision: yang mempunyai arti

masing-masing jauh (tele) dan tampak (vision). Jadi televisi berarti melihat dari jarak jauh.

Televisi merupakan alat komunikasi yang modern, yang berfungsi untuk menyiarkan berita atau informasi-informasi yang bisa dilihat oleh masyarakat secara luas yang tidak dapat melihatnya secara langsung. Sinetron atau “Sinema Elektronik” adalah film cerita yang dibuat untuk media televisi. Saat ini sinetron merupakan salah satu alternatif hiburan yang banyak diminati masyarakat, karena selain tidak memerlukan biaya, juga sangat mudah untuk menikmatinya. Faktanya, kini televisi tidak menyiarkan berita atau informasi-informasi saja, pada era globalisasi ini banyak stasiun-stasiun televisi yang menyiarkan sinetron, yang mana sinetron saat ini bisa menjadi media promosi bagi penontonnya.

Salah satu sinetron yang sedang ramai saat ini ialah sinetron ikatan cinta. Ikatan Cinta berhasil menduduki puncak *rating* di hari kelima penayangan perdananya di televisi. Penerimaan Ikatan Cinta terus mengalami peningkatan sejak ditayangkan pada bulan Oktober 2020. Catatan bulan November hingga Desember 2020, angka *rating* sinetron ini sering berada di atas angka 9. Catatan tertinggi diraih pada 25 Januari 2021 dengan *rating* 14,1 dan *audience share* 48,3 yang langsung mematahkan pencapaian pada 24 Januari 2021 dengan *rating* 13,4 dan *audience share* 44,9 untuk target penonton semua demografi. Serta melebihi capaian satu pekan sebelumnya pada 18 Januari 2021 dengan angka *rating* dan *share* program sebesar 13,2 dan

44,7 untuk target penonton semua demografi. Ini merupakan nilai penerimaan sinetron tertinggi di Indonesia sejak tahun 2005 lalu.

Pencapaian ini jauh melampaui pencapaian satu bulan sebelumnya pada 25 Desember 2020 dengan angka *rating* dan *share* program sebesar 12,7 dan 44,7, dan juga melampaui musim ketiga sinetron Cinta Fitri yang tayang di SCTV pada tahun 2009 yang memiliki angka *rating* dan *share* program sebesar 12,6 dan 39,2. Tingginya penerimaan program ini berimbas pada meningkatnya iklan di sinetron Ikatan cinta.

Kotler dan Keller (2012) menyebutkan minat beli menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada di dalam benaknya itu. Niat beli merupakan perasaan senang terhadap suatu barang atau produk, yang kemudian timbul keyakinan untuk memiliki produk tersebut karena diyakini memiliki manfaat. Tidak ada pembelian yang terjadi jika konsumen tidak pernah menyadari kebutuhan dan keinginannya. Pengenalan masalah (*problem recognition*) terjadi ketika konsumen melihat adanya perbedaan yang signifikan antara apa yang dia dimiliki dan apa yang dia butuhkan. Berdasarkan pengenalannya akan masalah selanjutnya konsumen mencari dan mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang produk yang di inginkan.

Konsumsi adalah sebuah kegiatan dalam perekonomian selain produksi dan distribusi. Dalam melakukan kehidupannya manusia tidak bisa lepas dari kegiatan konsumsi. Konsumsi merupakan sebuah kegiatan yang biasanya dilakukan dengan menggunakan, memanfaatkan atau menghabiskan suatu barang. Jika kegiatannya dinamakan konsumsi, maka pelakunya disebut dengan konsumen. Konsumen adalah seseorang yang menggunakan, memanfaatkan atau menghabiskan suatu barang guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pada dasarnya mengkonsumsi suatu barang memiliki tujuan yaitu dalam rangka memenuhi kebutuhan jasmani ataupun rohani seseorang. Firmansyah dkk (2012:49) mengemukakan bahwa tujuan kegiatan konsumsi dapat digolongkan menjadi empat, yaitu: 1) mengurangi nilai guna barang atau jasa secara bertahap; 2) menghabiskan suatu nilai guna barang dan jasa secara sekaligus; 3) dapat memuaskan serta bermanfaat untuk kebutuhan fisik seseorang; 4) bisa memuaskan dan bermanfaat untuk kebutuhan rohani. Setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda-beda, baik dalam pemenuhan kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder, serta kebutuhan yang berasal dari keinginan dalam diri. Faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang melakukan kegiatan konsumsi yaitu tingkat pendapatan yang dimiliki seseorang, tingkat harga suatu produk, sikap dan gaya hidup yang dimiliki orang tersebut, adat istiadat daerah yang ditempati, model barang, kegiatan bersaing dengan konsumen yang lain serta selera konsumen.

Kecamatan Cilincing terletak di Kota Jakarta Utara, DKI Jakarta, Indonesia. Kecamatan ini adalah kecamatan dengan jumlah kelurahan terbanyak

di Jakarta Utara. Di kecamatan ini terdapat kawasan berikat industri terpadu nasional yang memproduksi konveksi dengan beragam perusahaan baik nasional maupun perusahaan penanaman modal asing. Ditahun 2020, penduduk kecamatan ini berjumlah 430.102 jiwa, dimana laki-laki sebanyak 217.528 jiwa dan perempuan sebanyak 212.574 jiwa, dengan kepadatan penduduk 11.409 jiwa/km². Kemudian dalam hal keagamaan, penduduk kecamatan ini juga cukup beragam. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik kota Jakarta Barat tahun 2020 mencatat jumlah pemeluk agama, dimana Islam sebanyak 91,52%

Penelitian yang dilakukan oleh Diyah Ayu Kusuma N pada tahun 2018 dengan judul penelitian Pengaruh Sinetron Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Muslim Di Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpoe, Kabupaten Sidrap dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh antara sinetron terhadap konsumsi barang (*Fashion*) pada masyarakat muslim di Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpoe, Kabupaten Sidrap menyatakan bahwa hubungan antara dua variabel tersebut tergolong dalam kategori yang cukup kuat ini menunjukkan bahwa sinetron berpengaruh positif terhadap konsumsi barang (*Fashion*) pada masyarakat muslim di Kelurahan Amparita, Kecamatan Tellu Limpoe, Kabupaten Sidrap.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dijabarkan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang pengaruh komunikasi media sosial terhadap niat beli dengan subjek yang berbeda. Sehingga peneliti mengajukan judul penelitian **“Pengaruh Menonton Sinetron Ikatan Cinta**

dan Minat Beli Terhadap Konsumsi Barang (*Fashion*) Pada Masyarakat Muslim di Kecamatan Cilincing Jakarta Utara”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah sinetron *Ikatan Cinta* berpengaruh terhadap konsumsi barang (*fashion*) pada masyarakat muslim di kecamatan Cilincing Jakarta Utara?
2. Apakah minat beli berpengaruh terhadap konsumsi barang (*fashion*) pada masyarakat muslim di kecamatan Cilincing Jakarta Utara?
3. Apakah sinetron *Ikatan Cinta* dan minat beli berpengaruh terhadap konsumsi barang (*fashion*) pada masyarakat muslim di kecamatan Cilincing Jakarta Utara?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat digambarkan pokok permasalahan yang begitu luas, maka peneliti memberi batasan masalah secara jelas dan terfokus sebagai berikut:

1. Agar penelitian ini lebih terarah maka penelitian ini hanya menguji pengaruh variabel independen (pengaruh sinetron *ikatan cinta* (X1), minat beli (X2) terhadap variabel dependen (konsumsi barang (Y)).
2. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat di kecamatan Cilincing Jakarta Utara.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah diuraikan diatas, maka Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh menonton sinetron ikatan cinta terhadap konsumsi barang (*fashion*) pada masyarakat muslim di kecamatan Cilincing Jakarta Utara.
2. Untuk menganalisis pengaruh minat beli terhadap konsumsi barang (*fashion*) pada masyarakat muslim di kecamatan Cilincing Jakarta Utara.
3. Untuk menganalisis pengaruh menonton sinetron ikatan cinta dan minat beli terhadap konsumsi barang (*fashion*) pada masyarakat muslim di kecamatan Cilincing Jakarta Utara.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi tambahan untuk studi kepustakaan mengenai pengaruh menonton Sinetron Ikatan Cinta terhadap konsumsi barang yang dapat digunakan bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Untuk Peneliti Menambah pengetahuan peneliti mengenai bidang pemasaran, terutama mengetahui pengaruh menonton Sinetron Ikatan Cinta terhadap konsumsi barang pada masyarakat muslim.