



**PERSEPSI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TERHADAP TAYANGAN
PROGRAM ACARA “PAGI PAGI AMBYAR” TRANS TV
(Studi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Kelas Pagi Angkatan 2018)**

SKRIPSI

Oleh:

**Nama : Michelle Theresa Yosephine
NIM : 20180400019**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG
2022**



**PERSEPSI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TERHADAP TAYANGAN
PROGRAM ACARA “PAGI PAGI AMBYAR” TRANS TV
(Studi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Kelas Pagi Angkatan 2018)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

Nama : Michelle Theresa Yosephine
NIM : 20180400019

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG
2022**



LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa:

Judul Tugas Akhir : Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma Terhadap Tayangan Program Acara “Pagi Pagi Ambyar” Trans TV (Studi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Kelas Pagi angkatan 2018)

Nama : Michelle Theresa Yosephine

NIM : 20180400019

Fakultas : Sosial dan Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Tugas Akhir ini telah disetujui pada tanggal 25 Juli 2022

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing

Galuh Kusuma Hapsari, S.Si, M.I.Kom

Suryadi Wardiana, M.I.Kom

NIDN : 0401018307

NIDN : 0411118205



LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Michelle Theresa Yosephine
NIM : 20180400019
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma Terhadap Tayangan Program Acara "Pagi Pagi Ambyar" Trans TV (Studi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Kelas Pagi angkatan 2018)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bahan persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Buddhi Dharma.

Dewan Penguji

1. Ketua Penguji : **Dr. Lilie Suratminto, M.A**
NIDN. 887530017
2. Penguji I : **Galuh Kusuma Hapsari, S.Si, M.I.Kom**
NIDN. 0401018307
3. Penguji II : **Tia Nurapriyati, S.Sos.I., M.I.Kom**
NIDN. 0310048205

Tanda Tangan

Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora
Universitas Buddhi Dharma

Dr. Lilie Suratminto, M.A
NIDN. 887530017
FAKULTAS
SOSIAL DAN HUMANIORA



PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah karya saya sendiri, dan dari semua sumber baik yang dikutip, maupun yang telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Michelle Theresa Yosephine

NIM : 20180400019

Tanda Tangan :



Tanggal : 25 Juli 2022

KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya lah Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Kelas Pagi Angkatan 2018 Universitas Buddhi Dharma Terhadap Tayangan Program Acara Pagi Pagi Ambyar** dengan baik dan sesuai dengan prosedur yang telah diberikan.

Skripsi ini dibuat dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma. Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sebuah kesempurnaan. Oleh sebab itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat membantu untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Penyusunan skripsi ini juga tidak lepas dari pengarahan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Limajatini, S.E., M.M., BKP., selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma.
2. Dr. Lilie Suratminto, M.A., selaku Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma
3. Alm. Iwan S,Pd., M.M., M.Pd. selaku Wakil Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma
4. Galuh Kusuma Hapsari, S.Si, M.I.Kom., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma

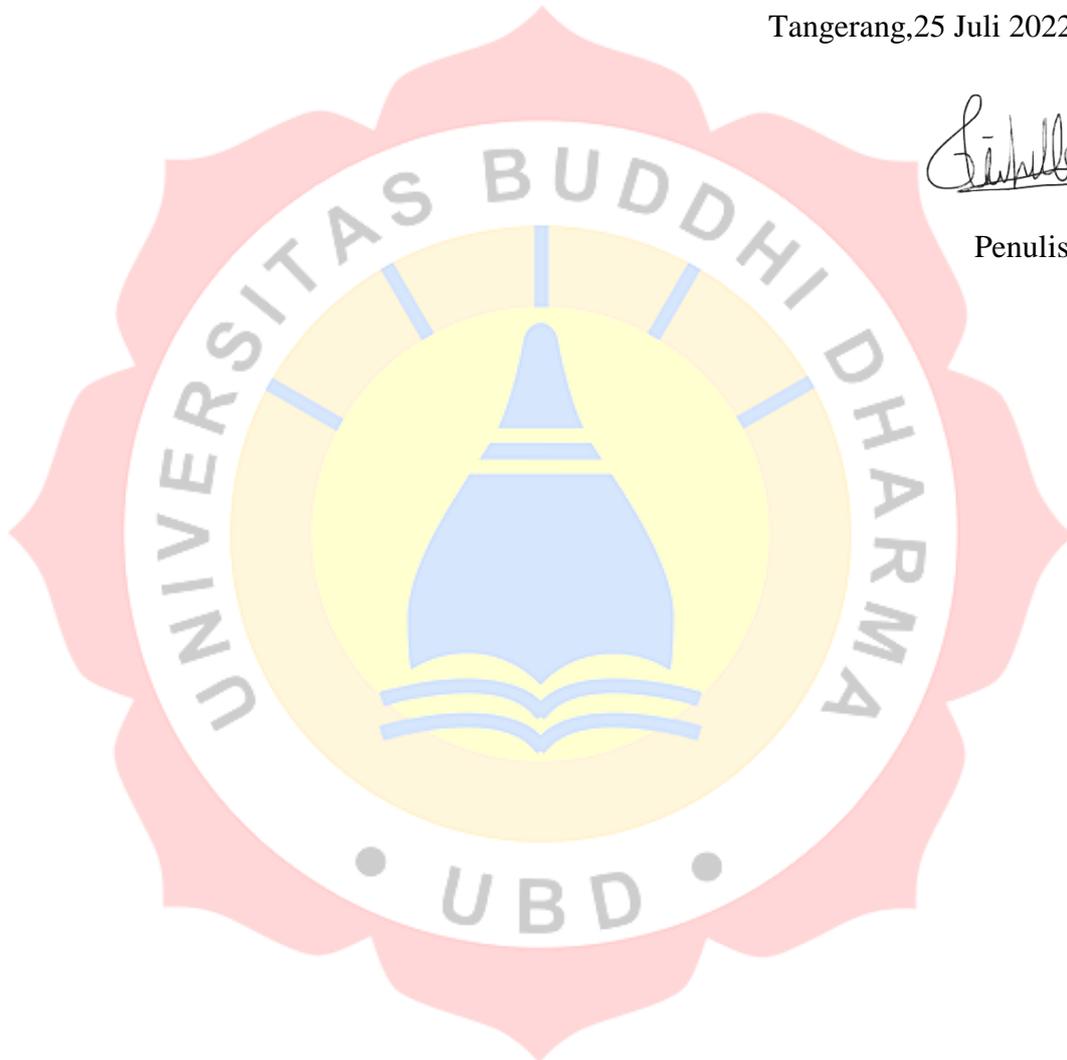
5. Suryadi Wardiana, M.I.Kom., selaku Dosen pembimbing dan Pembimbing Akademik yang telah memberikan ilmu, bimbingan dan arahan Penulis dalam pembuatan skripsi hingga selesai.
6. Para Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan pengajaran dan ilmu selama Penulis menimba ilmu di Universitas, sehingga ilmu tersebut dapat digunakan pada penyusunan skripsi ini
7. Orang Tua beserta keluarga yang telah mendukung Penulis selama proses penyusunan skripsi hingga selesai.
8. Juan Ricky Raharjo yang telah mendukung, menemani, dan memotivasi Penulis dalam Penulisan skripsi
9. Maria Clarissa, Safira Putri, dan Tiara Meitiawati yang memotivasi dan menemani Penulis dikala Penulis menghadapi kesulitan dalam Penulisan skripsi
10. Irina Suguanto, Juannita Rusliana dan Novi Handayani yang memberikan semangat dan motivasi kepada Penulis jika Penulis mengalami kesulitan.
11. Agnes Gabriela, Chandra Arya Sacani, Kheren Stevie Wiguna, Yabes Antonio dan Anggrenaldi Yonatan yang berjuang bersama serta membantu dalam proses Penulisan skripsi
12. Senat Mahasiswa Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma yang telah menghibur dan mendukung penulis selama penulisan skripsi
13. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma periode 2018 yang sama sama berjuang bersama untuk menyelesaikan skripsi

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang namanya disebutkan maupun yang tidak. Penulis dengan terbuka menerima segala kritik dan saran yang diberikan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, khususnya mahasiswa/i Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma.

Tangerang, 25 Juli 2022



Penulis



ABSTRAK

Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma Terhadap Tayangan Program Acara “Pagi Pagi Ambyar” Trans Tv (Studi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Kelas Pagi Angkatan 2018)

Televisi adalah salah satu media massa yang populer ditengah masyarakat. Untuk terus meningkatkan rating, setiap stasiun televisi bersaing untuk membuat dan menayangkan acara yang menarik penonton juga pengiklan tanpa mementingkan isi tayangan. Salah satu acara yang sering memberikan tayangan yang tidak edukatif adalah program Pagi Pagi Ambyar. Penulis tertarik untuk meneliti program acara ini dan bertujuan mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Kelas Pagi Angkatan 2018 Universitas Buddhi Dharma terhadap tayangan program acara Pagi Pagi Ambyar, tujuan lainnya adalah untuk mengetahui tipe penonton yang lebih terpengaruh dalam pembentukan persepsi dan terpengaruh isi siaran. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan menggunakan teori kultivasi. Data akan diambil melalui teknik wawancara mendalam dengan 13 informan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi yang terbentuk pada 11 mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma adalah persepsi yang negatif dan buruk, 1 mahasiswa menunjukkan persepsi yang baik atau positif, dan 1 lainnya menunjukkan persepinya bisa berubah tergantung isi tayangan. Dari 13 informan, lima diantaranya adalah *heavy viewer* dimana menurut hasil wawancara menunjukkan bahwa mereka terpengaruh oleh isi siaran, 8 mahasiswa lainnya adalah *light viewer* dimana 7 dari kategori tersebut terpengaruh oleh isi siaran, dan 1 mahasiswa tidak terpengaruh isi siaran.

Kata Kunci: Persepsi, Teori Kultivasi, Televisi

ABSTRACT

Perceptions Of Buddhi Dharma University Communications Students On
Trans TV's "Pagi – Pagi Ambyar" Show Program
(Study On Communication Student Morning Class of 2018)

Television is one of the most popular mass media in society. To continue to increase the rating, each television station competes to create and broadcast programs that attract viewers as well as advertisers regardless of the content of the show. One of the programs that often gives uneducative impressions is the *Pagi Pagi Ambyar* program. The researcher is interested in researching this program and aims to find out how the perception of students of Communication Science Student Morning Class 2018 at Buddhi Dharma University on the program show *Pagi Pagi Ambyar*, another goal is to find out which type of audience is more affected in the formation of perceptions and is affected by broadcast content. The research method used is descriptive qualitative and uses cultivation theory. Data will be collected through in-depth interviews with 13 informants. The results of this study indicate that the perceptions formed by 11 students of Communication Studies at Buddhi Dharma University are negative and bad perceptions, 1 student shows a good or positive perception, and the other 1 indicates that his perception can change depending on the content of the show. Of the 13 informants, five of them were heavy viewers where according to the interview results showed that they were affected by broadcast content, 8 other students were light viewers where 7 of these categories were affected by broadcast content, and 1 student was not affected by broadcast content.

Keywords: Perception, Cultivation Theory, Television

Daftar Isi

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORETIS	8
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kerangka Teoretis	18
2.2.1 Komunikasi	18
2.2.2 Komunikasi Massa	22
2.2.3 Media Massa	25
2.2.3.1 Televisi Sebagai Media Massa	26
2.2.3.2 YouTube Sebagai Media Massa	27
2.2.4 Persepsi	27
2.2.5 Program Acara Kreatif TV	32
2.2.7 Teori Kultivasi	32
2.3 Kerangka pemikiran	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Paradigma Penelitian	35
3.2 Pendekatan Penelitian	36
3.3 Metode Penelitian	36
3.4 Subjek/Objek Penelitian	37
3.4.1 Subjek Penelitian	37

3.4.2	Objek Penelitian.....	37
3.5	Teknik Pengumpulan Data	37
3.5.1	Data Primer.....	37
3.5.2	Data Sekunder.....	38
3.6	Teknik Analisis Data.....	38
3.7	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
3.7.1	Lokasi Penelitian.....	39
3.7.2	Waktu Penelitian.....	40
BAB IV	PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1	Gambaran Umum Subjek/Objek Penelitian	41
4.2	Hasil Penelitian.....	42
4.3	Pembahasan.....	58
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2.	Saran.....	63
5.2.1	Saran praktis	63
5.2.2	Saran teoretis.....	64
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
KARTU BIMBINGAN SKRIPSI		
RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4.1 Logo Trans TV	41
Gambar 4.2 Poster Program Pagi Pagi Ambyar.....	42



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2.2_Tabel Jurnal Penelitian Terdahulu	16
Tabel 4.1 Daftar Informan.....	44



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial yang mengharuskan dan mendorong manusia untuk saling berkomunikasi satu sama lain. Tanpa adanya komunikasi, peradaban manusia tidak akan maju sebagaimana mestinya. Lewat komunikasi inilah manusia memungkinkan untuk memuat, menyebarkan, dan mendapatkan informasi/wawasan/pesan.

Dalam komunikasi, terdapat juga istilah yang bernama komunikasi massa. Komunikasi massa ini adalah suatu pesan atau informasi yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Rakhmat, 2009:3).

Media massa merupakan alat dari komunikasi massa yang memiliki peran untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai berbagai berita maupun isu yang penting, menyediakan ruang sebagai forum untuk berdebat, menyampaikan aspirasi, maupun tempat untuk menampilkan dan memberikan hiburan. Media massa juga banyak memberikan pengaruh dalam aspek kehidupan masyarakat.

Pesatnya kemajuan dan perkembangan media massa membuat media menjadi tempat yang bukan saja dapat mengubah dan memperkuat opini, sikap, dan perilaku individu, tetapi juga dapat membentuk sikap, perilaku, nilai dan persepsi masyarakat mengenai realitas sosial.

Televisi adalah contoh media massa yang dapat dikatakan populer dan memiliki pengaruh yang besar di tengah masyarakat. Televisi sendiri termasuk dalam media massa elektronik yang memiliki kemampuan untuk menyebarkan

berita secara cepat dengan jangkauan khalayak yang luas serta jumlah tak terhingga pada waktu yang bersamaan. Televisi juga memiliki kelebihan dalam penyajiannya karena membuat tayangan terasa lebih hidup dengan dukungan gambar dan suara.

Adanya perkembangan dalam stasiun televisi akhirnya membuat televisi menjadi salah satu peralatan yang dibutuhkan dan dimiliki oleh hampir setiap keluarga. Ini menunjukkan bahwa televisi sudah menjadi kebutuhan hidup manusia karena dapat berfungsi sebagai sumber pendidikan, informasi, sarana mencari hiburan, dan masih banyak lagi. Mengenai pentingnya televisi dalam kehidupan manusia, Don DeLillo (1985) menyatakan bahwa bagi kebanyakan orang, hanya ada dua tempat terpenting di dunia. Pertama yaitu di mana mereka tinggal dan di mana TV berada (dalam Ghashmari 2010:173). Ini menunjukkan bahwa orang hampir tidak bisa meninggalkan atau melupakan televisi. Perkembangan televisi pun berlanjut dengan mulai banyak didirikan stasiun-stasiun televisi baik stasiun televisi nasional maupun swasta. Baik stasiun televisi nasional maupun stasiun televisi swasta mereka semua berlomba-lomba dan bersaing untuk menyajikan program tayangan yang menarik perhatian banyak penonton. Dalam proses menarik penonton ini selanjutnya akan dijadikan komoditas dalam “kapitalisme televisi” untuk ditawarkan kepada para pemasang iklan dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.

Menurut Undang Undang 32 Tahun 2002 yang ditetapkan oleh pemerintah, isi siaran meliputi informasi, pendidikan, hiburan suara, dan kecerdasan, kepribadian, moralitas, kemajuan, kekuatan bangsa, persatuan dan kesatuan, serta nilai-nilai agama. Konten siaran juga perlu memberikan perlindungan dan pemberdayaan kepada kelompok sasaran khusus, anak-anak dan remaja, dengan menayangkan

program pada waktu yang tepat, dan lembaga penyiaran mengklasifikasikan pemirsa sesuai dengan isi programnya. Dalam hal ini, isi program tidak boleh memfitnah, menghasut, menyesatkan, dan/atau berbohong. Siaran tersebut juga melarang penekanan unsur kekerasan, perjudian, cabul, penyalahgunaan narkoba dan obat-obatan terlarang, suku, agama, ras, dan tindakan keras antar kelompok. Konten siaran juga tidak boleh mencemooh, menghina, melecehkan, mengabaikan, atau merusak hubungan internasional dengan nilai-nilai agama atau harkat dan martabat manusia Indonesia.

Walaupun sudah ada Undang-Undang yang ditetapkan, acara-acara di televisi terkadang masih melanggar kode etik ataupun UU yang ada hanya untuk menaikkan *rating* acara yang mereka miliki. Bukan informasi dan perestasi, tetapi sensasi yang dijadikan topik dan sorotan utama untuk mendapatkan banyak penonton dan para pemasang iklan. Secara tidak sadar ataupun mereka sadari, sensasi tersebut menciptakan kekerasan verbal seperti melecehkan, memperolok, dan merendahkan individu lainnya yang berefek pada persepsi masyarakat luas. Mereka seakan tidak peduli walaupun program tersebut tidak memberi edukasi, mereka akan tetap menayangkan sensasi-sensasi tersebut selama perolehan *rating*, iklan dan jumlah penonton masih tinggi. Apabila *rating* televisi tersebut tidak tinggi pun, alih-alih meningkatkan kualitas dari tayangan, program televisi akan mencari sensasi yang lebih menarik minat audiens. Atau pun menayangkan dengan memakai judul yang hiperbola untuk diunggah di kanal YouTube.

Penulis tertarik untuk meneliti program tayangan Pagi Pagi Ambyar. Pagi Pagi Ambyar sendiri adalah program gelar wicara atau *talk show* yang tayang di salah

satu stasiun televisi swasta yaitu Trans TV. Program ini memulai tayangan pertamanya pada 19 Oktober 2020.

Pada setiap episodenya, program Pagi Pagi Ambyar akan mengundang atau mendatangkan bintang tamu yang akan diwawancara dan menemani para *host*. Bintang tamu yang dihadirkan akan digali informasinya terkait *gossip* atau rumor tentang dirinya yang sedang ramai diperbincangkan oleh infotainment maupun warganet.

Tak jarang topik yang dibahas mengarah kepada kekerasan verbal yang akan mengakibatkan perselisihan antar bintang tamu, bahkan bintang tamu dengan *host*, contohnya saat Denise Chariesta menjadi bintang tamu pada tayangan 4 Juni 2021, dan 7 Juni 2021. Ia diundang karena adanya perselisihan antara dirinya dan Uya Kuya. Program ini menayangkan pertengkaran dan perselisihan dari Denise dan Uya Kuya. Tak hanya itu, pembawa acara yang harusnya menjadi penengah maupun menjadi sarana mediasi antara bintang tamu juga tak jarang justru ikut berselisih dengan bintang tamu yang diundang. Biasanya perselisihan ini terjadi saat segmen wawancara dengan bintang tamu, atau segmen mendatangkan tamu lainnya. Saat gelar wicara dimulai dan saat pembawa acara menggali informasi terkait rumor-rumor, disitulah biasanya terjadi perselisihan antar bintang tamu maupun dengan pembawa acara. Belum lagi segmen saat mendatangkan tamu yang sebelumnya tidak diberitahu kepada bintang tamu sebelumnya, contohnya saat Denise Chariesta tidak mengetahui bahwa Uya Kuya akan datang, sehingga Uya Kuya menjadi tamu “dadakan” untuk Denise.

Tayangan-tayangan sensasional yang menampilkan kekerasan verbal, maupun perselisihan yang dikemas menjadi candaan terbukti ampuh dan sukses membuat

penonton betah dan akhirnya mendatangkan rating. Salah satu bukti bahwa tayangan itu ampuh adalah dengan masih tayangnya program tersebut, dan juga tayangan ulang yang memiliki banyak penonton di kanal YouTube TransTV. Ini menjadi salah satu tanda bahwa tayangan tersebut banyak menarik penonton.

Usaha- usaha yang dilakukan oleh para pengelola dan pemilik stasiun televisi dalam upayanya untuk menarik dan mengundang perhatian penonton sebanyak-banyaknya dengan isi tayangan seperti demikian sebenarnya dapat merugikan penonton. Soetrisno (1996) berpendapat bahwa kepentingan konsumen, publik ataupun penonton akan dikalahkan oleh kepentingan ataupun keinginan kaum pemilik modal atau kapitalis yang mencari keuntungan dengan menguasai stasiun televisi (dalam Rhamdani,2020:3). Menurutnya, para pemilik modal atau investor akan lebih tertarik untuk mengumpulkan keuntungan sebesar-besarnya melalui iklan yang ditayangkan daripada berfikir untuk menayangkan program tayangan yang berkualitas.

Hal ini menyebabkan pemilik dan pengelola stasiun televisi harus membuat menciptakan dan menayangkan acara-acara sesuai dengan keinginan para kapitalis. Ditambah adanya platform YouTube yang bisa menambah keuntungan bagi para stasiun televisi dengan mengunggah kembali tayangan yang sudah disiarkan di televisi ke YouTube dengan menggunakan judul-judul menarik, hiperbola, dan sensasional.

Tayangan televisi dapat dinikmati oleh semua lapisan dan golongan masyarakat termasuk anak kecil, orang dewasa, petani, pekerja swasta, siswa, dan masih banyak lagi. Tujuan para penonton dalam menonton televisi pun beragam, ada yang mencari informasi, ada yang mencari hiburan ataupun lainnya.

Mahasiswa adalah salah satu dari contoh masyarakat yang ikut juga menikmati tayangan televisi baik tayangan yang langsung ditayangkan pada televisi, maupun tayangna ulang yang sudah diunggah kembali ke platform media lain seperti YouTube. Dalam kebutuhannya, mahasiswa banyak membutuhkan informasi yang bermutu, berkualitas, terbaru, dan tentunya teraktual dari tayangan televisi. Banyaknya informasi atau siaran yang tidak bermutu dan tidak mendidik inilah yang melatarbelakangi penulis melakukan penelitian untuk mengetahui lebih jauh persepsi mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Buddhi Dharma tentang tayangan yang disajikan pada program Pagi Pagi Ambyar.

1.2 Identifikasi Rumusan Masalah

Berdasarkan dari penjelasan yang Penulis paparkan di latar belakang, maka Penulis menetapkan rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

Bagaimana persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Univeritas Buddhi Dharma terhadap tayangan program acara Pagi Pagi Ambyar?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang Penulis sudah paparkan, tujuan penelitian ini yaitu, untuk mengetahui persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma tentang tayangan program acara Pagi Pagi Ambyar

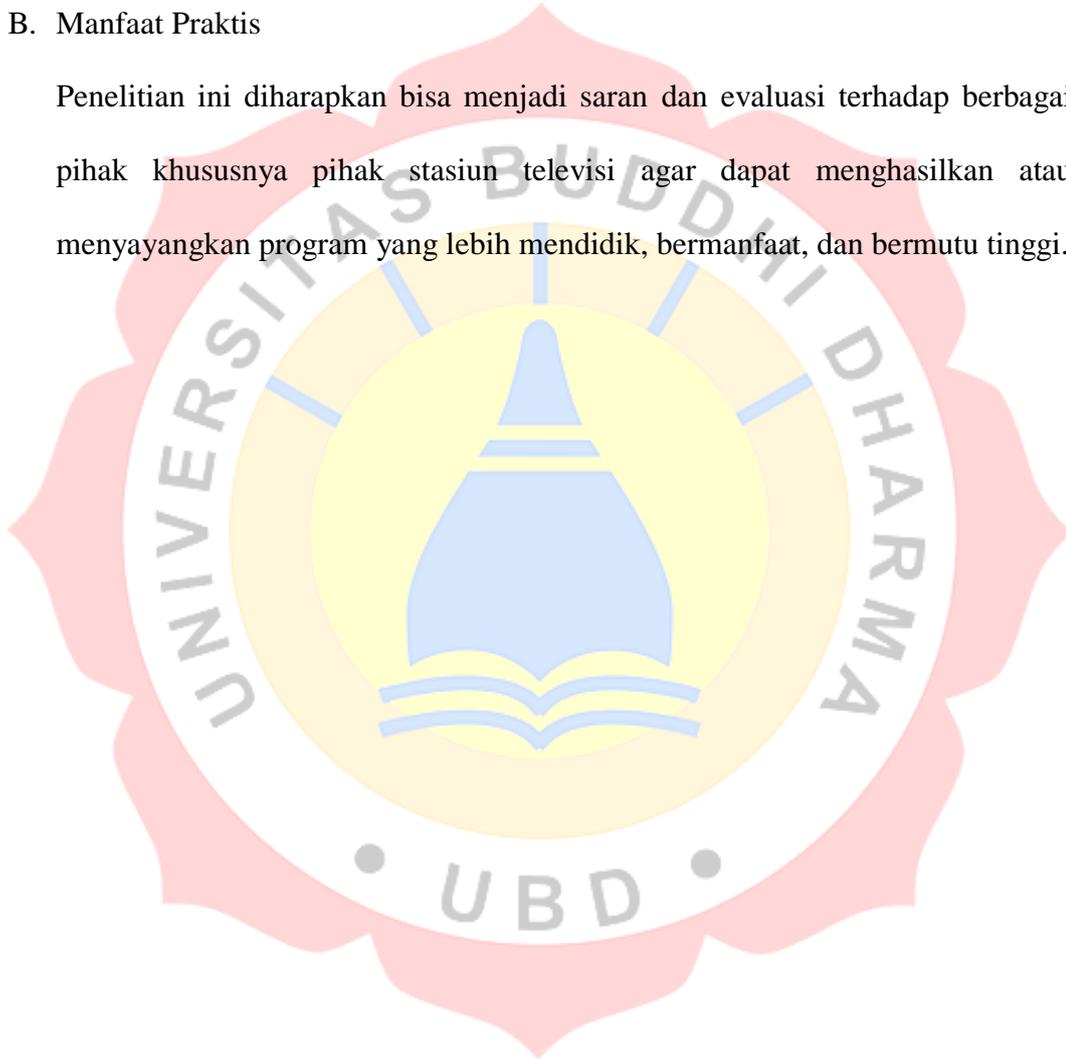
1.4 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Akademis

Penulis berharap agar hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan studi, dan memberikan sumbangan ilmiah, dan memperkaya pengetahuan tentang pengaruh media massa televisi pada penontonnya.

B. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi saran dan evaluasi terhadap berbagai pihak khususnya pihak stasiun televisi agar dapat menghasilkan atau menyayangkan program yang lebih mendidik, bermanfaat, dan bermutu tinggi.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORETIS

2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini, penulis membaca, dan mempelajari beberapa penelitian lain yang sudah ada terlebih dahulu untuk membantu, membandingkan, dan melihat perbedaan penulis dengan hasil karya dari penelitian terdahulu. Berikut adalah penelitian yang terlebih dahulu:

- **Skripsi dari Saiful Arief, 2015, UIN Sunan Kalijaga yang berjudul Persepsi Mahasiswa Terhadap Tayangan Reality Show Mistik (Studi Deskriptif Kualitatif pada Tayangan “Dua Dunia” di Trans7 pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga terhadap tayangan *reality show* mistik “Dua Dunia” di televisi. Teori yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu teori persepsi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Menurut hasil penelitian Saiful Arief, persepsi mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sunan Kalijaga terkait dampak, kegunaan, pesan, dan konsep tontonan adalah memuaskan dan cenderung positif. Persepsi tentang hubungan tayangan *reality show* ini dengan budaya Indonesia pun positif. Namun untuk keaslian atau kredibilitas tontonan persepinya tidak positif atau dengan kata lain para mahasiswa kurang mempercayai tayangan *reality show* ini.

- **Skripsi dari M.Hadi Saputra, 2019, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang berjudul Persepsi Mahasiswa Terhadap Berita Online Jejamo.com Sebagai Sumber Informasi Seputar Lampung (Studi Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2015)**

Penelitian karya M.Hadi Saputra ini memiliki rumusan masalah “Bagaimana persepsi mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung angkatan 2015 terhadap berita online Jejamo.com sebagai sumber informasi seputar Lampung?”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif berita online Jejamo.com sebagai sumber informasi seputar Lampung bagi mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif serta menggunakan teori persepsi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki tanggapan bahwa berita online yang disajikan Jejamo.com sangat penting bagi mahasiswa, karena beritanya sangat bermanfaat, akurat, berbobot, menarik, netral, terupdate, sekaligus dapat menerapkan ilmu jurnalistik dan dapat memenuhi kebutuhan mahasiswa maupun masyarakat akan informasi seputar Lampung.

- **Skripsi dari Muh Jamil Reza, 2021, Universitas Muhammadiyah Makassar yang berjudul Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Media Sosial Content Video Creative (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa UNISMUH Makassar)**

Penelitian ini memiliki masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi Mahasiswa UNISMUH terhadap penggunaan YouTube sebagai media content video *creative*?
2. Bagaimana efek yang ditimbulkan YouTube sebagai media *content* video *creative*?

Dari rumusan masalah diatas, terdapat tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui persepsi mahasiswa UNISMUH terhadap penggunaan YouTube sebagai media *content* video *creative*
2. Untuk mengetahui efek yang ditimbulkan terhadap penggunaan YouTube sebagai media *content* video *creative*.

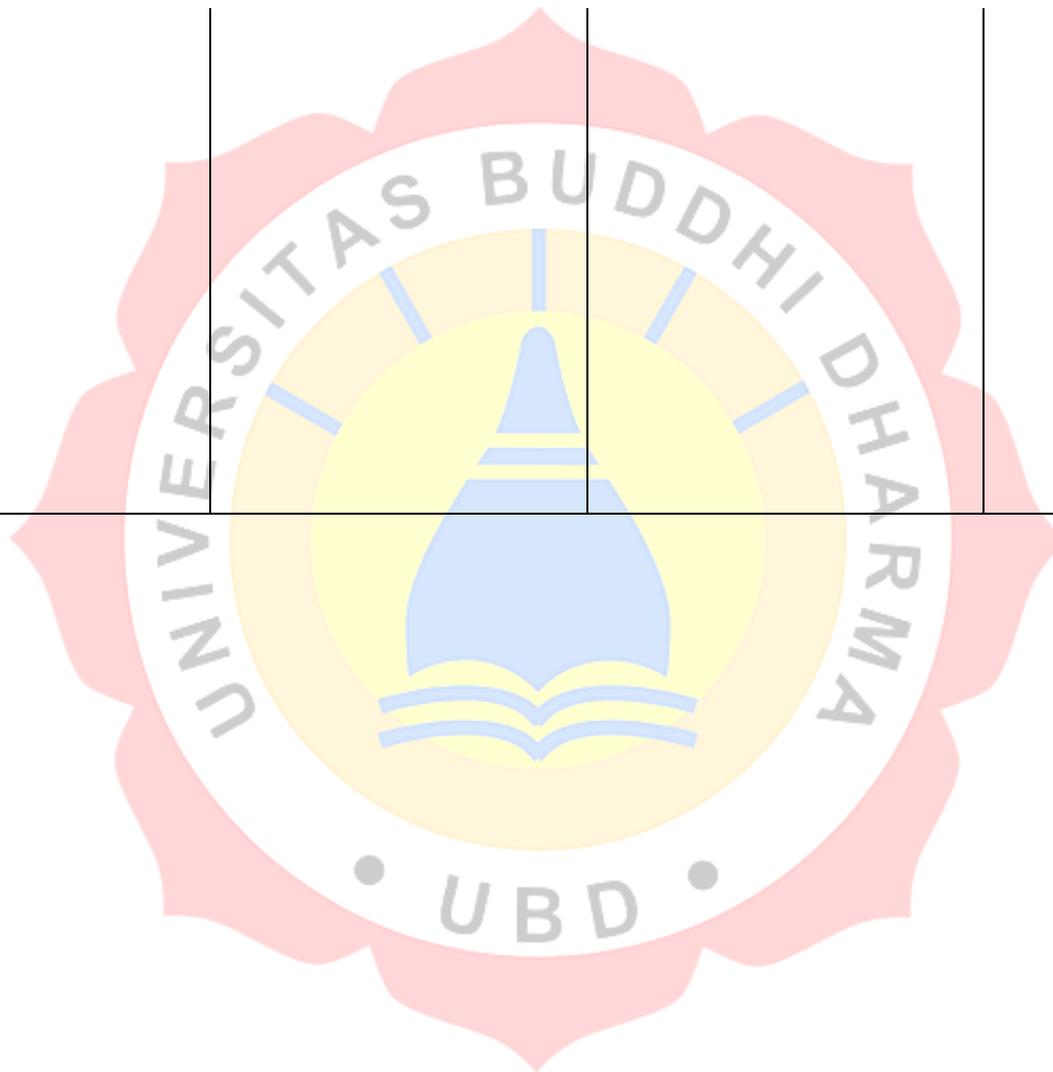
Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yakni penelitian yang mengungkapkan situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan data dan analisis data yang relevan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Uses and Gratifications* dimana menurut teori ini pengguna media memiliki peran aktif untuk memilih dan menggunakan media komunikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa YouTube mampu memberikan efek yang cukup berpengaruh di kehidupan orang-orang yang menggunakannya. Efek yang ditimbulkan ini juga bisa menjadi efek positif ataupun efek yang negatif.

Selanjutnya penulis akan merangkum perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 2.1. Tabel Skripsi Penelitian Terdahulu

Judul Penelitian	Persepsi Mahasiswa Terhadap tayangan Reality Show Mistik	Persepsi Mahasiswa Terhadap Berita Online Jejamo.com Sebagai Sumber Informasi Seputar Lampung (Studi Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2015)	Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Media Sosial Youtube Sebagai Media Content Video Creative (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Unismuh Makassar)	Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma Terhadap Tayangan Program Acara “Pagi Pagi Ambyar” Trans TV (Studi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Kelas Pagi angkatan 2018)
Peneliti	Saiful Arif	M. Hadi Saputra	Muh Jamil Reza	Michelle Theresa Yosephine
Lembaga dan Tahun	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2015	Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Tahun 2019	Universitas Muhammadiyah Makassar Tahun 2021	Universitas Buddhi Dharma, Tahun 2022
Masalah Penelitian	Bagaimana persepsi mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga terhadap tayangan <i>reality show</i> mistik "Dua Dunia" di televisi?	Bagaimana persepsi mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung angkatan 2015 terhadap berita online jejamo.com sebagai sumber informasi seputar Lampung?	1. Bagaimana persepsi mahasiswa unismuh terhadap penggunaan youtube sebagai media content video creative? 2. Bagaimana efek yang ditimbulkan youtube sebagai media content video creative?	Bagaimana persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma tentang tayangan program acara Pagi Pagi Ambyar ?

Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga terhadap tayangan <i>reality show</i> mistik "Dua Dunia" di Televisi	Untuk mengetahui seberapa efektif berita online jejamo.com sebagai sumber informasi seputar Lampung bagi mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.	1. Untuk mengetahui persepsi mahasiswa unismuh terhadap penggunaan youtube sebagai media content video creative. 2. Untuk mengetahui efek yang ditimbulkan terhadap penggunaan youtube sebagai media content video creative.	Untuk mengetahui persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma tentang tayangan program acara Pagi Pagi Ambyar
Teori Penelitian	Teori Persepsi	Teori Persepsi	Teori <i>Uses and Gratificatios</i>	Teori Kultivasi
Metode Penelitian	Penelitian deskriptif kualitaitaf	Penelitian kualitatif	Penelitian deskriptif kualitatif	Penelitian Kualitatif
Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap ilmu komunikasi UIN Sunan Kalijaga terhadap reality show mistis Dua Dunia terkait kegunaan tontonan, dampak tontonan, memuaskan, pesan tontonan, konsep tontonan (plot, pemilihan presenter) cenderung positif, hubungan dengan budaya positif namun tidak dalam keaslian tontonan	Hasil penelitian ini menemukan bahwa tanggapan mahasiswa tentang berita online yang disajikan jejamo.com sangat penting bagi mahasiswa, karena beritanya sangat bermamfaat, akurat, berbobot, menarik, netral, terupdate, sekaligus dapat menerapkan ilmu jurnalistik dan dapat memenuhi kebutuhan mahasiswa maupun masyarakat akan informasi seputar lampung.	Hasil penelitan yang dilakukan menunjukan bahwa youtube mampu memberikan efek yang cukup berpengaruh dikehidupan orang-orang yang menggunakannya. Efek ini bisa menjadi efek positif atau efek negative.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi yang terbentuk pada 11 mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma adalah persepsi yang negatif dan buruk, 1 mahasiswa menunjukkan persepsi yang baik atau positif, dan 1 lainnya menunjukkan persepisnya bisa berubah tergantung isi tayangan. Dari 13 informan, lima diantaranya adalah <i>heavy viewer</i> dimana menurut hasil wawancara menunjukkan bahwa mereka terpengaruh oleh isi siaran, 8 mahasiswa lainnya adalah <i>light viewer</i> dimana 7 dari kategori tersebut terpengaruh oleh isi siaran, dan 1 mahasiswa tidak terpengaruh isi siaran.



- **Jurnal dari Rini Syafrida Gintinf dan Ramdeswati Pohan, 2018, Sekolah tinggi Ilmu Komunikasi “Pembangunan” Medan yang berjudul Persepsi Masyarakat terhadap Program Acara *Pesbukers* di ANTV**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menjelaskan persepsi serta faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat di Kelurahan Asam Kumbang, Kecamatan Medan Selayang, Kota Medan, terhadap kekerasan verbal dan nonverbal program acara *Pesbukers* di ANTV. Dalam mencapai tujuan penelitian tersebut, penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan teori *Uses and Gratification* serta teori kultivasi yang digunakan sebagai landasan penelitian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kelima informan menyatakan bahwa program acara *Pesbukers* lebih banyak memiliki dampak negatif daripada positifnya dan tidak baik untuk ditonton anak-anak. Persepsi kelima informan menyatakan acara tersebut bagus tetapi ada beberapa hal yang harus diperbaiki seperti, cara berpakaian dan penyampaian komedi disesuaikan dengan norma masyarakat. Faktor-faktor yang mempengaruhi perbedaan jawaban informan adalah usia, pendidikan, motif, pengetahuan, suka atau tidak sukanya pada program tersebut dan lingkungan. Hasil wawancara menyatakan tiga dari lima informan merasa tidak terhibur dengan penyajian lelucon yang diberikan oleh para pemain *Pesbukers*.

- **Jurnal dari Indria Flowerina Diego, 2018, Universitas Dharma Andalas Sumatera Barat yang berjudul Persepsi Mahasiswa Universitas Dharma Andalas Terhadap Tayangan Kekerasan di Televisi**

Penelitian karya Indria F. Diego yang menggunakan metode kualitatif dan teori kultivasi ini memiliki tujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa Universitas

Dharma Andalas terhadap tayangan kekerasan di televisi. Tayangan kekerasan di televisi ini meliputi segala hal dalam televisi yaitu film, sinetron, iklan, program acara, dan lainnya. Hasil dari penelitian ini menjawab rumusan masalah yang ada, hasilnya adalah adanya persepsi negatif tentang kekerasan dalam televisi, tetapi para mahasiswa tetap menontonnya dalam sinetron maupun film. Dalam menangani hal ini pemerintah harus melakukan kontrol dan tindakan yang lebih ketat dan tegas untuk mengurangi dampak negatif tayangan tersebut terhadap masyarakat khususnya anak-anak.

- **Jurnal Penelitian dari Muamad Dedy Santoso, 2017, yang berjudul Persepsi Audiens Mengenai Tayangan Kekerasan Dalam Program Acara Pesbukers di ANTV**

Penelitian karya Muhammad Dedy Santoso memiliki rumusan masalah “bagaimana persepsi audiens RT 11 Kelurahan Sidodamai Kecamatan Samarinda Iir mengenai tayangan kekerasan dalam program acara Pesbukers ANTV?”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi audiens yaitu warga RT 11 Kelurahan Sidodamai Kecamatan Samarinda Iir mengenai tayangan kekerasan dalam program acara Pesbukers ANTV. Teori yang digunakan penelitian ini menggunakan teori S-O-R. Untuk metode penelitian, M.Dedy Santoso memilih untuk menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa menurut audiens yaitu warga RT 11 Kelurahan Sidodamai tayangan Pesbukers Antv menghibur dan audiens sering menyaksikan adanya unsur kekerasan didalam tayangan Pesbukers. Audiens juga mengaku melihat adanya perubahan tingkah laku pada anak-anaknya karena sering menonton acara ini. Ketidakpahaman dan kurangnya pengetahuan audiens

atau orangtua terhadap kekerasan verbal yang sering terjadi pada tayangan komedi menjadi salah satu faktor terjadinya perubahan tingkah laku dalam diri anak. Selain itu, kurang tegasnya orang tua dalam pengawasan memilih tayangan untuk anak

Selanjutnya penulis akan merangkum perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam bentuk tabel sebagai berikut:



Tabel 2.2. Tabel Jurnal Penelitian Terdahulu

Judul Penelitian	Persepsi Mahasiswa Terhadap tayangan Reality Show Mistik	Persepsi Mahasiswa Universitas Dharma Andalas Terhadap Tayangan Kekerasan di Televisi	Persepsi Audiens Mengenai Tayangan Kekerasan Dalam Program Acara Pesbukers di ANTV	Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma Terhadap Tayangan Program Acara “Pagi Pagi Ambyar” Trans TV (Studi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Kelas Pagi angkatan 2018)
Peneliti	Saiful Arif	Indria Flowerina Diego	Muhamad Dedy Santoso	Michelle Theressa Yosephine
Lembaga dan Tahun	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2015	Universitas Dharma Andalas Sumatera Barat Tahun 2018	Universitas Mulawarman Tahun 2017	Universitas Buddhi Dharma, Tahun 2022
Masalah Penelitian	Bagaimana persepsi mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga terhadap tayangan <i>reality show</i> mistik "Dua Dunia" di televisi?	Bagaimanakah persepsi mahasiswa Universitas Dharma Andalas terhadap tayangan kekerasan di televisi?	Bagaimana persepsi audiens RT 11 Kelurahan Sidodamai Kecamatan Samarinda Iilir mengenai tayangan kekerasan dalam program acara Pesbukers ANTV?	Bagaimana persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma tentang tayangan program acara Pagi Pagi Ambyar ?
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga terhadap tayangan <i>reality show</i> mistik "Dua Dunia" di Televisi	Untuk mengetahui persepsi mahasiswa Universitas Dharma Andalas terhadap tayangan kekerasan di televisi	Untuk mengetahui persepsi audiens RT 11 Kelurahan Sidodamai Kecamatan Samarinda Iilir mengenai tayangan kekerasan dalam program acara Pesbukers ANTV	Untuk mengetahui persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Kelas Pagi Angkatan 2018 Universitas Buddhi Dharma tentang tayangan program acara Pagi Pagi Ambyar
Teori Penelitian	Teori Persepsi	Teori Kultivasi	Teori S-O-R	Teori Kultivasi

Metode Penelitian	Penelitian deskriptif kualitaitaif	Penelitian kualitatif	Penelitian deskriptif kualitatif	Penelitian Kualitatif
<p>Hasil Penelitian</p>	<p>Menurut hasil penelitian Saiful Arief, persepsi mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sunan Kalijaga terkait dampak, kegunaan, pesan, dan konsep tontonan adalah memuaskan dan cenderung positif. Persepsi tentang hubungan tayangan <i>reality show</i> ini dengan budaya Indonesia pun positif. Namun untuk keaslian atau kredibilitas tontonan persepinya tidak positif atau dengan kata lain para mahasiswa kurang mempercayai tayangan <i>reality show</i> ini.</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah adanya persepsi negative tentang kekerasan dalam televisi, tetapi mereka tetap menontonnya dalam sinetron maupun film. Pemerintah harus melakukan kontrol dan tindakan yang lebih ketat dan tegas untuk mengurangi dampak negative tayangan tersebut terhadap anak-anak.</p>	<p>Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa menurut audiens yaitu warga RT 11 Kelurahan Sidodamai tayangan Pesbukers Antv menghibur dan audiens sering menyaksikan adanya unsur kekerasan didalam tayangan Pesbukers. Audiens juga mengaku melihat adanya perubahan tingkah laku pada anak-anaknya karena sering menonton acara ini. Ketidapahaman dan kurangnya pengetahuan audiens atau orangtua terhadap kekerasan verbal yang sering terjadi pada tayangan komedi menjadi salah satu faktor terjadinya perubahan tingkah laku dalam diri anak. Selan itu, kurang tegasnya orang tua dalam pengawasan memilih tayangan untuk anak</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi yang terbentuk pada 11 mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma adalah persepsi yang negatif dan buruk, 1 mahasiswa menunjukkan persepsi yang baik atau positif, dan 1 lainnya menunjukkan persepinya bisa berubah tergantung isi tayangan. Dari 13 informan, lima diantaranya adalah <i>heavy viewer</i> dimana menurut hasil wawancara menunjukkan bahwa mereka terpengaruh oleh isi siaran, 8 mahasiswa lainnya adalah <i>light viewer</i> dimana 7 dari kategori tersebut terpengaruh oleh isi siaran, dan 1 mahasiswa tidak terpengaruh isi siaran.</p>

2.2 Kerangka Teoretis

2.2.1 Komunikasi

Dalam proses perkembangan umat manusia, ada satu hal yang tidak dapat dipisahkan dari proses ini, yaitu komunikasi. Komunikasi atau *communication* sendiri berasal dari bahasa latin, yaitu *communicate* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran.

Komunikasi menurut Berelson dan Steiner (Mulyana, 2005:68) adalah sebuah transmisi informasi, gagasan emosi, keterampilan dengan menggunakan kata-kata, berbagai macam simbol, grafik, gambar, figur, dan lainnya.

Sedangkan pendapat Ross (Wiryanto, 2006: 6) mendefinisikan komunikasi adalah suatu proses menerima, menyortir, memilih, kemudian mengirimkan simbol-simbol dengan sedemikian rupa, sehingga membantu pendengar menciptakan makna atau respon dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh sang komunikator. Jadi menurutnya, komunikasi adalah proses pertukaran makna antara pengirim dan penerima demi tercapainya persamaan makna diantara keduanya.

“Melalui komunikasi, manusia juga dapat mengubah dan mempengaruhi sikap orang lain, dan melalui komunikasi memungkinkan pemindahan dan penyebaran ide kepada orang lain, bahkan penemuan ide baru” (Fauziah, 2014: 8). “Didalam prosesnya, komunikasi melibatkan beberapa unsur utama yaitu sumber, pesan, media, penerima, efek, dan tanggapan balik” (Cangara, 2008: 24-27).

Berdasarkan beberapa pendapat dan pernyataan para ahli di atas maka Penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang yang menjadi komunikator menyampaikan pesan atau

rangsangan kepada orang lain melalui bahasa, tulisan, gambar- gambar, isyarat, bunyi-bunyian, dan bentuk kode yang mengandung arti sehingga komunikan bisa menterjemahkan dan mengerti pesan tersebut bahkan bisa merubah perilakunya.

Dalam proses komunikasi terdapat lima unsur utama yaitu:

1. Pengirim pesan atau bisa disebut sebagai komunikator. Komunikator ini bisa terdiri dari satu orang, banyak orang, atau sekumpulan orang (massa). Sesuai dengan namanya, pengirim pesan atau komunikator ini adalah seseorang yang memulai proses komunikasi.
2. Penerima pesan atau komunikan. Sebagaimana komunikator, komunikan juga dapat terdiri dari satu orang, banyak orang, dan massa. Komunikan ini adalah seseorang yang menjadi tujuan dari si pengirim pesan.
3. Pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan.
4. Saluran Komunikasi dan Media Komunikasi. Agar pesan yang disampaikan komunikator dapat diterima oleh komunikan, maka dibutuhkan saluran dan media komunikasi. Saluran komunikasi ini lebih identik dengan proses berjalannya pesan, sedangkan media komunikasi identik dengan alat (benda) untuk menyampaikan pesan.
5. Efek atau pun dampak yang terjadi pada komunikan setelah menerima pesan dari komunikator. Efek ini bisa berupa perubahan sikap, pikiran, tingkah laku, dll.

Secara umum, komunikasi juga memiliki fungsi untuk mencapai pengertian satu sama lain, membina kepercayaan, mengoordinasi tindakan, merencanakan strategi, melakukan pembagian pekerjaan, dan juga berbagi rasa.

Selain fungsi-fungsi tersebut, komunikasi juga memiliki beberapa tujuan. Menurut Onong Uchyana Effendi (2000) tujuan dari komunikasi antara lain mengubah sikap, mengubah opini/pendapat/pandangan, mengubah perilaku dan juga mengubah masyarakat (dalam Yusuf, 2021: 13).

Komunikasi sendiri memiliki beberapa model, yang dimana model komunikasi ini berguna untuk melukiskan proses komunikasi. Model komunikasi juga dapat memberi gambaran prediksi alur kerja, dan perkiraan praktis dalam strategi komunikasi. Terdapat ratusan model komunikasi yang telah dipublikasikan oleh para peneliti dan para ahli komunikasi. Di bawah ini merupakan beberapa model dasar yang dapat kita pelajari:

1. Model Stimulus-Respon (SR), model ini dipengaruhi aliran psikologi behavioristik yang menggambarkan perilaku manusia berdasar pada *reward* dan *punishment*. Model ini menggambarkan hubungan stimulus-respon dari para pelaku komunikasi kemudian menunjukkan proses aksi-reaksi, bersifat timbal balik dan memiliki banyak efek yang setiap efeknya dapat mengubah tindakan komunikasi yang berikutnya.
2. Model Aristoteles, model ini disebut pula model retorik atau komunikasi publik yang terdiri dari pembicara, pesan, dan pendengar. Model ini menekankan pada komunikasi persuasif efektif dengan isi pidato, susunannya, dan cara penyampaiannya. Pada model ini, komunikator harus memiliki kredibilitas atau kepercayaan, logika, dan emosi khalayak supaya komunikasi berjalan dengan efektif.
3. Model Laswell, model ini dikemukakan oleh Harold D. Laswell yang menggambarkan proses komunikasi dan fungsinya dalam masyarakat. Model

Laswell menjadi salah satu model komunikasi yang paling populer. Model ini mampu menggambarkan unsur-unsur komunikasi yang harus ada dalam proses komunikasi massa yaitu komunikator, pesan, saluran/media, komunikan, dan efek media.

4. Model Shanon dan Weaver, yang dianggap menjadi salah satu model dengan pengaruh kuat. Penjelasan proses komunikasi dari model ini adalah diawali dari suatu sumber komunikasi disampaikan oleh komunikator kemudian diolah kedalam tanda-tanda, lambang-lambang dimana pesan akan diubah menjadi sinyal sesuai dengan saluran atau media yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan ke komunikan. Dalam proses penyampaian pesan, bisa terjadi adanya gangguan/noise yang menghambat proses penyampaian pesan kepada tujuan. Gangguan ini dapat mempengaruhi komunikan dalam memaknai pesan yang diterima dan bisa mengakibatkan makna yang ditangkap menjadi berbeda.
5. Model S-O-R yang merupakan kepanjangan dari *Stimulus-Organism-Respon* yang sebenarnya berasal dari studi psikologi. Menurut model ini, efek yang ditimbulkan dari suatu aktifitas komunikasi adalah reaksi khusus dari stimulus yang khusus pula. Seseorang pada akhirnya dapat memprediksi respon apa yang akan diterima dari terpaan pesan yang diterima dan kesesuaian antara pesan dan respon yang ditimbulkan.

2.2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa dapat diartikan sebagai pesan yang dikomunikasikan melalui media massa kepada khalayak luas. Dalam penggunaannya, komunikasi massa perlu menggunakan media massa.

Ahli Komunikasi, Gerbner (1976) menyatakan “komunikasi massa merupakan produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas yang dimiliki orang dalam masyarakat industri” (dalam Rakhmat, 2003: 188). Berdasarkan definisi dari Gerbner bisa digambarkan bahwa komunikasi massa itu dapat menghasilkan suatu produk yang berupa pesan-pesan komunikasi. Pesan – pesan tersebut lalu disebar, dan didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap dan konsisten, misalnya harian, mingguan, atau bulanan.

Suprpto (Suprpto, 2006: 13) menjabarkan ciri- ciri dan karakteristik komunikasi massa sebagai berikut:

1. Sifat komunikasi

Komunikasi massa dapat menjangkau khalayak dalam jumlah yang banyak, bersifat heterogen dan juga anonim. Jumlah banyak ini dapat dicapai dalam periode waktu singkat dan tidak dapat diukur berapa totalnya. Heterogen disini berarti khalayak berasal dari latar belakang pendidikan yang berbeda, usia yang beragam, bermacam - macam suku dan agama, bahkan pekerjaan yang beragam. Dari segala keberagaman tersebut, hanya ada satu faktor yang menyatukan khalayak yaitu minat dan kepentingan khalayak. Sifat anonim berarti komunikator tidak mengenal bahkan mengetahui secara pribadi siapa saja

khalayaknya. Komunikator tidak mengetahui apa pekerjaannya, berapa usianya, dan informasi lainnya tentang khalayak.

2. Sifat media massa.

Sifat media massa yaitu cepat dan serempak. Pada saat yang sama, media massa dapat membuat khalayak luas secara bersamaan menaruh perhatian kepada pesan yang disampaikan oleh komunikator. Selain itu sifat dari media massa adalah cepat (*rapid*), yang berarti memungkinkan komunikator mengirim pesan kepada banyak komunikan secara cepat walaupun penyampaian pesannya dilakukan secara bersamaan.

3. Sifat Pesan

Pesan yang disampaikan melalui media massa bersifat umum (*Public*). Media massa merupakan sarana untuk menyampaikan pesan kepada khalayak tersebut, bukan hanya untuk kelompok tertentu, tapi kepada seluruh kalangan. Lingkungan komunikasi akan menjadi *universal* karena pesan yang disampaikan melalui media massa sifatnya umum.

4. Sifat Komunikator

Media massa tergabung dalam suatu lembaga organisasi dari komunikasi massa, contohnya seperti sutradara, penyiar, pembawa acara, maupun reporter yang berperan sebagai komunikator. Pesan-pesan yang disampaikan kepada khalayak merupakan hasil kerja kolektif dari para komunikator yang terdapat di media massa, oleh sebab itu, berhasil tidaknya komunikasi massa ditentukan oleh berbagai faktor yang terdapat dalam organisasi media massa tersebut.

Sifat atau efek yang ditimbulkan pada komunikan tergantung pada tujuan komunikasi yang dilakukan oleh para komunikator. Apakah komunikator hanya

menginginkan komunikasi sekedar tahu saja, atau bertujuan membuat komunikasi merubah sikap dan pandangannya, bahkan komunikasi merubah tingkah lakunya.

Dalam prakteknya, komunikasi massa memiliki fungsi – fungsi tersendiri. Menurut Charles Robert Wright (dalam Nurudin, 2014: 64) fungsi Komunikasi Massa terdiri dari:

1. Fungsi Pengawasan (*surveillance*) yang menunjukkan pada fungsi pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai kejadian-kejadian dalam lingkungan, baik di luar maupun di dalam masyarakat. Fungsi ini berhubungan dengan apa yang disebut *Handling of News*
2. Fungsi Korelasi (*correlation*) yang meliputi fungsi interpretasi pesan yang menyangkut lingkungan dan tingkah laku tertentu dalam mereaksikan kejadian-kejadian. Fungsi ini juga diidentifikasi sebagai fungsi editorial atau propaganda.
3. Fungsi Penyebaran nilai (*transmission*) yang menunjuk pada fungsi mengkomunikasikan informasi, nilai-nilai dan norma-norma sosial budaya dari satu generasi ke generasi yang lain atau dari anggota-anggota suatu masyarakat kepada pendatang baru.
4. Fungsi Hiburan (*entertainment*) yang menunjuk kepada kegiatan-kegiatan komunikatif yang dimaksudkan untuk memberikan hiburan tanpa mengharapkan efek-efek tertentu.

Dalam mencapai segala tujuan yang ingin dicapai oleh para komunikator, maka dalam melakukan komunikasi massa perlu menggunakan media perantara yaitu media massa. Contoh media massa adalah koran, brosur, poster, televisi, radio, dan ditambah lagi media massa berbasis *web* yaitu YouTube.

2.2.3 Media Massa

Media massa adalah media yang tepat dan cepat untuk digunakan para komunikator dalam menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Media massa dinilai tepat karena berada dimana-mana, tersedia dalam berbagai bentuk, dan dapat diakses kapan saja.

Media massa juga merupakan jenis komunikasi yang ditunjukkan kepada sejumlah khalayak besar ataupun banyak yang tersebar melewati media cetak atau media elektronik, sehingga pesan informasi yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Media massa telah mendorong sejumlah fungsi yang dulu dilakukan oleh lembaga sosial lainnya. Beberapa fungsi media massa antara lain (Wiryawan, 2007: 61):

1. Fungsi Informasi, dimana media telah menjadi alat untuk mencari informasi bagi masyarakat. Dari media berita lokal, nasional, dan manca negara dapat diterima.
2. Fungsi Agenda, dimana agenda kerja manusia ditentukan melalui media. Hal ini maksudnya individu atau masyarakat akan mengerjakan suatu hal karena pengaruh media. Contohnya orang yang memiliki kebiasaan “sarapan” akan ditemani oleh surat kabar yang dibaca atau sambil menonton berita di TV.
3. Fungsi Penghubung Orang, dimana bukan hanya dalam arti berita, tetapi informasi lain yang ada di dalam surat kabar, televisi, ataupun media lain pasti akan ada berita atau kabar tentang orang yang berada di daerah lain.

4. Fungsi pendidikan, dimana media massa memberikan pesan yang berisi pendidikan. Contohnya menjaga kesehatan, cara mencuci tangan, dan sebagainya.
5. Fungsi Membujuk, dimana media memiliki kekuatan untuk membujuk maupun merayu para audiens. Fungsi membujuk ini sangat kental bila dilihat adanya siaran iklan di media massa.
6. Fungsi Menghibur, dimana fungsi ini sangat kental pada media massa penyiaran dengan menyajikan banyaknya tontonan seperti sinetron, acara musik, acara olahraga, dan masih banyak lagi.

Media massa terbagi dari tiga jenis, yaitu media cetak (surat kabar, tabloid, majalah), media elektronik (radio, televisi, film atau video), dan yang terakhir adalah media Siber (website, portal berita, media sosial, blog)

2.2.3.1 Televisi sebagai Media Massa

Televisi berasal dari kata “*tele*” yang berarti jauh dan “*vision*”. Dengan demikian *television* dapat diartikan dengan melihat jauh.

Gambar dan suara yang diproduksi oleh para pemilik stasiun televisi dilihat juga dari tempat lain melalui sebuah perangkat penerima yaitu televisi, oleh karena itulah *television* diartikan melihat jauh.

Fungsi televisi juga sama dengan fungsi media massa lainnya yaitu untuk memberi informasi, mendidik, menghibur, dan membujuk para penonton.

2.2.3.2 YouTube sebagai Media Massa

Media Massa pada awalnya hanya dibagi menjadi media cetak dan media elektronik saja, tapi karena berkembangnya zaman dan teknologi terjadi perubahan dan perkembangan dalam media massa yang menciptakan media baru.

Youtube sendiri merupakan media baru atau *new media* berbasis web yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video yang diunggah oleh beberapa pihak.

Karena semakin berkembangnya YouTube, dan semakin diminati oleh masyarakat di seluruh dunia, YouTube sudah bisa dikatakan setara dengan televisi dalam hal tayangan dan penyebaran informasi secara luas. Tayangan yang ada di televisi dapat kita temukan dengan mudah di YouTube.

2.2.4 Persepsi

“Persepsi dapat diartikan sebagai proses internal yang memungkinkan individu memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita” (Mulyana, 1997 :179).

Dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Antar Manusia* (1997:75) Joseph Devito menyatakan bahwa menurutnya persepsi adalah proses dimana kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indera kita. Persepsi mempengaruhi rangsangan (stimulus), atau pesan apa yang kita serap dan apa makna yang kita berikan kepada mereka ketika mereka mencapai kesadaran.

Menurut Prasetijo (2005:67) “persepsi adalah proses dimana sensasi yang diterima oleh seseorang dipilih dan diseleksi, lalu diatur dan kemudian di

interpretasikan”. Sedangkan menurut Brian Fellow, persepsi merupakan proses yang memungkinkan suatu individu menerima dan menganalisis informasi.

Dalam prosesnya persepsi mengalami beberapa tahap. Alex Sobur membagi proses persepsi menjadi 3 tahap, yaitu: seleksi, interpretasi dan reaksi: (Sobur, 2003:446)

a. Seleksi

Seleksi merupakan suatu proses penyaringan atau pemilihan oleh indra manusia terhadap rangsangan yang didapatkan dari luar.

b. Interpretasi

Interpretasi merupakan suatu proses pengorganisasian informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Pada proses interpretasi, rangsangan yang diterima oleh seseorang selanjutnya akan diorganisasikan dalam suatu bentuk. Dalam prosesnya, interpretasi dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sistem nilai, pengalaman, kepribadian, motivasi, dan kecerdasan. Selain faktor-faktor tersebutm persepsi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengkategorikan informasi yang diterimanya, dan proses mereduksi suatu informasi kompleks yang diterima menjadi sederhana.

c. Reaksi

Setelah proses seleksi dan interpretasi, akan menimbulkan reaksi yang merupakan respon atau ringkah laku dari dua proses sebelumnya.

Setelah penjabaran dan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah proses melakukan seleksi, interpretasi dan pembulatan terhadap informasi yang sampai, serta melakukan reaksi atas informasi tersebut.

Selain adanya proses dalam pembentukan persepsi, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi. Menurut Krech dan Crutchfield (1997: 35) terdapat empat faktor yang meliputi:

a. Faktor Fungsional

Faktor ini merupakan faktor yang sifatnya personal. Contoh dari faktor fungsional adalah usia, pengalaman, kepribadian, jenis kelamin, dan hal – hal lain yang bersifat subjektif. Dilihat dari faktor fungsional, yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimulus, melainkan karakteristik individu yang memberikan respon pada stimulus tersebut. Krech dan Crutchfield merumuskan bahwa persepsi bersifat selektif, yang artinya obek objek yang mendapat tekanan dalam persepsi kita biasanya adalah objek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi.

b. Faktor Personal

Faktor personal adalah faktor yang mempengaruhi persepsi orang terhadap diri kita atau sebaliknya. Faktor personal juga terdiri atas pengalaman, motivasi, dan kepribadian.

- Pengalaman mempengaruhi persepsi karena pengalaman merupakan rangkaian peristiwa yang pernah atau sudah kita hadapi.
- Motivasi banyak dilibatkan dalam proses konstruktif yang ikut membentuk persepsi interpersonal.
- Kepribadian sangat erat hubungannya dengan proses belajar dan motivasi untuk membentuk suatu persepsi.

c. Faktor Stuasional

Solomon E. Asch dalam Psikologi Komunikasi karangan Jalaludin Rakhmat (1996: 51), menerangkan bahwa kata yang disebutkan pertama akan mengarahkan

penilaian yang selanjutnya, atau tentang bagaimana suatu kata sifat mempengaruhi penilaian terhadap seseorang. Pengaruh kata pertama ini kemudian dikenal sebagai *primacy effect*.

Rakhmat membagi faktor situasional menjadi:

- Petunjuk Proksemik.

Proksemik adalah studi tentang penggunaan jarak dalam penyampaian pesan. Dalam pendapat ini, T. Hall menyimpulkan tiga hal. Pertama, keakraban seseorang dengan orang lainnya dapat dilihat dari jarak mereka. Kedua, kita bisa menilai sifat orang lain dari cara mereka membuat jarak terhadap diri kita. Ketiga, cara seseorang mengatur ruang mempengaruhi persepsi kita tentang orang tersebut.

- Petunjuk Kinesik.

Kinesik dapat menjadi petunjuk umum dalam mempersepsikan orang lain. Kita bisa mendapatkan persepsi khusus ketika kita mengamati gerak tubuh atau *gesture* orang lain sesuai dengan persepsi yang kita dapatkan sebelumnya untuk menilai orang tersebut.

- Petunjuk wajah.

Petunjuk wajah/ fasial ini merupakan petunjuk yang dapat mengenali perasaan orang lain.

- Petunjuk Paralinguistik

Petunjuk ini menilai tentang bagaimana orang mengucapkan kata-kata, intonasi, aksentuasi, gaya verbal dan interaksi dalam berbicara.

- Petunjuk Artifaktual.

Petunjuk ini meliputi segala macam penampilan dari seorang individu dengan atribut-atributnya.

d. Faktor Struktural

Faktor struktural ini merupakan faktor yang ada diluar individu, misalnya budaya, lingkungan, norma sosial. Faktor-faktor tersebut berpengaruh terhadap proses pembentukan persepsi seseorang.

Dari pengertian yang telah diuraikan oleh pakar, dapat Penulis simpulkan bahwa persepsi merupakan sesuatu proses penafsiran rangsangan atau stimuli yang menyangkut hubungan manusia dengan lingkungannya yang diperoleh dari penginderaan, sehingga akan memunculkan interpretasi dari rangsangan atau stimuli yang mengenainya, dan memunculkan makna tentang objek tersebut.

Pada intinya persepsi dimulai dari rangsangan atau stimuli kemudian diinterpretasikan. Input sensorik yang diterima oleh manusia merupakan data awal yang kemudian di proses dan diolah kemudian diinterpretasikan menjadi sebuah persepsi.

Isi siaran yang ditayangkan di televisi maupun YouTube mengandung stimulus yang bermacam-macam. Keseluruhan tampilan seperti pemilihan presenter, pengambilan gambar, efek suara, bintang tamu, diterima oleh masing-masing indera sehingga sebuah tayangan memunculkan makna pada penontonnya.

2.2.5 Program Acara Kreatif TV

Dalam Bahasa Inggris *programme* atau program berarti acara atau rencana. Namun penggunaan program ini tidak digunakan oleh Undang-Undang Penyiaran Indonesia. Istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk lebih sering digunakan di Indonesia. Menurut Morissan program siaran adalah suatu acara atau rancangan acara siaran yang ditampilkan stasiun televisi sebagai lembaga penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiens (dalam Syahputra 2013: 35). Dengan demikian, pengertian program acara adalah segala hal yang ditampilkan oleh stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiensnya.

Program acara atau siaran yang disajikan menjadi salah satu faktor yang membuat audiens tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran radio, maupun televisi.

2.2.6 Teori Kultivasi

Professor George Gebner pertama kali mengenalkan teori kultivasi (*cultivation theory*) pada tahun 1969. Teori ini berpendapat tentang pengaruh yang besar dari media massa khususnya televisi terhadap sikap dan perilaku penontonnya. Dalam pengaruhnya, media dapat mengubah dan membentuk keyakinan atau persepsi pada penontonnya melalui berbagai siaran atau acara yang ditayangkan. Asumsi mendasar pada teori ini adalah terpapar media yang terus menerus akan memberikan gambaran dan pengaruh pada persepsi pemirsanya. Dengan adanya terus kontak antara penonton dan televisi, penonton dapat belajar tentang dunia, masyarakatnya, nilai-nilainya, dan adat istiadatnya.

Menurut perspektif kultivasi, televisi menjadi media utama dimana para penonton belajar tentang masyarakat dan berbagai kultur yang ada di lingkungannya. Dengan kata lain, televisi sangat menentukan persepsi yang terbangun dalam pikiran kita tentang masyarakat, budaya, atau hal lainnya.

Teori ini juga mengkategorikan penonton televisi menjadi dua kategori yaitu *heavy viewer* (penonton berat) dan *light viewer* (penonton ringan). Penonton yang dikategorikan sebagai penonton berat adalah individu yang menonton televisi lebih dari empat jam tiap harinya. Sedangkan penonton ringan adalah individu yang menonton televisi dalam kurun waktu sekitar dua jam tiap harinya. Perbedaan inilah yang dinilai akan mempengaruhi *viewer behaviour* itu sendiri.

Bagi *light viewer*, mereka akan cenderung menonton tayangan televisi sesuai dengan kebutuhan. Artinya adalah mereka hanya menonton apa yang ingin ditonton saja, dan apabila mereka merasa tidak suka atau tidak perlu menonton suatu acara televisi, maka televisi akan dimatikan. Penonton dalam kategori ini biasanya tidak mudah terpengaruh oleh isi tayangan televisi. Berbeda dengan kategori *light viewer*, *heavy viewer* biasanya dapat duduk di depan televisi dalam kurun waktu yang cukup lama, bahkan bisa menghabiskan waktu berjam-jam tanpa peduli apakah tayangan televisi yang mereka saksikan tersebut mereka sukai atau tidak, dan mereka perlukan atau tidak. Kategori *heavy viewer* inilah yang biasanya paling mudah terpengaruh oleh isi tayangan televisi.

2.3 Kerangka pemikiran



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Menurut Harmon (dalam Moleong, 2004: 49), “Paradigma adalah cara mendasar untuk melakukan persepsi, berpikir, menilai dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang realitas”. Selain itu, menurut Bogdan & Biklen (dalam Mackenzie & Knipe, 2006) menyatakan bahwa “Paradigma adalah kumpulan longgar dari sejumlah asumsi, konsep, atau porposisi yang berhubungan secara logis, yang mengarahkan cara berpikir dan penelitian”. Sedangkan Baker (dalam Moleong, 2004: 49) mendefinisikan “paradigma sebagai perangkat aturan yang membangun atau mendefinisikan batas-batas, dan menjelaskan bagaimana sesuatu harus dilakukan dalam batas-batas itu agar berhasil”.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat Penulis simpulkan bahwa paradigma adalah sebuah acuan, konsep, metode dan aturan-aturan yang dijadikan suatu kerangka kerja pelaksanaan dalam sebuah penelitian.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme memandang bahwa kenyataan itu hasil konstruksi atau bentukan dari manusia itu sendiri. Paradigma konstruktivisme juga memandang realitas sosial bukanlah realitas yang natural, tetapi terbentuk dari hasil konstruksi. Paradigma Konstruktivisme berarti juga suatu pandangan yang bersifat jamak atau plura; tergantung pemahaman yang tak dapat diraba, berbasis sosial dan pengalaman dalam pemaknaan yang diekspresikan dengan pemaknaan dan Bahasa yang berbeda-beda tergantung dengan pemaknaan dari individu masing-masing.

Fokus dari penelitian ini adalah bagaimana pesan dibuat oleh Pagi Pagi Ambyar dan bagaimana pesan tersebut ditafsirkan oleh individu sebagai penerima pesan.

3.2 Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, Penulis memilih metode penelitian kualitatif. Moleong (2016:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Penulis juga memilih pendekatan studi kasus dalam arti difokuskan pada satu fenomena saja yang dipilih dan ingin dipahami secara mendalam.

3.3 Metode Penelitian

Sugiyono (2010:3) mengemukakan bahwa metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Bersifat deskriptif karena Penulis ingin meneliti secara mendalam tentang persepsi mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Buddhi Dharma.

Menurut Sugiyono, metode penelitian deskriptif sendiri merupakan metode yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek sesuai dengan apa adanya.

3.4 Subjek/Objek Penelitian

3.4.1 Subjek Penelitian

Menurut Arikonto (2016:26) subjek penelitian dapat diartikan sebagai benda, suatu hal, ataupun seseorang yang menjadi tempat data untuk variabel penelitian melekat. Subjek penelitian didalam sebuah penelitian memiliki peran yang sangat strategis karena subjek penelitian adalah data tentang variabel yang diamati oleh peneliti. Untuk penelitian ini, Penulis memilih mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Buddhi Dharma menjadi subjek penelitian.

3.4.2 Objek Penelitian

Objek penelitian menurut Umar (2013:18) umumnya menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian. Selain itu objek penelitian juga menjelaskan tentang dimana dan kapan penelitian dilakukan. Sedangkan menurut Supriati (2015:44) objek penelitian merupakan variabel yang diteliti oleh Penulis ditempat penelitian dilakukan. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah program acara Pagi Pagi Ambyar.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Data Primer

Data Primer adalah data utama yang digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini Penulis memperoleh data primer dari hasil wawancara mendalam dengan informan yang dijadikan subjek penelitian. Wawancara sendiri adalah proses yang dilakukan untuk memperoleh keterangan dan data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab antara pewawancara dengan informan.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan yang berfungsi sebagai penunjang data primer. Untuk menunjang data primer, dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang berasal dari tayangan ulang program acara Pagi Pagi Ambyar yang di unggah kembali di YouTube, juga karya ilmiah ataupun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Berger dalam Kriyantono (2020:289) wawancara merupakan percakapan antara Penulis (seseorang yang ingin memperoleh informasi tentang subjek penelitian) dan seorang informan (seseorang yang diasumsikan memiliki informasi dengan subjek atau suatu hal tertentu dalam penelitian). Menurut Patilima (2007:88) pada analisis data kualitatif, hasil dari wawancara yang telah diterima Penulis adalah dengan memproses jawaban dari narasumber untuk menjadi data agar dapat digunakan untuk menjawab identifikasi masalah yang telah diambil.

Terdapat tiga tahap yang digunakan dalam proses analisis kualitatif menurut Miles dan Huberman (1992:16) yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi Data ini merupakan tahap mereduksi atau menyederhanakan data agar sesuai dengan kebutuhan penelitian. Data yang diperoleh dari kegiatan wawancara akan dikelompokkan dari data yang sangat penting, kurang penting sampai data tidak penting. Dengan pengelompokkan ini, data yang

didapatkan menjadi lebih sederhana dan sesuai dengan kebutuhan penelitian, juga dianggap mampu mewakili semua data yang didapatkan.

2. Penyajian Data

Setelah menyelesaikan tahap reduksi data, selanjutnya masuk ke tahap penyajian data. Penyajian data ini bertujuan agar data dan informasi bisa lebih mudah disampaikan dan juga menampilkan data dengan rapi, sistematis, dan tersusun.

3. Menarik Kesimpulan

Tahap ini bertujuan mencari makna data yang dikumpulkan untuk menjadi jawaban dari permasalahan yang ada. Verifikasi juga dilakukan pada tahap ini agar penilaian tentang kesesuaian data dengan maksud yang terkandung dalam konsep dasar analisis lebih tepat dan objektif. Dalam penelitian ini, kesimpulan akan menjadi informasi akhir yang disajikan.

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat ataupun objek untuk diadakan suatu penelitian. Penelitian ini dilakukan di Jl. RA, Kosasih, Gg. Juwaeni, Kota Sukabumi yang merupakan tempat tinggal peneliti. Alasan penelitian dilakukan ditempat ini adalah karena pandemi yang mengharuskan perkuliahan dilakukan secara *online*, begitu juga penelitian ini dilakukan secara *online*.

3.7.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama lima bulan terhitung dari bulan Maret sampai bulan Juli. Dalam proses penelitian, Penulis melakukan pengumpulan data selama kurang lebih satu bulan, dan pengolahan data yang meliputi proses penyajian data dan proses bimbingan selama empat bulan.

