



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teoritis

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Televisi

Kata televisi berasal dari kata *tele* dan *vision* yang mempunyai arti masing-masing *tele* (jauh) dan *vision* (tampak), jadi televisi berarti tampak atau dapat melihat dari jarak jauh. Penemuan televisi disejajarkan dengan penemuan roda, karena penemuan ini mampu mengubah peradaban dunia. Di Indonesia televisi secara tidak formal disebut dengan TV, tivi, teve atau tipi. Televisi adalah karya masal yang dikembangkan dari tahun ke tahun.

a. Karakteristik Televisi

Ditinjau dari stimulasi alat indra, dalam radio siaran, surat kabar dan majalah hanya ada satu alat indra yang mendapat stimulus. Radio siaran dengan indra pendengaran, surat kabar dan majalah dengan indra penglihatan. Elvinaro (2007:137-139) televisi sendiri memiliki beberapa karakteristik tertentu, yaitu :

1. Audiovisual

Televisi memiliki kelebihan sendiri jika dibandingkan oleh media massa lainnya yaitu dapat di dengar sekaligus dapat dilihat dalam waktu yang bersamaan.

2. Berpikir dalam Gambar

Dalam televisi memiliki dua tahap yang dilakukan dalam proses berfikir dalam gambar. Pertama, adalah visualisasi (*visualization*), yaitu

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

menerjemahkan kata-kata yang mengandung sebuah pesan yang menjadi gambar secara individual. Tahap kedua adalah penggambaran (*Picturization*), yaitu kegiatan merangkai gambar-gambar secara individual sedemikian rupa, sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu.

3. Pengoperasian Lebih Kompleks

Pengoperasian televisi bisa dikatakan lebih kompleks dan melibatkan banyak orang. Dari segi peralatan yang digunakan lebih banyak dan dalam pelaksanaan operasionalnya pun lebih rumit dan harus dilakukan oleh orang-orang yang terampil dan terlatih.

b. Program acara Televisi

Kata “program” berasal dari bahasa Inggris *programme* atau *program* atau yang berarti acara atau rencana. Undang-undang Penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian 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 audiennya.

Program memiliki pengertian yang sangat luas Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran itu radio atau televisi. Program dapat disamakan atau dianalogikan dengan produk atau barang (*goods*) atau pelayanan

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.



(*services*) yang dijual kepada pihak lain, dalam hal ini audien dan pemasang iklan.

Dengan demikian, program adalah produk yang dibutuhkan orang sehingga mereka bersedia mengikutinya. Dalam hal ini terdapat suatu rumusan dalam dunia penyiaran yaitu program yang baik akan mendapatkan pendengar atau penonton yang lebih besar, sedangkan acara yang buruk tidak akan mendapatkan pendengar atau penonton seperti yang dikatakan dalam Morissan (2008:199-200).

c. Pengaruh tayangan televisi

Disadari atau tidak, tayangan televisi itu ibarat 2 bilah mata pisau yang tajam kedua sisinya artinya di sisi lain televisi memang memberikan manfaat yang positif bagi kemajuan perkembangan teknologi seiring dengan perkembangan suatu bangsa, tapi di sisi lainnya pula televisi juga memberikan manfaat yang negatif bila tayangan televisi tidak mendapatkan proses filterisasi. Menurut Steven M. Chafree (dalam Rakhmat 2009:219)

Ada 3 efek pengaruh media televisi bagi pemirsanya :

1) Efek Kognitif

Efek kognitif berkaitan dengan pengetahuan yang dimiliki oleh individu. Banyaknya pengetahuan yang dimiliki seseorang bergantung pada banyaknya informasi yang masuk dalam dirinya, dan informasi yang masuk di dalam diri seseorang dari sebuah media televisi sanggup menembus ruang dan waktu. Jadi seseorang yang memperoleh pengetahuan dari sebuah media



maka dalam dirinya akan terbentuk 2 fase yaitu :

(a) Pembentukan Citra

Citra adalah gambaran seseorang tentang sesuatu pada lingkungan sekitarnya. Pertama kali seseorang memperoleh informasi tentang sesuatu maka dalam dirinya terjadi penggambaran tentang sesuatu tersebut. Jika informasi yang datang bersifat positif maka terbentuklah citra yang positif pula, begitu pula sebaliknya, jadi positif tidaknya citra tergantung pada positif tidaknya informasi yang datang.

(b) Perubahan Citra

Seseorang yang memperoleh dan mendapatkan citra tentang sesuatu, kemudian datang informasi yang sama dengan gambaran semula dan berbeda, maka citra yang telah ada di dalam dirinya dapat berubah.

2) Efek afektif

Dampak dan pengaruh afektif ini lebih tinggi kadarnya dibandingkan dengan dampak kognitif. Kalau dampak kognitif hanya berpengaruh pada perilaku upaya merubah pikiran pada diri sendiri, sedang dampak afektif berpengaruh pada perubahan sikap dan emosional seseorang. Bidang afektif paling dominan dipengaruhi oleh media televisi yaitu meliputi rangsangan emosional dan seksual.

3) Efek behavior

Mengacu pada tingkah laku yang ditimbulkan setelah menerima rangsangan pesan dari sebuah media massa. Kehadiran televisi di dunia telah membawa



dampak yang besar bagi umat manusia. Televisi membawa berbagai kehidupan informasi, pesan-pesan yang dalam kecepatan tinggi menyebar ke seluruh pelosok dunia. Televisi juga alat bagi berbagai kelompok untuk menyampaikan berbagai pesan untuk berbagai kalangan masyarakat. Untuk itu sebagai penonton hendaknya bisa bijaksana dalam memilih tayangan apalagi bagi para remaja.

d. Format Acara Televisi

Menurut Naratama (2013:63-66), Format Acara Televisi adalah sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreativitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut.

Format Acara Televisi dibagi menjadi tiga bagian, yaitu: drama, non drama, dan berita olahraga. Bisa juga dikategorikan menjadi fiksi, nonfiksi dan *news-sport*, yaitu :

1. Fiksi (Drama) adalah sebuah format acara televisi yang di produksi dan dicipta melalui proses imajinasi kreatif dari kisah-kisah drama atau fiksi yang direkayasa dan di kreasi ulang. Format yang digunakan merupakan intepretasi kisah kehidupan yang diwujudkan dalam suatu runtutan cerita dalam sejumlah adegan.
2. Nonfiksi (Nondrama) adalah sebuah format acara televisi yang diproduksi dan dicipta melalui proses pengolahan imajinasi kreatif dari realitas kehidupan sehari-hari tanpa harus menginterpretasikan ulang

dan tanpa harus menjadi dunia khayalan. Nondrama bukanlah sebuah runtutan cerita fiksi dari setiap pelakunya.

3. Berita dan Olahraga adalah sebuah format acara televisi yang di produksi berdasarkan informasi dan fakta atau kejadian dan peristiwa yang berlangsung pada kehidupan masyarakat sehari-hari. Format ini memerlukan nilai-nilai faktual dan aktual yang disajikan dengan ketepatan waktu dimana dibutuhkan sifat liputan yang independen. Contoh: berita ekonomi, liputan siang dan laporan olahraga.



Gambar 2.1 Format Acara Televisi Naratama (2013:70)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



e. Lima Acuan Dasar Untuk Acara Televisi

Lima acuan dasar di bawah ini merupakan hal yang sangat penting didalam merencanakan, memproduksi, dan menyiarkan suatu acara bagaimanapun sifat dan bentuknya. Menurut Sony Set (2008:13) Kelima acuan ini satu dengan lainnya tidak dapat dipisahkan bahkan akan saling terkait, dengan demikian apabila salah satu dari kelima acuan tidak ada, maka suatu stasiun penyiaran atau stasiun produksi keliling, tidak mungkin melakukan kegiatannya. Kelima acuan tersebut adalah :

1) Ide

Semua acara siaran televisi baik dari bentuk yang paling sederhana, selalu didahului timbulnya sebuah ide atau gagasan, ide timbulnya bisa saja tidak timbul dari anggota satuan kerja produksi, tetapi dapat timbul dari luar.

2) Pengisi Acara Siaran (Artis)

Pengisi acara siaran dapat berupa seorang pembaca berita, artis yang belum dikenal sampai dengan para cendikiawan dan artis yang cukup terkenal dimasyarakat. Tetapi meskipun demikian karena produksi acara televisi memerlukan waktu yang panjang dan berliku-liku, biasanya para artis mengalami kesulitan sehingga terjadi kebosanan pada dirinya, sehingga mereka menilai bahwa kerja produksi televisi bertele-tele.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



3) Peralatan

Betapapun kecilnya suatu studio pasti dilengkapi dengan berbagai peralatan, seperti misalnya seperangkat kamera elektronik dengan penyangga, lampu-lampu dengan berbagai karakternya yang diperuntukkan agar dapat menghasilkan gambar-gambar yang baik dan berkualitas, mikropon, dekorasi, siklorama yang berupa dinding studio, dengan peralatan komunikasi yang dapat menghubungkan antar satu kamar operasional lainnya, disamping sebuah atau lebih pesawat monitor yang diperlukan untuk melihat proses gambar yang sedang diproduksi.

4) Kelompok Kerja Produksi

Kelompok kerja produksi ini merupakan satuan kerja yang akan menangani kerja produksi secara bersama-sama (kolektif) sampai hasil karyanya dinyatakan layak untuk disiarkan.

5) Penonton

Mereka adalah sasaran dari setiap acara yang disiarkan dan mereka merupakan faktor yang ikut menentukan berhasil atau tidaknya acara yang telah dibuat, disamping sangat diharapkan bahwa khalayak penonton memberikan umpan baliknya setelah mengikuti acara tadi, dari adanya umpan balik sudah menunjukkan suatu pertanda keberhasilan suatu acara, disamping itu merupakan suatu masukan yang sangat berharga, karena dapat digunakan sebagai bahan pengkajian dalam rangka penyempurnaan.

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.



2. Variety Show

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

Variety show adalah format acara televisi yang mengkombinasikan berbagai format lainnya, seperti *talkshow*, *magazine show*, kuis, *game show*, *music concert*, drama dan sit-kom (komedi situasi). Variasi acara tersebut di padukan dalam sebuah pertunjukkan dalam bentuk siaran langsung maupun siaran rekaman, (Naratama,2013: 109)

Program *variety show* merupakan sebuah program acara di televisi yang memadukan antara berbagai jenis acara hiburan panggung televisi seperti lawak, lagu dan drama. *Variety show* adalah suatu sajian hiburan yang dikemas dalam aneka suguhan, terutama untuk pentas musik dan sketsa komedi yang biasanya dipandu oleh *host*. Konsep gado-gado yang menayangkan aneka tontonan ini jika dikemas dengan baik akan mampu menghadirkan suasana yang berbeda bagi penontonnya. Dan oleh karena itu karakter serta fungsi dari *variety show* inilah yang membuat model ini banyak dipilih oleh stasiun televisi.

3. Content/Kemasan Acara

Bagi pengelola program penyiaran, kemasan dapat diartikan segala sesuatu yang perlu dilakukan untuk menarik perhatian *audience* melalui penampilan (*appearance*) suatu program yang mencakup antara lain misalnya: pembawa acara (*presenter*), busana yang dikenakan, penampilan latar belakang, *bumper* program yang menarik untuk menunjukkan cirri khas.

Kemasan program menjadi menarik bagi konsumen untuk memberikan perhatian pada suatu program sehingga mampu memberikan kesan pertama

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.



yang baik Morissan (2008:242). Tayangan program Pesbukers terbagi dalam beberapa diantaranya:



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- *Presenter* : Artis atau orang-orang yang ahli dan berkompeten untuk membawakan sebuah program
- Tema : ide yang berubah setiap harinya disertai variasi
- Komedi : sketsa drama yang dibuat menghibur dan salah satu unggulan segmen
- Bintang Tamu (*special guest star*)
- *Magic* : sulap yang dibawakan ahlinya untuk mengisi di segmen yang ditentukan
- *Music* : sebagai penghibur dalam program.
- Tim/ Kelompok Kerja Produksi : orang-orang yang menyiapkan segala hal untuk diproduksi menjadi karya yang layak disiarkan.

4. Teori *Uses and effect*

Ada beberapa teori pendukung dalam penelitian ini yang pertama yaitu teori *Uses and effect* dan Persepsi sebagai pendukung. Menurut AM Hoeta Soehoet (2006:70) mengartikan konsep “penggunaan” (*uses*) dalam konteks ini merupakan hal yang sangat penting, dan dengan demikian menjadi inti dari teori ini adalah pengetahuan mengenai penggunaan media dan asal mulanya akan memberikan kunci untuk memahami dan memperkirakan hasil (akibat) dari proses komunikasi. Sedangkan Menurut Sasa Djuarsa Senjaya (2007:5.43), mengatakan bahwa

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.



pengetahuan mengenai penggunaan media akan memberi jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa. Saat seseorang memutuskan untuk menggunakan media dan isinya, maka akan timbul efek, konsenkuensi, dan *consequences*.

Jika dikaitkan dengan permasalahan penelitian, maka dapat dikatakan bahwa ketika *audience* menggunakan atau memutuskan untuk menonton tayangan, maka akan mendapatkan efek berupa pengaruh, dimana penelitian ini melihat dari komponen sebuah tayangan dikemas sehingga berpengaruh pada persepsi *audience* itu, dengan kata lain *audience* akan menimbulkan persepsi apabila komponen dalam sebuah tayangan itu sesuai dengan faktor yang dapat membentuk persepsi itu.

a. Definisi Persepsi

Manusia di dalam kehidupannya membutuhkan interaksi dengan manusia lain dan lingkungannya. Agar hal tersebut dapat tercipta, harus adanya penyerapan unsur dari luar, kemudian unsur dari luar itu ditangkap oleh indera-indera yang dimiliki manusia, diantaranya yaitu indera penciuman, indera perasa, indera peraba, indera pengecap, dan indera penglihatan. Kesemuanya itu tidak dapat terpisahkan dari kata "*Perception*". persepsi menurut peneliti adalah proses penginterpretasian rangsangan atas sesuatu hal yang setiap orang mempunyai perbedaan didalamnya.

Menurut Desiderato (dalam Rakhmat, 2009:51) definisi persepsi adalah :

“Pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan -hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi (*sensory stimuli*). Hubungan dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori.”

Untuk lebih mengenal persepsi, beberapa definisi persepsi lainnya (dalam Dedy mulyana, 2007:180):

1. Brian Fellows: Persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisme menerima dan menganalisis informasi.
2. Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken: Persepsi adalah sarana yang memungkinkan kita memperoleh kesadaran akan sekeliling dan lingkungan kita.
3. Philip Goodacre dan Jennifer Follers: Persepsi adalah proses mental yang digunakan untuk mengenali rangsangan.

Persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan.

Point pentingnya adalah bahwa persepsi dapat sangat beragam antara individu satu dengan yang lain yang mengalami realitas yang sama. Secara garis besar persepsi manusia dibagi menjadi dua bagian, yaitu Mulyana (2007: 171-176) :

- a. Persepsi terhadap objek (lingkungan fisik); sifat- sifat luar, sedangkan persepsi terhadap orang menanggapi sifat- sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan, dan sebagainya). Orang akan mempersepsi anda pada saat anda mempersepsi mereka. Dengan kata lain, persepsi terhadap manusia

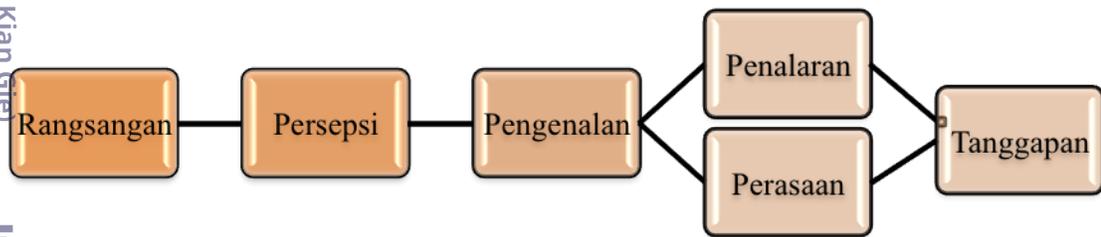


bersifat interaktif.

- b. Persepsi terhadap manusia; melalui lambang- lambang fisik, sedangkan persepsi terhadap orang melalui lambang- lambang verbal dan nonverbal. Orang lebih aktif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan.

b. Tahapan- tahapan Pembentukan Persepsi

Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken (dalam Mulyana 2007:169) menyatakan bahwa persepsi terdiri dari tiga aktivitas, yaitu seleksi, dijelaskan bahwa seleksi mencakup sensasi dan atensi, yang kedua adalah organisasi dan ketiga interpretasi, dikatakan jika organisasi melekat pada interpretasi, yang dapat dipahami sebagai “meletakkan suatu rangsangan bersama rangsangan lainnya sehingga menjadi suatu keseluruhan yang bermakna”. Di dalam bagan berikut akan dijelaskan bagaimana persepsi dan kognisi bersatu dalam semua kegiatan psikologis.



Gambar 2.2 Variabel psikologis antara Rangsangan dan Tanggapan

Sedangkan Proses pembentukan persepsi baik itu terhadap obyek ataupun manusia, menurut Mulyana (2007: 168) menyebutkan bahwa ada tiga langkah dalam proses terjadinya persepsi yang dapat digambarkan dalam bentuk sebagai berikut :

- 1). Sensasi (pengindraan)

Sensasi yaitu pengindraan dengan melalui alat - alat indra kita. Persepsi

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



merujuk pada pesan yang dikirim ke otak melalui penglihatan, sentuhan, penciuman, pendengaran. Semua indra itu mempunyai andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Seperti indra penglihatan dengan menyampaikan pesan verbal ke otak untuk diinterpretasikan, atau pun indra pendengaran kita juga bisa menyampaikan pesan verbal ke otak untuk diartikan.

2). Atensi

Atensi adalah perhatian, suatu proses secara sadar sejumlah kecil informasi dari sejumlah besar informasi yang tersedia. Informasi ini juga dapat diperoleh dari penginderaan, ingatan dan proses kognisi lainnya. Proses atensi membantu efisiensi penggunaan mental kita yang terbatas, yang kemudian akan membantu kecepatan reaksi terhadap rangsangan tertentu.

3). Interpretasi

Interpretasi adalah proses terpenting dalam persepsi karena persepsi merupakan suatu komunikasi untuk mengorganisasikan informasi, sehingga mempunyai arti bagi individu. Dalam melakukan interpretasi itu terdapat pengalaman masa lalu serta sistem nilai yang dimilikinya. Sistem nilai di sini dapat diartikan sebagai penilaian individu dalam mempersepsi suatu objek yang dipersepsi, apakah stimulus tersebut akan diterima atau ditolak.

Apabila stimulus tersebut menarik atau ada persesuaian maka akan dipersepsi positif, dan demikian sebaliknya, selain itu adanya pengalaman langsung antara individu dengan objek yang dipersepsi individu, baik yang bersifat positif maupun negatif Mulyana (2007:169-170).

C 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Rakhmat (2009:52) banyak faktor yang dapat mempengaruhi persepsi, faktor-faktor tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Faktor-faktor fungsional

Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal. Yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberikan respons pada stimuli itu.

Krech dan Crutchfield Rakhmat (2009: 56) merumuskan dalil Persepsi bersifat selektif secara fungsional. Dalil ini berarti bahwa objek-objek yang mendapat tekanan dalam persepsi kita biasanya objek-objek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi. Faktor-faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi lazim disebut sebagai kerangka rujukan. Dalam kegiatan komunikasi, kerangka rujukan mempengaruhi bagaimana orang memberi makna pada pesan yang diterimanya. Menurut McDavid dan Harari (dalam Rakhmat 2009:58), para psikolog menganggap konsep kerangka rujukan ini amat berguna untuk menganalisis interpretasi perseptual dari peristiwa yang dialami.

2. Faktor-faktor struktural

Faktor-faktor struktural yang menentukan persepsi berasal di luar individu, misalnya lingkungan, budaya, hukum yang berlaku, nilai-nilai dalam masyarakat sangat berpengaruh terhadap seseorang dalam mempersepsikan sesuatu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



3. Perhatian (attention)

Perhatian menurut Kenneth E. Andersen (dalam Rakhmat 2009:52) adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli melemah.

Dalam stimulus mempunyai sifat-sifat yang menonjol, antara lain intensitas dan pengulangan. Diri orang yang membentuk persepsi itu sendiri. Apabila seseorang melihat sesuatu dan berusaha memberikan interpretasi tentang apa yang dilihatnya itu, ia dipengaruhi oleh karakteristik individual yang turut berpengaruh seperti sikap kepentingan, minat, kebutuhan, pengalaman, harapan dan kepribadian.

Terdapat dua faktor dalam menarik perhatian yaitu :

1) Faktor eksternal penarik perhatian yang terdiri dari :

- (a) Gerakan : Seperti organisme yang lain, manusia secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak. Kita senang melihat huruf-huruf dalam display yang bergerak menampilkan nama barang yang diiklankan. Pada tempat yang dipenuhi benda-benda mati, kita akan tertarik hanya kepada tikus kecil yang bergerak.
- (b) Intensitas Stimuli : Kita akan memerhatikan stimulus yang lebih menonjol dari stimulus yang lain.
- (c) Kebaruan : Hal-hal yang baru, yang luar biasa, yang berbeda, akan menarik perhatian. Beberapa eksperimen juga membuktikan stimulus yang luar biasa lebih mudah dipelajari atau diingat. Karena alasan inilah maka orang mengejar novel yang baru terbit, film yang baru beredar, atau



kendaraan yang memiliki rancangan mutakhir (karena itu pula mengapa umumnya istri muda lebih disenangi dari istri pertama). Pemasang iklan sering memanipulasikan unsur kebaruan ini dengan menonjolkan yang luar biasa dari barang atau jasa yang ditawarkannya. Media massa juga tidak henti-hentinya menyajikan program-program baru. Tanpa hal-hal yang baru, stimulus menjadi monoton, membosankan, dan lepas dari perhatian.

(d) Perulangan : Hal-hal yang disajikan berkali-kali, bila disertai dengan sedikit variasi, akan menarik perhatian. Di sini, unsur *familiarity* (yang sudah kita kenal) berpadu dengan unsure *novelty* (yang baru kita kenal). Perulangan juga mengandung unsur sugesti: memengaruhi bawah sadar kita. Bukan hanya pemasang iklan, yang memopulerkan produk dengan mengulang-ulang “*jingles*” atau slogan-slogan, tetapi juga kaum politisi memanfaatkan prinsip perulangan.

2). Faktor internal Pengaruh Perhatian yg terdiri dari :

- (a) Faktor biologis
- (b) Faktor Sosiopsikologis

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.



B. Penelitian Terdahulu

Studi penelitian terdahulu sangat penting bagi bahan acuan yang membantu peneliti dalam merumuskan asumsi dasar untuk pengembangan kajian. Tentunya studi terdahulu tersebut harus yang relevan baik dari konteks penelitian maupun metode penelitian yang digunakan.

Penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan permasalahan yang diteliti peneliti yaitu: Penelitian pertama, dilakukan oleh Abdul Ghofur, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini dilaksanakan untuk skripsi yang berjudul “Pengaruh Program Tayangan Pitstop di BBS TV Terhadap Persepsi Komunitas CB Brother Speed Surabaya.

Ada dua persoalan yang hendak dikaji dalam skripsi ini, yaitu: apakah ada pengaruh program tayangan PITSTOP di BBS TV terhadap persepsi komunitas cb brother speed surabaya, dan seberapa besar tingkat pengaruh program tayangan PITSTOP di BBS TV terhadap persepsi komunitas CB Brother Speed Surabaya.

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakanlah pendekatan kuantitatif untuk mengukur data-data pada persepsi komunitas CB Brothers Speed Surabaya, dengan menggunakan jenis penelitian survei.

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa Program Tayangan PITSTOP Di BBS TV memiliki pengaruh yang lemah terhadap Persepsi Komunitas CB Brother Speed Surabaya dengan bukti nilai koefisien korelasinya sebesar 0,354.

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.



Penelitian yang kedua, penelitian dari Jurnal Michael Ardian, Universitas Kristen Petra Surabaya. Penelitian ini dengan judul ”sikap masyarakat terhadap program acara pesbukers di ANTV.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sikap masyarakat Surabaya terhadap program acara “Pesbukers” di ANTV. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan menggunakan teknik wawancara dan kuesioner. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang, yang didapatkan dari penghitungan sampel dan disebarakan di wilayah Surabaya dengan pembagian *multistage cluster random sampling*. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa sikap 100 responden masyarakat Surabaya mengenai tayangan program acara “Pesbukers” di ANTV adalah positif dengan persentase 51%.

Dari kedua penelitian terdahulu ini yang menjadi pembeda antara penelitian yang peneliti berdasarkan dari hasil penelitian pertama, peneliti ingin membuktikan bahwa ada pengaruh yang lebih detail mengenai program suatu acara yang dibuat terhadap persepsi pemirsa. Sedangkan, pada penelitian yang kedua hanya mengukur sikap masyarakat. Peneliti ingin mengetahui sebelum kepada tahap perubahan sikap masyarakat terhadap program acara televisi tersebut apa hal-hal yang dapat mempengaruhi persepsi terhadap keberadaan suatu program.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

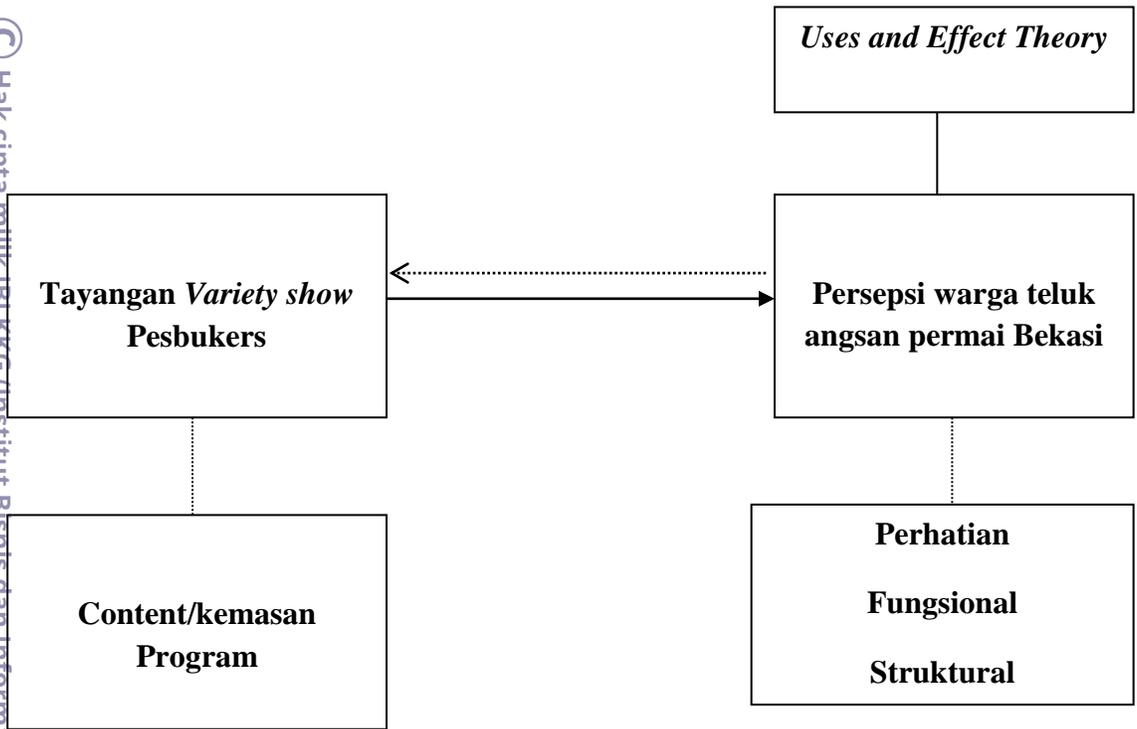
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



C. Kerangka Pemikiran

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran

Konsep dalam penelitian ini berawal dari Teori *Uses and effect* yang berasumsi bahwa penggunaan media dan isinya, maka akan timbul efek, konsenkuensi, dan *conseffect* dimana efek merupakan reaksi terhadap stimuli tertentu. Dengan demikian, seseorang dapat mengharapkan atau memperkirakan suatu kaitan erat antara pesan-pesan media dan reaksi audience yang nantinya menghasilkan persepsi si penggunaan media itu sendiri.

Maka dapat dikatakan bahwa ketika *audience* menggunakan atau memutuskan untuk menonton tayangan, maka akan mendapatkan efek berupa pengaruh, dimana penelitian ini melihat dari komponen sebuah tayangan dikemas sehingga berpengaruh pada persepsi *audience* itu, dengan kata lain *audience* akan menimbulkan persepsi apabila komponen dalam sebuah

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.



tayangan itu sesuai dengan faktor yang dapat membentuk persepsi itu, dan 3 faktor pendukung terbentuknya persepsi yaitu perhatian, faktor fungsional dan faktor struktural. sehingga dapat dipahami bahwa tayangan *variety show* pesbukers dalam hal ini komponen *content* programnya mampu atau tidak mempengaruhi penontonnya, yaitu warga teluk angsan Permai Bekasi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

D. Hipotesis

Didalam penelitian tentang Pengaruh *content* Program *variety show* “Pesbukers” terhadap persepsi Pemirsa mempunyai hipotesis “Semakin besar tayangan media memenuhi kebutuhan Pemirsanya maka akan semakin baik juga persepsi Permirsya pada program “Pesbukers”

H_0 = Tidak ada pengaruh positif *content* program “Pesbukers” terhadap persepsi Pemirsa

H_1 = Ada Pengaruh positif *content* program “Pesbukers” terhadap persepsi Pemirsa

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.