

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teoritis

##### 1. Kajian Teori

###### a. Teori S-O-R

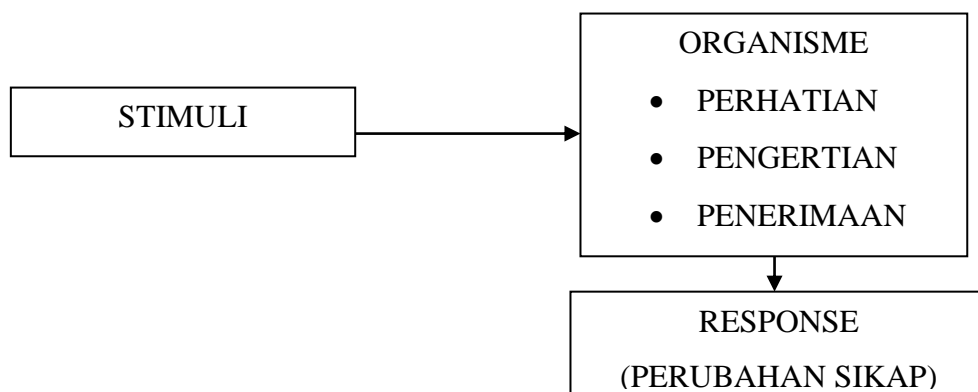
Teori S-O-R adalah singkatan dari Stimulus – Organism – Response. Teori ini berasal dari psikologi. Objek material dari psikologi dan komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen – komponen sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi. Menurut stimulus response ini efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan.

Jadi unsur – unsur dalam model ini adalah (Morissan, 2010:16) :

1. Pesan ( Stimulus )
2. Komunikan ( Organism )
3. Efek ( Response )

**Gambar 2.1**

**Teori S-O-R**





Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, jika stimulus yang menerpa benar – benar melebihi semula. Mengintip pendapat Hovland, Janis dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting yaitu : perhatian, pengertian dan penerimaan. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikasi inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap (Morissan, 2010:17).

Teori ini juga disebut teori SR. Singkatnya menurut teori ini, media massa amat perkasa dalam mempengaruhi penerimaan pesan. Teori SR menggambarkan proses komunikasi secara sederhana yang hanya melibatkan dua komponen, yaitu media massa dan penerimaan pesan yaitu khalayak. Media massa mengeluarkan stimulus dan penerima pesan menanggapi dengan menunjukkan respons sehingga dinamakan teori stimulus respons (Morissan, 2010:17).

Adapun dalam buku Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi (Effendy, 2000:254) yang menyatakan bahwa Teori S-O-R sebagai singkatan dari Stimulus – Organisme Response ini semula berasal dari psikologi. Kalau kemudian menjadi juga teori komunikasi, tidak mengherankan, karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen – komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi.

Menurut stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Jadi unsur – unsur dalam model ini adalah (Effendy, 2000:254) :

- a. Pesan (Stimulus, S)
- b. Komunikasikan (Organism, O)**
- c. Efek (Response, R)

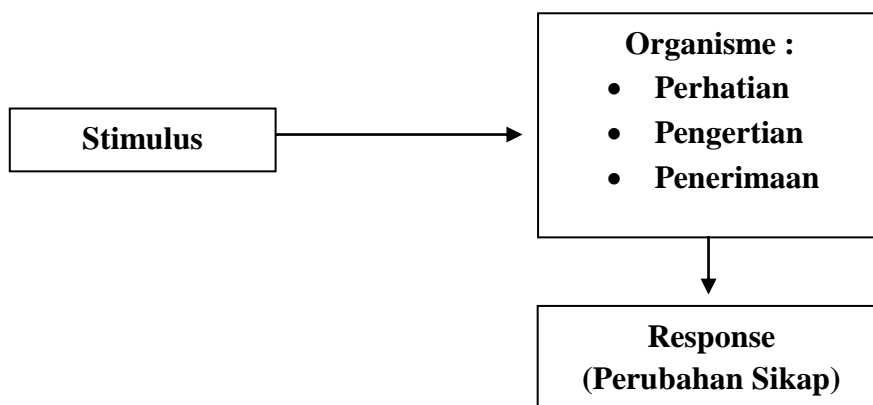
Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “*how*” bukan “*what*” dan “*why*”. Jelasnya *how to communicate*, dalam hal ini *how to change the individual*, bagaimana mengubah individu (Effendy, 2000:255).

Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar – benar melebihi semula (Effendy, 2000:255).

Prof. Dr. Mar’at dalam bukunya “Sikap manusia”, Perubahan serta Pengukurannya, mengutip pendapat Hovland, Janis dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel, yaitu (Effendy, 2000:255):

- Perhatian
- Pengertian
- Penerimaan

**Gambar 2.2**  
**Teori S-O-R**





Gambar di atas menunjukkan bahwa perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu (Effendy, 2000:255).

Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan (Effendy, 2000:255).

Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikasi inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap (Effendy, 2000:256).

## 2. Kajian Konseptual

### a. Televisi

Televisi merupakan salah satu bagian dari komunikasi massa yang sekarang ini banyak dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat. Televisi memiliki kelebihan audio visual yang sangat berguna bagi para pemirsa. Dengan banyaknya yang mengkonsumsi televisi, beragam acara pun ditayangkan oleh televisi untuk menjadi sarana informasi maupun hiburan bagi para pemirsanya mulai dari berita, talkshow, reality show, sinetron, acara musik, komedi dan sebagainya.

Menurut Effendy (Effendy, 2003:174) kata televisi berasal dari kata *tele* dan *vision*; yang mempunyai arti masing – masing jauh (*tele*) dan tampak (*vision*). Jadi televisi berarti tampak atau dapat melihat dari jarak jauh. Dengan menggunakan media televisi, dapat mencakup audiens dengan luas (Cangara, 2004:20).

Dalam komunikasi, televisi merupakan sarana untuk menyampaikan informasi dari komunikator ke komunikan, dan arena fungsinya bersifat memberikan informasi kepada khalayak banyak, televisi dikatakan sebagai media komunikasi massa. Televisi merupakan media komunikasi massa yang sangat kuat dalam



mempengaruhi khalayak, karena memiliki kemampuan dimana televisi mampu membuat khalayak dapat tetap terpaku berjam-jam untuk melihat tayangan televisi yang bervariasi.

Pengertian televisi menurut Stuart Hall (Dalam Littlejohn dan Karen, 2009:424) adalah sebagai berikut :

*“Televisi adalah sebuah sistem penceritaan yang tersentralisasi. Sistem ini merupakan bagian terpenting dari kehidupan sehari-hari kita. Drama, iklan, berita, dan program lainnya menghadirkan sebuah dunia tentang gambaran dan pesan-pesan yang cukup berkaitan ke dalam setiap rumah. Televisi telah menjadi sumber umum dari sosialisasi dan informasi sehari-hari (terutama dalam bentuk hiburan) dari populasi yang heterogen”*

Televisi selain sebagai media komunikasi massa selain sebagai penyampai informasi ternyata memiliki banyak fungsi, Jay Black dan Frederick C. Whitney dalam Nurudin (2013:4) menjelaskan ada empat fungsi komunikasi massa, yaitu :

a. To *inform*: Televisi memiliki fungsi untuk menginformasikan atau pemberi informasi kepada pemirsa. Jurnalisme mengambil peran yang penting disini, karena tugas dari jurnalistik sendiri adalah mencari mengumpulkan mengedit dan menyiarkan berita yang layak disampaikan kepada khalayak.

b. To *entertain*: Televisi berfungsi untuk menghibur. Dapat kita lihat sekarang bahwa dengan perkembangannya ternyata televisi memang memenuhi acaranya dengan berbagai macam hiburan. Aktifitas hiburan ini bisa dicontohkan misalnya acara konser musik, sinetron, acara komedi, dan lain-lain.

c. To *persuade*: Televisi juga memiliki fungsi membujuk khalayak. Dapat kita saksikan dari sisi komersial yang mengisi celah acara. Iklan – iklan tersebut membujuk para khalayak untuk melihat produk mereka dan tujuan akhirnya adalah membeli produk mereka.



d. *Transmission of culture*: Transmisi budaya: suatu faktor yang memberikan petunjuk yang mengelilingi media massa itu sendiri. Secara serempak mengukur status quo dan memunculkan perubahan. Ada dua tingkatan dalam transmisi budaya, yaitu tingkatan kontemporer dapat kita lihat pada peran dari televisi dari masa ke masa selalu memberi perkembangan, tentunya perkembangan itu memberikan suatu perubahan dalam struktur sosial dimana perubahan tersebut menjadi tanggungjawab televisi.

## b. Televisi Sebagai Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang melalui media massa. Media massa merupakan perantara antara dan juga komunikasi yang dapat berupa media cetak (surat kabar, majalah), media elektronik (televisi dan radio), dan yang sedang banyak digemari sekarang adalah media online atau *new media*. Komunikasi massa harus disampaikan menggunakan media massa, jadi jika sekali pun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak banyak, seperti surat kabar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa (Ardiyanto, 2004:3).

Jonowitz menjelaskan bahwa komunikasi massa terdiri dari lembaga dan teknis yang dilakukan oleh kelompok – kelompok khusus yang memiliki kemampuan menyediakan perangkat teknologi informasi untuk menyebarluaskan isi pesan – pesan bermuatan besar, beragam, dan mampu mencapai khalayak yang tersebar secara luas (Ruslan, 2010:90).

Menurut Effendy (2003:27), komunikasi massa memiliki karakteristik sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### a) Komunikasi massa bersifat umum

Pesan yang disampaikan media massa bersifat terbuka untuk semua orang, tidak ada pihak yang dilarang untuk menerima pesan tersebut. Oleh karena itu, dikatakan bahwa komunikasi massa bersifat umum dan terbuka untuk seluruh pihak. Contohnya adalah tayangan Kick Andy yang ditayangkan oleh salah satu stasiun televisi swasta bersifat umum dan bisa dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat yang ingin menonton tayangan tersebut.

### b) Komunikasi bersifat heterogen

Komunikasi massa bersifat heterogen dapat dinikmati oleh khalayak umum dengan berbagai latar belakang umur, pendidikan, status sosial, suku, ras, agama, dan sebagainya. Namun di dalam heterogen terdapat pengelompokan komunikasi yang memiliki minat yang sama terhadap satu pesan dari sekian banyaknya pesan yang disampaikan oleh media massa.

### c) Komunikasi massa menimbulkan keserempakan

Keserempakan maksudnya adalah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah. Ada dua segi penting mengenai kontak langsung. Pertama, kecepatan yang tinggi dari penyebaran dan kelangsungan tanggapan. Kedua, keserempakan adalah penting untuk keseragaman dalam seleksi dan interpretasi pesan – pesan.

### e. Program Acara Televisi

Pengertian program acara televisi yaitu kata “program” itu sendiri berasal dari bahasa Inggris *programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Undang-undang Indonesia telah menggunakan kata program untuk acara, tetapi

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata “program” lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia daripada kata “siaran” untuk mengacu kepada pengertian acara. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiensnya (Morissan, 2010:200).

#### d. Reality Show

*Reality Show* sendiri adalah sub-genre dari genre *reality programming*. *Reality programming* adalah jenis program televisi yang dibuat berdasarkan realitas di lapangan. Meskipun dibuat untuk menggambarkan realitas di lapangan, arti “realitas” dalam program ini cenderung fleksibel, karena selama proses produksi program – program tersebut produsen sudah melakukan pemilahan “realitas” mana saja yang akan ditampilkan kepada penonton, dan ditambahi proses – proses kreatif lainnya seperti musik, efek video/gambar, dan lainnya.

John Vivian (2008) memberikan pengertian reality show dalam bukunya “*The Media of Mass Communication*”, sebagai berikut :

*“There are built around actual people, not actors, in contrived situations with the viewer as a voyeur. The programs are non – fiction in one sense, but the contexts in which the participants find themselves are highly artificial”*

bahwa *reality show* adalah program acara yang dibintangi oleh orang – orang yang bukan aktor atau aktris, tetapi walaupun demikian program acara tersebut masih diatur oleh skenario yang ditulis oleh produser.

Acara *reality show* seringkali menampilkan realitas yang sudah dipengaruhi dan dimodifikasi, yang dirancang sedemikian rupa agar menarik pemirsa. Peserta acara biasanya ditempatkan di lokasi – lokasi terpencil atau situasi yang tidak umum, dan umumnya diarahkan untuk beracting berdasarkan naskah oleh pengarah



acara atau produser acara, dengan dialog dan adegan yang dirancang sehingga menyerupai kejadian yang sebenarnya, dengan dibantu oleh tehnik penyuntingan atau pasca-produksi lainnya.

Adapun beberapa indikator yang terdapat dalam suatu program *reality show* yaitu : frekuensi menonton, waktu penyiaran (jam siar, durasi penyiaran, frekuensi penyiaran), isi acara (tema acara, alur cerita, peserta, gaya / bahasa tubuh, music pendukung), kejelasan makna.

### e. Individu

Individu berasal dari kata latin *individuum* yang artinya tidak terbagi. Individu menekankan penyelidikan kepada kenyataan – kenyataan hidup yang istimewa dan seberapa mempengaruhi kehidupan manusia. Individu bukan berarti manusia sebagai suatu keseluruhan yang tidak dapat dibagi, melainkan sebagai kesatuan yang terbatas, yaitu sebagai manusia perseorangan (Rahardjo 2013:15).

Individu adalah seorang manusia yang tidak hanya memiliki peranan khas di dalam lingkungan sosialnya, melainkan juga mempunyai kepribadian serta pola tingkah laku spesifik dirinya. Terdapat tiga aspek yang melekat sebagai persepsi terhadap individu, yaitu aspek organik jasmaniah, aspek psikis-rohaniyah, dan aspek sosial yang bila terjadi kegoncangan pada suatu aspek akan membawa akibat pada aspek yang lainnya. Individu dalam tingkah laku menurut pola pribadinya ada 3 kemungkinan: pertama menyimpang dari norma kolektif kehilangan individualitasnya, kedua takluk terhadap kolektif, dan ketiga mempengaruhi masyarakat (Rahardjo 2013:15).

Individu tidak akan jelas identitasnya tanpa adanya suatu masyarakat yang menjadi latar belakang keberadaannya. Individu berusaha mengambil jarak dan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

memproses dirinya untuk membentuk perilakunya yang selaras dengan keadaan dan kebiasaan yang sesuai dengan perilaku yang telah ada pada dirinya (Rahardjo 2013:15).

Manusia sebagai individu selalu berada di tengah – tengah kelompok individu yang sekaligus mematangkannya untuk menjadi pribadi yang prosesnya memerlukan lingkungan yang dapat membentuk pribadinya. Namun tidak semua lingkungan menjadi factor pendukung pembentukan pribadi tetapi ada kalanya menjadi penghambat proses pembentukan pribadi (Rahardjo 2013:16).

Pengaruh lingkungan masyarakat terhadap individu dan khususnya terhadap pembentukan individualitasnya adalah besar, namun sebaliknya individu pun berkemampuan untuk memengaruhi masyarakat. Kemampuan individu merupakan hal yang utama dalam hubungannya dengan manusia (Rahardjo 2013:16).

Pada dasarnya, setiap individu memiliki ciri-ciri yang berbeda. Individu yang saling bergabung akan membentuk kelompok atau masyarakat. Individu tersebut akan memiliki karakteristik yang sama dengan kelompok dimana dirinya bergabung (Rahardjo 2013:16).

Setiap individu mempunyai ciri khas yang berbeda dengan individu lainnya, seperti bentuk fisik, kecerdasan, bakat, keinginan, perasaan dan memiliki tingkat pemahaman/arti tersendiri terhadap suatu objek. Jadi individu adalah kondisi internal dari seorang manusia yang berfungsi sebagai subjek. Manusia selaku individu mempunyai 3 naluri, yaitu (Rahardjo 2013:17) :

1. Naluri mempertahankan kelangsungan hidup

Naluri mempertahankan kelangsungan hidup telah menimbulkan berbagai kebutuhan. Salah satu kebutuhan yang paling mendasar adalah kebutuhan fisiologis





yang terdiri dari makan, minum dan perlindungan. Semua kebutuhan tersebut didapat dari lingkungan dimana manusia tinggal, dan dalam memanfaatkan lingkungan tersebut membutuhkan teknologi. Teknologi dapat diartikan sebagai cara-cara/alat yang dipergunakan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Jadi teknologi tidak hanya mencakup peralatan modern/mesin saja. Panah untuk berburu, bertani berpindah-pindah dan alat/cara sederhana lain termasuk ke dalam teknologi. Kebutuhan manusia sangat beragam dan kebutuhan ini lebih mudah dipenuhi kalau individu hidup berkelompok dengan individu lainnya.

## 2. Naluri untuk mempertahankan kelanjutan penghidupan keturunan

Naluri untuk mempertahankan keturunan, menuntut adanya kebutuhan akan rasa aman (safety need) baik dari gangguan cuaca yang tidak nyaman, binatang liar/manusia lain. Pakaian yang dibuat dari berbagai jenis bahan dan model disesuaikan dengan kondisi cuaca. Perumahan dengan bermacam-macam bahan dan juga bentuk, pada dasarnya adalah usaha untuk memperoleh rasa aman dari berbagai gangguan. Adapun keanekaragaman bahan dan model yang dipergunakan sangat tergantung pada lingkungan. Seperti rumah di daerah tropis umumnya dibuat dari kayu/bamboo dengan model atap segitiga/kerucut dan sering kali dibawahnya tidak langsung menyentuh tanah, tapi bertonggak/berkolong. Di iklim sedang rumah banyak dibangun dari bata/tanah, atapnya rata/datar, sedangkan di daerah dingin orang Eskimo membuat rumah dari es dengan bentuknya yang bukat saja. Semua itu tergantung pada cuaca dan bahan mentah yang ada di lingkungannya. Perkawinan selain untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia, juga merupakan cerminan dari adanya ketergantungan individu terhadap individu lain dan adanya naluri untuk meneruskan keturunan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### 3. Naluri ingin tahu dan mencari kepuasan

Setiap manusia mempunyai naluri untuk ingin tahu tentang sesuatu yang ada di sekitarnya, baik itu lingkungan alam maupun lingkungan manusia lainnya. Adanya perbedaan alam seperti daratan, perbukitan, pegunungan; perbedaan penyebaran tumbuhan dan hewan; perbedaan fisik manusia seperti ada yang berkulit hitam, putih, sawo matang, berbadan jangkung, pendek dan sebagainya; perbedaan budaya manusia seperti dalam hal cara makan ada yang makan pakai tangan, sendok, sendok garpu dan pisau; perbedaan dalam berpakaian, mata pencaharian, bentuk rumah dan sebagainya. Semua itu telah mendorong manusia untuk mencari tahu. Pertanyaan "apa, mengapa, bagaimana dan siapa" telah melahirkan sistem pengetahuan, yang kemudian disusun menjadi sistematis melalui aturan-aturan tertentu sehingga melahirkan ilmu pengetahuan. Ilmu pengetahuan ini pada dasarnya adalah untuk memenuhi kebutuhan spiritual/batin manusia. Sedangkan penerapan ilmu dalam bentuk cara dan alat untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia disebut teknologi. Jadi teknologi adalah berbagai cara/alat untuk memenuhi kebutuhan material manusia.

Adapun beberapa faktor yang dapat menjadi komponen dalam mempengaruhi individu yaitu pengetahuan, perasaan dan kepedulian. Masing – masing komponen tersebut sangat penting dari individu dalam melihat atau menanggapi suatu objek.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



### 3. Penelitian Terdahulu

Sejumlah penelitian sejenis tentang pengaruh program acara di stasiun televisi yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya antara lain adalah:

- 1). Penelitian mengenai “Analisis Pengaruh Isi Program DAAI Mata Hati Terhadap Minat Nonton Anggota Tzu Ching Jakarta”. Penelitian yang disusun oleh Filya (2011) Universitas Bina Nusantara ini bertujuan untuk mencari tahu apakah anggota Tzu Ching Jakarta sebagai perkumpulan muda – mudi yang *concern* terhadap kegiatan sosial juga tertarik dan telah menonton program DAAI Mata Hati untuk memenuhi kebutuhannya. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori S-O-R. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pembagian kuesioner kepada 74 responden sebagai sampel. Dengan meneliti tentang adakah hubungan antara pengaruh isi program DAAI Mata Hati terhadap minat nonton serta mencari tahu seberapa besar minat nonton dengan menggunakan uji korelasional dan uji regresi linear sederhana. Hasil yang dicapai dalam penelitian ini bahwa sebagai anak muda yang kritis, yang sarat akan ilmu pengetahuan ini mereka telah memanfaatkan tayangan khususnya isi program DAAI Mata Hati untuk memenuhi kebutuhan menonton mereka. Yang artinya pesan yang ingin disampaikan oleh DAAI Mata Hati telah sampai pada responden dalam penelitian ini anggota Tzu Ching Jakarta. Namun Filya juga menemukan bahwa isi program bukanlah faktor mutlak dalam menarik minat nonton namun juga dipengaruhi beberapa faktor lain. Sebagai televisi lokal yang sarat akan konten humanis menjadi salah satu keunggulan DAAI TV, namun jangan lupa bahwa sebuah stasiun TV juga harus sering melakukan riset kembali untuk mencari tahu siapa responden mereka sehingga berbagai program acara dapat di kombinasi dengan responden dan dapat menjadi sinergi yang luar biasa.



- 2). Dalam penelitian terdahulu yang kedua adalah penelitian mengenai “Pengaruh Tayangan Televisi Terhadap Sikap (Studi Korelasional Pengaruh Acara Dahsyat di Stasiun Televisi RCTI Terhadap Sikap Mahasiswa FISIP USU). Penelitian yang disusun oleh Isma Hanim (2010) Universitas Sumatera Utara, bertujuan untuk mengetahui pengaruh acara Dahsyat di stasiun televisi RCTI terhadap sikap mahasiswa FISIP USU. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R. Permasalahan dalam penelitian ini adalah sejauhmana pengaruh acara Dahsyat di stasiun televisi RCTI terhadap sikap mahasiswa FISIP USU. Penelitian ini menggunakan metode korelasional, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan diantara dua variabel atau lebih, atau hubungan variabel bebas dengan variabel terikat. Dari uji hipotesis yang dilakukan maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang tinggi ; kuat antara acara dahsyat di stasiun televisi RCTI terhadap sikap mahasiswa FISIP USU. Hal ini menunjukkan bahwa acara ini berpengaruh besar terhadap sikap mahasiswa FISIP USU dalam menonton acara Dahsyat. Disamping itu juga dengan adanya acara Dahsyat dapat menambah informasi dan pengetahuan mahasiswa tentang musik yang sesuai dengan selera mereka sebagai kaum remaja dan kawula muda.
- 3). Penelitian terdahulu ketiga adalah mengenai “Pengaruh Menonton Tayangan Sinetron Ganteng – Ganteng Serigala Terhadap Perubahan Perilaku Remaja di Perumahan Irigasi Bekasi Timur”. Penelitian ini disusun oleh Caterina Indah Susanti (2015) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh menonton tayangan sinetron Ganteng – Ganteng Serigala terhadap perubahan perilaku remaja di perumahan Irigasi, Bekasi Timur. Penelitian ini menggunakan teori S-O-R dan metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan jenis survey eksplanatif. Hasil Penelitian ini adalah terdapat hubungan antara menonton tayangan sinetron “Ganteng – Ganteng Serigala

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.







Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dengan tujuan untuk mengetahui hubungan tayangan *reality show* Minta Tolong di RCTI terhadap tingkat kepedulian sosial warga Bidaracina, Jakarta Timur. Teori yang digunakan adalah Teori Agenda Setting, Teori Perbedaan Individu dan Teori Kultivasi. Metode yang digunakan adalah metode korelasional, bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan, seberapa besar hubungan dan berarti tidaknya hubungan tersebut. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara tayangan *reality show* Minta Tolong di RCTI terhadap tingkat kepedulian sosial warga RT 0011/RW01 Bidaracina. Analisis tambahan bahwa ada hubungan rendah tapi pasti antara rutinitas dan durasi menonton dengan tayangan *reality show* Minta Tolong terhadap kepedulian sosial warga RT 0011/RW 01 Bidaracina, Jakarta Timur.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Judul & Peneliti	Metode & Teori	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Analisis Pengaruh Isi Program DAAI Mata Hati Terhadap Minat Nonton Anggota Tzu Ching Jakarta, 2011, Filya, Universitas Bina Nusantara.	Metode Kuantitatif  Teori S-O-R	Bahwa sebagai anak muda yang kritis, yang sarat akan ilmu pengetahuan ini mereka telah memanfaatkan tayangan khususnya isi program DAAI Mata Hati untuk memenuhi kebutuhan menonton mereka. Yang artinya isi pesan dalam DAAI Mata Hati telah tersampaikan pada anggota Tzu Ching Jakarta.	Program yang digunakan yaitu DAAI Mata Hati dan sampel yang digunakan adalah anggota Tzu Ching.
2	Pengaruh Tayangan Televisi Terhadap Sikap (Studi Korelasional Pengaruh Acara Dahsyat di Stasiun Televisi RCTI Terhadap Sikap Mahasiswa FISIP USU), 2010, Isma Hanim, Universitas Sumatera Utara Medan.	Metode Kuantitatif  Teori S-O-R	Bahwa terdapat hubungan yang tinggi ; kuat antara acara dahsyat di stasiun televisi RCTI terhadap sikap mahasiswa FISIP USU. Hal ini menunjukkan bahwa acara ini berpengaruh besar terhadap sikap mahasiswa FISIP USU dalam menonton acara Dahsyat.	Program acara yang digunakan adalah acara Dahsyat di Stasiun Televisi RCTI dan sampel yang digunakan adalah mahasiswa FISIP USU.

Hak cipta ini dilindungi Undang-Undang. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 2.1 (Lanjutan)

Penelitian Terdahulu

<p>3</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p>Pengaruh Tayangan Sinetron Ganteng – Ganteng Serigala Terhadap Perubahan Perilaku Remaja di Perumahan Irigasi Bekasi Timur, 2015, Caterina Indah Susanti, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.</p>	<p>Metode Kuantitatif</p> <p>Teori S-O-R</p>	<p>Terdapat hubungan antara menonton tayangan sinetron “Ganteng – Ganteng Serigala terhadap perubahan perilaku kognitif , afektif dan konatif serta menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara pengaruh menonton tayangan sinetron “Ganteng – Ganteng Serigala” terhadap perubahan perilaku remaja di perumahan Irigasi, Bekasi Timur.</p>	<p>Program acara yang digunakan adalah Tayangan Sinteron “Ganteng – Ganteng Serigala</p>
<p>4</p>	<p>Pengaruh Tayangan <i>Reality Show</i> Toloong di SCTV Terhadap Tingkat Kepedulian Sosial Mahasiswa Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya. 2007, Monika Budiarto, Universitas Kristen Petra, Surabaya.</p>	<p>Metode Kuantitatif</p> <p>Teori Agenda Setting &amp; Teori Perbedaan Individu</p>	<p>Terdapat pengaruh positif yang signifikan mengenai Pengaruh Tayangan Reality Show Toloong di SCTV Terhadap Tingkat Kepedulian Sosial Mahasiswa Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya.</p>	<p>Terletak pada variabel x dan variabel y nya. Pada penelitian ini menggunakan tayangan <i>reality show</i> Toloong di SCTV (variabel x) dan tingkat kepedulian sosial mahasiswa komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya. Teori yang digunakan adalah agenda setting.</p>

© Hak cipta dilindungi undang-undang Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Tabel 2.1 (Lanjutan)**

**Penelitian Terdahulu**

<p>5 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>Hubungan <i>Reality Show</i> Minta Tolong di RCTI Terhadap Tingkat Kepedulian Sosial (Studi Korelasi Pada Warga RT0011/RW01 Kelurahan Bidaracina, Jakarta Timur. 2010, Ricky, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.</p>	<p>Metode Kuantitatif</p> <p>Teori Agenda Setting, Teori Kultivasi &amp; Teori Perbedaan Individu</p>	<p>Ada hubungan antara tayangan <i>reality show</i> Minta Tolong di RCTI terhadap tingkat kepedulian sosial warga RT 0011/RW01 Bidaracina. Analisis tambahan bahwa ada hubungan rendah tapi pasti antara rutinitas dan durasi menonton dengan tayangan <i>reality show</i> Minta Tolong terhadap kepedulian sosial warga RT 0011/ RW 01 Bidaracina, Jakarta Timur.</p>	<p>Terdapat pada variabel x dan variabel y nya. Pada Penelitian ini menggunakan <i>reality show</i> Minta Tolong di RCTI (variabel x) dan tingkat kepedulian sosial (variabel y). Selain itu teori yang digunakan juga berbeda. Penelitian ini menggunakan teori agenda setting sebagai teori utama.</p>
---	---	--	--

**4. Kerangka Pemikiran**

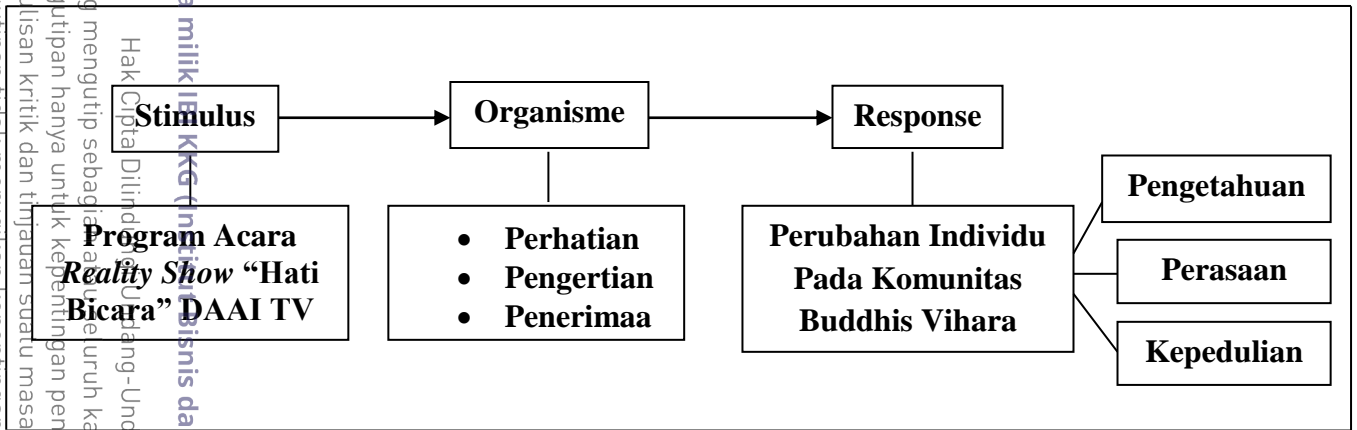
Sebagai dasar dalam merumuskan hipotesis, berikut adalah kerangka pemikiran yang menunjukkan pengaruh Program Acara *Reality Show* “Hati Bicara” DAAI TV Terhadap Perubahan Sikap Pada Komunitas Buddhis Vihara Mudita Center berdasarkan Teori S-O-R.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran



Kerangka pemikiran pada penelitian ini berdasarkan teori S-O-R dimana sudah dijelaskan sebelumnya teori S-O-R adalah singkatan dari Stimulus – Organism – Response dan unsur – unsur dalam model ini adalah pesan (stimulus), komunikasi (organism), dan efek (response). Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, jika stimulus yang menerpa benar – benar melebihi semula. Selain itu dalam menelaah sikap yang baru ada 3 variabel penting yaitu : perhatian, pengertian, dan penerimaan. Stimulus yang disampaikan kepada komunikasi mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi pun akan berlangsung apabila ada perhatian dari komunikasi. Proses berikutnya komunikasi mengerti. Kemampuan komunikasi inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikasi mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

Dalam penelitian ini peneliti memilih program acara *reality show* “Hati Bicara” DAAI TV sebagai stimulus atau pesan karena peneliti menganggap bahwa program acara “Hati Bicara” memiliki nilai – nilai sosial, budaya, dan humanis yang begitu tinggi. Program acara “Hati Bicara” juga memperlihatkan kehidupan dari dua

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sisi yang berbeda yaitu orang dengan dengan tingkat ekonomi menengah ke atas dan orang dengan tingkat ekonomi menengah ke bawah yang memperlihatkan perjalanan kehidupan mereka secara nyata. Dengan melihat pesan – pesan yang disampaikan inilah tentu akan menimbulkan efek (response) yang berbeda terhadap penonton melalui 3 variabel yaitu : perhatian, pengertian dan penerimaan sehingga terjadi perubahan sikap dimana pada penelitian ini peneliti ingin melihat perubahan individu melalui 3 komponen yaitu pengetahuan, perasaan dan kepedulian pada komunitas buddhis di Vihara Mudita Center.

Dengan kerangka pemikiran di atas, maka variabel X yaitu Pengaruh Program Acara *Reality Show* “Hati Bicara” DAAI TV dapat diukur variabel Y yaitu Perubahan Individu Pada Komunitas Buddhis Vihara Mudita Center dengan 3 komponen penting dalam Teori S-O-R.

## 5. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari permasalahan yang ada, dimana kebenarannya masih perlu dikaji dan diteliti melalui data yang terkumpul. Berdasarkan permasalahan yang ada maka peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut :

H<sub>1</sub> Terdapat pengaruh program acara *reality show* “Hati Bicara” DAAI TV terhadap perubahan pengetahuan pada komunitas buddhis Vihara Mudita Center

H<sub>0</sub> Tidak terdapat pengaruh program acara *reality show* “Hati Bicara” DAAI TV terhadap perubahan pengetahuan pada komunitas buddhis Vihara Mudita Center



- H<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh program acara *reality show* “Hati Bicara” DAAI TV terhadap perubahan perasaan pada komunitas buddhis Vihara Mudita Center
- Ⓒ H<sub>3</sub>: Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) terhadap perubahan perasaan pada komunitas buddhis Vihara Mudita Center
- H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh program acara *reality show* “Hati Bicara” DAAI TV terhadap perubahan perasaan pada komunitas buddhis Vihara Mudita Center
- H<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh program acara *reality show* “Hati Bicara” DAAI TV terhadap perubahan kepedulian pada komunitas buddhis Vihara Mudita Center
- H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh program acara *reality show* “Hati Bicara” DAAI TV terhadap perubahan kepedulian pada komunitas buddhis Vihara Mudita Center

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.