

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1. Komunikasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online mendefinisikan komunikasi sebagai pertukaran berita atau pesan antara dua orang atau lebih agar pesan yang dimaksud dapat dipahami, serta pengembangan hubungan dan kontak. Kata Latin untuk komunikasi adalah cum, preposisi yang menunjukkan dengan atau bersama-sama dengan, dan unus, angka yang menunjukkan satu. Kata bendacommunio, yang dalam bahasa Inggris diterjemahkan sebagai communion dan berarti kebersamaan, persatuan, aliansi, kombinasi, afiliasi, dan kemitraan, tercipta dari dua kata ini. Komunikasi yang berhasil melibatkan tiga komponen utama: pengirim, penerima, dan keberhasilan pengirim makna. Komunikasi adalah transfer makna atau pengertian dari pengirim kepada penerima. (Suprpto, 2018:3)

Komunikasi merupakan sarana untuk terjalinnya hubungan antar seseorang dengan orang lain, dengan adanya komunikasi maka terjadilah hubungan sosial, karena bahwa manusia itu adalah sebagai makhluk sosial, antara yang satu dengan yang lainnya saling membutuhkan, sehingga terjadinya interaksi yang timbal balik. Dalam hubungan seseorang dengan orang lain tentunya terjadinya proses komunikasi itu tentunya tidak terlepas dari tujuan yang menjadi topik atau pokok pembahasan, dan juga untuk tercapainya proses penyampaian informasi itu akan berhasil apabila ditunjang dengan alat atau media sebagai sarana penyaluran informasi atau berita.

Seni komunikasi meliputi penyampaian pesan, gagasan, sikap, atau konsep dari komunikator atau penyampaian berita, mengubah dan membentuk perilaku komunikasi atau penerima berita (pola, sikap, pandangan, dan pemahaman), serta mengelola dan memahami apa yang dimaksud secara bersama. Komunikasi yang efektif diperlukan agar komunikasi mudah dipahami oleh komunikan; Komunikasi

yang berhasil dapat terlaksana jika komunikator mengetahui apa itu komunikasi efektif, cara kerjanya, dan komponen apa saja yang membentuk komunikasi efektif.(Suprpto, 2018: 3)

Menurut beberapa ahli, termasuk J.A. Devito, komunikasi adalah tindakan oleh satu orang atau lebih yang melibatkan pengiriman dan penerimaan pesan yang terdistorsi oleh gangguan yang terjadi di lingkungan tertentu, memiliki pengaruh tertentu, dan memiliki potensi umpan balik.

Aspek terpenting dalam interaksi manusia dalam kehidupan sehari-hari adalah komunikasi, terutama jika menyangkut kontak keluarga yang merupakan kelompok terkecil. Diasumsikan melalui komunikasi umpan balik bahwa tujuan yang dimaksud akan tercapai. Kata Latin untuk komunikasi adalah *cum*, preposisi yang menunjukkan dengan atau bersama-sama dengan, dan *unus*, angka yang menunjukkan satu. Kata benda *cummunio*, yang dalam bahasa Inggris dieja *cummunion*, dibuat dari dua kata ini dan menunjukkan kebersamaan, persatuan, aliansi, kombinasi, asosiasi, dan kemitraan.(Pohan & Fitria, 2021:31)

2.1.2. Komunikasi Massa

Komunikasi massa atau dalam bahasa Inggris disebut *Mass Communication*, merupakan kependekan dari kata *Mass Media Communication* yang memiliki arti komunikasi dengan memakai media massa atau komunikasi *Mass Mediated*. *Massa* memiliki arti yaitu orang yang banyak, mereka yang tidak harus berada di lokasi yang sama, akan tetapi dapat tersebar atau berpencar di lain lokasi, dengan waktu yang sama mampu mendapatkan pesan komunikasi yang sama.(Ngalimun, 2017)

Komunikasi massa mempunyai arti sebagai komunikasi yang menggunakan media massa menjadi sarana penyebarannya. Media massa tersebut ialah koran, majalah, radio, televisi, dan sebagainya, dijelaskan juga bahwa komunikasi massa merupakan bentuk dari komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyiaran teknis dengan secara tidak langsung serta satu arah pada publik yang menyebar. (Ramadhan et al., 2015:3)

Gebner menjelaskan definisi komunikasi massa yang lebih rinci, yaitu “ *Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*”. Komunikasi massa merupakan produksi dan distribusi yang berdasarkan teknologi lembaga dari pesan serta yang lebih luas dimiliki oleh orang dalam masyarakat Indonesia. Sedangkan menurut Meletzke komunikasi massa merupakan sebagai setiap bentuk dalam komunikasi yang bertugas untuk menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media dengan penyebarannya yang secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar. (Khomsahrial, 2016: 2)

2.1.3. Penyiaran / Broadcasting

Penyiaran merupakan seluruh proses penyampaian siaran yang dimulai dari penyiapan materi produksi, produksi, penyiapan bahan siaran, lalu dipancarkan sampai kepada penerima siaran yaitu pendengar atau pemirsa. Penyiaran ialah sebuah proses ketika menyebarkan sebuah informasi atau pesan yang berasal dari seseorang maupun produser untuk khalayak atau masyarakat. (Kustiawan et al., 2022: 299)

Pasal 1 butir 2, Ketentuan Umum Undang-Undang No.32/2002 tentang Penyiaran, yaitu penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, dilaut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.

Program siaran adalah bagian atau subbagian dari keseluruhan materi siaran radio atau televisi. Untuk menyampaikan fakta bahwa adabanyak program yang disiarkan selama siaran. Sebaliknya, bisa dikatakan bahwa seluruh siaran stasiun penyiaran terdiri dari sejumlah program siaran. Masing-masing program siaran ini memiliki slot waktu dan waktu tayang tertentu, yang biasanya ditentukan oleh jenis acaranya, seperti berita, hiburan, atau informasi tentang sains dan teknologi. (Hidajanto & Andi, 2012: 43-44)

Sebagai media yang dapat dikelompokkan televisi dan radio mampu menguasai ruang tetapi tidak dapat menguasai waktu, sedangkan yang dapat menguasai waktu tetapi tidak dapat menguasai ruang yaitu media cetak. Dapat diartikan, siaran dari media televisi ataupun radio mampu diterima dimana saja dengan jangkauan pancarannya (menguasai ruang) akan tetapi siarannya tidak dapat dilihat kembali (tidak menguasai waktu). (Hidayat, 2015: 1)

Media penyiaran seperti televisi dan radio adalah bentuk media massa yang efektif untuk mencapai audien atau pendengar yang banyak. Peran media penyiaran dalam menyampaikan pesan kepada khalayak membuat media penyiaran dijadikan sebagai objek penelitian dalam ilmu komunikasi massa, berperan dalam menyebarkan informasi atau sebuah pesan yang dapat berpengaruh kepada masyarakat merupakan pengertian dari media penyiaran itu sendiri. (Hidayat, 2015: 2)

2.1.4. Media Penyiaran

Media adalah sarana komunikasi bagi masyarakat, yang berbeda diantara dua pihak sebagai perantara atau penghubung. McLuhan dan Quentin Fiore menjelaskan bahwa media setiap zamannya menjadi esensi masyarakat, yang menunjukkan bahwa masyarakat dan media akan selalu berkaitan serta media menjadi bagian penting di dalam kehidupan masyarakat. (Khatimah, 2018: 121)

Dalam Undang-Undang penyiaran, media penyiaran terbagi menjadi dua bagian yaitu media radio dan televisi. Kedua media penyiaran tersebut, pada saat melakukan kegiatan siaran harus berdasarkan dengan asas Pancasila dan UUD 1945 yang mampu memberikan manfaat, adil serta merata, keamanan, keberagaman, kesatuan, etika, kesabaran, dan juga tanggung jawab. Dengan peraturan tersebut, peran media penyiaran sangat penting dalam menjaga keutuhan negara kesatuan tanpa melupakan sisi bisnis dari media penyiaran. Dalam Undang-undang No.32 tahun 2002 media radio dan penyiaran televisi termasuk pada kategori penyiaran. (Prajoko, 2020:42)

Media penyiaran radio dan televisi berperan sangat penting saat menampilkan siarannya untuk mempengaruhi masyarakat dalam berfikir dan bertindak. Kedua media penyiaran tersebut sangat berperan dalam menyapa, memperlakukan, mempengaruhi serta membentuk konsensus khususnya pada masyarakat yang jauh dari pemerintahan serta pusat informasi.

Pada tahun 1925 media penyiaran di Indonesia di pelopori oleh Prof. Komnas dan Dr. De Groot di stasiun Relai, Malabar, Jawa Barat. Media penyiaran adalah bentuk media massa yang mempunyai ciri serta sifat berbeda dengan media massa lainnya, bagian dari media penyiaran yaitu televisi, radio, majalah, surat kabar, dan lainnya semua memiliki perbedaan sifat pada tiap media. Media penyiaran tersebut tidak hanya berbeda dari jenis dan bentuk, akan tetapi dari segi penyampaian informasinya juga berbeda

Media penyiaran berpusat pada proses penyampaian informasi melalui siaran. Media penyiaran termasuk sebagai media massa, media penyiaran membutuhkan alat mekanis dalam proses penyampaiannya yang diberikan kepada khalayak luas atau masyarakat untuk menyampaikan informasi seperti produk budaya atau pesan lainnya yang mampu mempengaruhi masyarakat dalam budaya itu sendiri. (Prayugo & Kamalia, 2022: 2)

2.1.5. Televisi

Televisi merupakan media komunikasi audio-visual (dengar-lihat) yang menyajikan berita dengan penekanan pada reproduksi realitas. Televisi lebih menarik daripada radio karena kekuatan utamanya dalam suara dan gambar. Televisi dapat memberikan sensasi yang seolah-olah dialami oleh diri sendiri dengan jangkauan yang luas dalam waktu yang bersamaan, memberikan kemampuan yang besar untuk menyampaikan pesan. (Wijaya & Herlina, 2014: 1)

Menurut Suryawati, televisi merupakan media komunikasi dengar- lihat (audio-visual) dengan penyajian berita yang difokuskan pada replikasi realitas. Televisi lebih menarik daripada radio karena kekuatan utamanya dalam suara dan gambar.

Berita televisi memiliki dampak yang kuat karena menggabungkan unsur auditori dan visual, yang berdampak lebih besar pada pemirsa. Dibandingkan dengan peran menginformasikan dan mendidik, hiburan memainkan peran yang lebih menonjol di media televisi. (Wijaya & Herlina., 2014: 3-4)

Hampir setiap orang di Indonesia memiliki akses ke televisi, yang merupakan bentuk media yang populer. Untuk mengaktifkan indera pendengaran dan penglihatan, televisi merupakan salah satu media yang dapat menangkap pesan-pesan berupa suara, gerak, penglihatan, dan warna. Efek positif dan buruk dari menonton televisi mungkin berdampak pada pemirsa. (Adrianto, 2018: 53 dalam Raihan, 2020)

Mampu menampilkan hal-hal menarik yang ditangkap oleh indera pendengaran dan penglihatan, serta mampu menampilkan secara detail suatu peristiwa atau kejadian, produk, dan pembicara, merupakan salah satu manfaat yang diberikan oleh televisi. Karena mempengaruhi dua indera sekaligus, efek persuasifnya lebih kuat dari media lain, dan penontonnya lebih banyak, menjadikannya media paling populer. Khususnya dalam proses komunikasi massa dan pengetahuan, hadirnya televisi dalam kehidupan manusia memang memberikan sebuah peradaban.

Evolusi televisi menunjukkan betapa praktisnya mempengaruhi sikap, perilaku, dan pola pikir penonton karena sifat audio-visualnya. Akibatnya, tidak mengherankan jika televisi dengan cepat naik ke puncak media massa. (Raihan et al., 2020: 53)

2.1.6. Program Tayangan

Penyajian program atau acara mempengaruhi minat khalayak untuk mendengarkan siaran yang dibuat oleh stasiun radio dan televisi. Sebuah acara televisi selalu berasumsi bahwa penonton akan menganggap acara tersebut menyenangkan atau dapat diterima. Sebagian besar dalam program televisi memiliki durasi 30 menit, satu jam, 90 menit, atau dua jam. Terdapat jeda iklan sepanjang 20% dalam tiap program, segmen merupakan bagian dari program yang mengikuti iklan. Program ini biasanya diatur saat jeda sebelum iklan agar pemirsa tertatik dan tidak berpindah saluran selama iklan. Mahyuni dalam (Mariana, 2015: 57)

Televisi menyiarkan berbagai macam program harian yang banyak dan beragam. Mengetahui apa yang dapat dimanfaatkan sebagai sebuah program dan memastikannya mematuhi preferensi audiens serta persyaratan hukum dan peraturan apa pun sangatlah penting. Program merupakan komponen penting dalam dunia pertelevisian karena memiliki pengaruh yang signifikan terhadap masyarakat. (Mariana, 2015: 55)

Untuk itu bagian program merupakan inti dari sebuah stasiun televisi dan bertugas merencanakan program secara matang karena segala sesuatu yang disiarkan oleh bidang program ditujukan untuk khalayak. Oleh karena itu, wajar saja jika dikatakan bahwa penyiaran atau televisi sedang direncanakan karena semua program yang disiarkan oleh stasiun televisi adalah peristiwa yang telah direncanakan jauh-jauh hari dan tidak jarang terjadi peristiwa insidental atau program tersebut tiba-tiba menjadi mendesak. (Adhypoetra & Meliala, 2018)

2.1.7. Jenis Program

Program siaran televisi biasanya dibagi menjadi dua kategori: program hiburan populer, juga dikenal sebagai program hiburan, dan program informasi, umumnya dikenal sebagai program berita. Program informasi adalah program yang produksinya menekankan etika jurnalistik dan terkait erat dengan kejujuran dan nilai faktualnya. Program yang menitikberatkan pada pemberian hiburan kepada penonton disebut program hiburan. Di mana jurnalisisme tidak diperlukan, atau jika ada, itu hanya berfungsi sebagai aspek pendukung. (Rusman & Yusiatie, 2017a: 168)

Terlepas dari kenyataan bahwa kedua program siaran ini memiliki kualitas yang berbeda, ada program lain yang termasuk dalam kategori program informasi dan program hiburan yang memiliki banyak kesamaan. Program seperti acara obrolan dan acara ragam, di mana idenya dapat memiliki nilai hiburan yang kreatif, misalnya, juga memiliki informasi untuk mendukungnya.

Program hiburan drama dan non-drama dipisahkan menjadi dua kategori. Pembagian ini terlihat pada metode yang digunakan untuk melakukan produksi dan

penyajian materi. Pembagian drama dan non drama juga sama di beberapa stasiun televisi.

Program nondrama adalah format program televisi yang dikembangkan dan dibentuk melalui proses pengolahan imajinasi kreatif dari realitas kehidupan sehari-hari tanpa harus menginterpretasi ulang atau menjadi dunia imajinatif, menurut Naratama dalam bukunya *Menjadi Sutradara Televisi*. Nondrama bukanlah kumpulan dongeng yang dibuat-buat dari masing-masing aktor. Karena itu, konsep acara non drama adalah kumpulan pertunjukan imajinatif yang menekankan unsur hiburan yang kaya akan gerak, gaya, dan musik. (Naratama, 2004:65-66)

Natama melanjutkan dengan mendefinisikan program drama sebagai format televisi yang dikembangkan dan diproduksi dengan menggunakan imajinasi kreatif berdasarkan alur cerita drama atau fiksi yang dirancang dan direkayasa ulang. Formatnya merupakan interpretasi dari kisah hidup yang disajikan sebagai rangkaian adegan yang saling berhubungan. Adegan tersebut akan menggabungkan peristiwa dunia nyata dan peristiwa buatan dari imajinasi seniman. Berikut format Nondrama yaitu:

A. Musik

Struktur program musik secara sederhana adalah program yang menampilkan musik sebagai sajian utama, meskipun ada materi sajian lain yang relevan dengan konten yang disajikan tetapi tidak dengan sendirinya memasukkan aspek musikal sebagai pelengkap dari acara tersebut. Kesempurnaan program Ada dua jenis format program musik: musik live dan program klip video.

A. Video klip: Program yang memutar klip audio dan video dari lagu yang direkam dengan penyanyi aslinya. Di MTV, program klip video sangat populer. Cuplikan video berfungsi sebagai sajian utama dari materi siaran. Ketika klip video digunakan sebagai bagian dari konsep acara tertentu, presenter disebut sebagai "Video Joke" (VJ).

B. Live musik: Musik live adalah jenis program yang konten totalnya

menampilkan musik live atau hasil rekaman di dalam atau di luar studio. Musiklive juga disebut sebagai "konser musik" (outdoor).

B. Permainan

Program game adalah program yang menyiarkan kontes atau game di mana pemain dapat memenangkan hadiah. Tiga bagian menyusun program ini, yaitu:

1. Kuis: Struktur program permainan yang memungkinkan menebak dengan mengajukan pertanyaan untuk mengukur tingkat keakraban penonton dengan masalah tertentu. Permainan kuis menekankan kecakapan intelektual, permainan ini melibatkan peserta atau anggota masyarakat dari kalangan biasa namun terkadang jugamelibatkan orang terkenal seperti selebritis.
2. Permainan: Bentuk program yang menampilkan kompetisi atau permainan yang dapat diikuti oleh orang atau kelompok. Berbagai kompetisi diadakan di bidang kelincahan, keseimbangan, kecepatan, daya tahan, dan kekuatan.
3. Kuis games: Game yang menggabungkan kuis dan game dikenal sebagai game kuis. kursus yang mencakup aktivitas yang menguji ketangkasan, keseimbangan, kecepatan, daya tahan, ketepatan, dan kekuatan peserta serta kuis.

C. Reality Show

Program-program tersebut didasarkan pada fakta sebagaimana adanya, tanpa menggunakan pengaturan manipulatif apa pun untuk membuat gambar atau adegan yang dimaksud. Program reality show sebenarnya adalah program yang dapat diadaptasi dalam proses kreatif sebagai tontonan yang menarik dengan menambahkan elemen visual dan audio, serta menyusun skenario untuk menghasilkan lingkungan yang dramatis dan artistik. Program reality TV tersedia dalam format berikut:

1. Hidden camera: Program reality TV yang menggunakan teknik produksi kamera tersembunyi dikenal sebagai kamera tersembunyi, kadang-kadang dikenal sebagai kamera candid atau snap shot. Target tidak menyadari bahwa kamera sedang

merekam perilakunya dan dia sedang direkam.

2. Competition show: Sering disebut sebagai pertunjukan permainan realitas, program realitas jenis ini menampilkan kontes di mana tim atau individu bersaing untuk mendapatkan hadiah uang tunai.
3. Relation show: Acara realitas di mana kontestan bersaing satu sama lain atau dengan satu sama lain, atau keduanya.
4. Fly on the wall: adalah kenyataan di mana subjek dapat melihat kegiatan sehari-harinya terekam kamera dan menyadarinya. Realitas yang disebut Fly on the Wall dibuat sedemikian rupa "di atas kertas", atau memiliki skenario yang digunakan dalam proses produksi. Target diarahkan ke arah yang dibutuhkan plot.

D. Pertunjukan

Program pertunjukan adalah program yang memamerkan pengetahuan atau menawarkan sesuatu yang bernilai kepada penonton. Program ini dapat ditampilkan dengan menampilkan (mendemonstrasikan) pengetahuan mereka atau dengan menyajikannya sebagai narasi visual yang metodis, artistik, dan menawan. Berikut adalah jenis program yang termasuk dalam kategori acara:

1. Pantomim: adalah jenis pertunjukan yang hanya berfokus pada ekspresi wajah dan bahasa tubuh.
2. Sulap: Pertunjukan yang menampilkan permainan koordinasi tangan-mata dan manipulasi visual dengan atau tanpa menggunakan alat khusus.
3. Tari: Program yang menampilkan gerakan tubuh berulang, menyenangkan secara estetis, dan bermakna diiringi musik atau suara lainnya.
4. Fashion show: Presentasi barang-barang dari bisnis fashion atau oleh perancang busana. Fashion show kadang-kadang hanya dimasukkan dalam format program lain, seperti bagian dari program variety show, karena program jenis ini masih belum terlalu umum di stasiun televisi nasional.
5. Memancing: Karena menggambarkan teknik dan proses memancing,

memancing dikategorikan sebagai acara pertunjukan. Salah satu aspek menarik dari program memancing adalah sensasinya.

6. Boneka dan wayang: Program yang menampilkan permainan atau narasi yang melibatkan wayang.
7. Demo memasak: Program yang disebut "kuliner" atau "demo memasak" mendemonstrasikan cara menyiapkan dan/atau menikmati berbagai makanan.

E. Variety Show

Format pertunjukannya mencakup sejumlah gaya yang berbeda, termasuk musik komik, komedi, tari, peragaan busana, wawancara, dan vox vops (Latief dan Utud, 2015: 22-23). Variety show secara sederhana dapat didefinisikan sebagai program televisi yang menampilkan berbagai pertunjukan, seperti musik, tarian, komedi, acara diskusi, sulap, dan banyak lagi. Bagaimanapun, dia bebas berbicara tentang subjek apa pun, tetapi pertunjukan musik selalu menjadi pusat perhatian.

F. Talkshow

Acara talkshow adalah percakapan atau program bincang-bincang di mana banyak ahli berpartisipasi untuk membahas satu topik. Ada duasegmen program talk show, yaitu:

1. Light Entertainment: Acara obrolan yang menekankan aspek hiburan menampilkan selebritas dengan segala kekurangan, kontroversi, dan kelebihannya.
2. Serious discussion: talk show percakapan serius dengan konten yang berfokus pada subjek tertentu, seperti politik, ekonomi, hukum, masalah sosial, atau target berita. Karena sudut pandang ahli atau pengguna juga berita, diskusi serius ala talk show tentang isu-isu aktual dan faktual dikategorikan sebagai program soft news. (Rusman & Yusiatie, 2017a: 178)

2.1.8. Karakteristik Ibu Rumah Tangga

Wijanarko (2018) menjelaskan bahwa konsep "karakter" mengacu pada kecerdasan spiritual atau religius yang terdiri dari tiga komponen dasar: karakter

(termasuk nilai-nilai kehidupan), kepribadian, dan integritas. Karakter adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan perilaku yang menekankan pentingnya baik dan buruk, baik eksplisit maupun diam-diam. Menurut uraian di atas, karakter adalah representasi dari watak, hati, perilaku baik berdasarkan pengetahuan tentang kebaikan, dan cinta kasih yang ditampilkan baik secara eksplisit maupun implisit. (Marlina Telaumbanua & Nugraheni, 2018: 422)

Ibu rumah tangga adalah wanita yang sudah menikah yang tidak bekerja, menghabiskan sebagian waktunya untuk mengurus rumah, dan mau tidak mau dihadapkan pada lingkungan dan pekerjaan sehari-hari yang sama. Ibu rumah tangga adalah wanita yang sudah menikah yang bertugas menyediakan kebutuhan rumah tangga. (Fadilah et al., 2018)

Ibu rumah tangga didefinisikan sebagai perempuan yang berusia minimal 15 tahun, bertanggung jawab dan mengurus rumah menurut Badan Pusat Statistik Kota Serang. Sehubungan dengan hal tersebut, peneliti membatasi kategori ibu rumah tangga dalam penelitian ini untuk wanita yang berstatus menikah baik bekerja maupun tidak bekerja. (Rusmawati et al., 2021: 41)

2.1.9. Teori Kekuatan Program

Sebagaimana diketahui secara umum, format tayangan televisi terbagi menjadi dua kategori, yaitu format program hiburan dan format program informasi (berita). Setiap program yang disiarkan di televisi memiliki dua bentuk: format-dominan dan star-dominant, klaim Edwin T. Vane dan Lynne S. Gross dalam buku mereka *Programming for TV, Radio, and Cable*. Plot, bersama dengan inovasi teknologi dan karakterisasi pemain, adalah fitur penentu format. Bintang, menurut Vane Gross, adalah komponen esensial; sebuah format dibuat untuk menonjolkan bakat dari pemain utama. sebuah pertunjukan yang menonjolkan bintang utamanya. (Rusman & Yusiatief, 2017: 56)

Baik dominasi format maupun dominasi bintang cukup terlihat di pertelevisian Indonesia. Bintang terkenal dijual sebagai dominan di sinetron untuk menarik penonton. Program dengan reality show mempromosikan dominasi format.

Kekuatan program disebut sebagai "dominasi" oleh Edwin T. Vane & Lynne S. Gross dalam bukunya. Kata "kekuatan" menekankan pada manfaat program, itulah sebabnya dipilih. Dominasi digambarkan sebagai penguasaan yang lebih kuat atas yang lemah dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia. Kekuatan, gaya, dan kekuatan membentuk kekuatan. Energi atau kekuatan yang dimiliki perangkat lunak adalah apa yang dimaksud ketika dikatakan memiliki "kekuatan". Terdapat tiga kekuatan yang berasal dari teori ini, yaitu:

A. Kekuatan format

Kekuatan format adalah program yang menekankan manfaat kemasan, rancangan, atau konsep yang terkait dengan cara penyajiannya. Menurut Naratama dalam bukunya Menjadi Sutradara Televisi, format program acara televisi merupakan perencanaan dasar dari gagasan yang akan menjadi landasan kreativitas dan desain produksi, yang akan dirinci menjadi berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan program dan khalayak sasaran. Format tersebut menjadi landasan terciptanya tayangan televisi siaran.

Jika kru produksi diberi tanggung jawab untuk membuat struktur program non-dramatis dalam tiga hari atau satu minggu. Rapat perencanaan adalah tindakan awal yang diambil, dan digunakan untuk menemukan atau membuat ide ke dalam kerangka program. Topik merancang dan menyiapkan sesuatu yang dapat menarik perhatian audiens dibahas dalam rapat perencanaan, bersama dengan menemukan pengisi acara (host), aktor/aktris, peserta, menyusun alur acara, membuat gimmick, rundown operasional, memilih lokasi syuting, merancang desain panggung, dan topik lainnya.

Selain orisinalitas, kekuatan format harus didukung oleh referensi data dan informasi, seperti video dari acara-acara yang pernah ditayangkan di stasiun televisi lokal dan internasional, majalah, surat kabar, internet, atau media lain yang dapat memasok data dan informasi. Bisa saja stasiun televisi lain sudah menerapkan usulan format yang dipertimbangkan. Namun itu bukan penghalang karena Anda dapat

menemukan bentuk baru menggunakan bentuk yang ada saat ini jika Anda kreatif. Meski kontennya bervariasi, beberapa stasiun televisi mengemas acaranya dengan format mirip dengan stasiun lain.

B. Kekuatan Bintang

Program yang disebut "kekuatan bintang" menekankan kekuatan bintang atau ketenaran pemain dibandingkan dengan pentingnya format program. Tempat menarik program dapat berupa seberapa terkenal seorang artis. Misalnya, seorang aktor terkenal dari industri film disewa untuk menjadi pembawa acara obrolan.

Meskipun Anda kurang pengalaman menerima tamu, nilai Anda yang lebih besar sebagai orang terkenal akan menjadi daya tarik yang unik. Kehadiran musisi-musisi ternama yang mungkin akan menjadi idola mereka membuat penonton lebih menikmati pertunjukannya ketimbang kelebihan formatnya. Kehadiran idolanya membuat penonton merasa nyaman dan senang menyaksikan presentasi tersebut.

C. Kekuatan Informasi

Di bidang informasi dan teknologi, stasiun televisi berupaya memberikan informasi yang cepat, terkini, akurat, dan terpercaya kepada masyarakat. Acara dapat diketahui secara bersamaan di Eropa, Timur Tengah, dan Amerika. Kemampuan televisi untuk mengirimkan informasi seolah-olah tidak ada lagi batasan di dunia ini.

Kekuatan informasi juga mengungkapkan fakta-fakta tersembunyi atau mengungkapkannya. membangun realitas di mana seseorang dapat berperilaku dengan mengatur dan menghubungkan berbagai elemen. Program investigasi TransTV adalah salah satu acara dengan kekuatan informasi.

Menurut McQuail, berita lebih dari sekadar fakta; itu adalah jenis pengetahuan unik yang merupakan kombinasi dari data, informasi, mitos, dongeng, dan moralitas. Tidak semua informasi di planet ini dapat dimasukkan ke dalam media televisi karena hanya memiliki sedikit ruang untuk transmisi informasi. Taruh di layar

sebagai suara atau gambar. Jadi, meski dengan batasan seperti itu, kemampuan media televisi untuk menyampaikan informasi masih kuat karena beberapa informasi dibuat meskipun hanya dalam penyajian running text. (Rusman & Yusiati, 2017b:58-63)

2.1.10. Teori Minat Menonton

A. Pengertian Minat Menonton

Digambarkan sebagai perhatian yang mendalam, keingintahuan, dan kecenderungan untuk mendapatkan apa yang diinginkan dengan pembayaran atau pengorbanan lainnya dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Menurut Schraw dan Lehman, minat mengacu pada keterlibatan diri yang disukai atau dicari dalam suatu kegiatan. (Schunk, Pintrich, dan Meece, 2012: 316&319)

Minat dibagi menjadi dua kategori oleh para ahli: minat situasional dan minat pribadi. Minat pribadi biasanya dianggap diarahkan pada kegiatan atau topik tertentu, berlawanan dengan rasa ingin tahu, yang dianggap sebagai karakteristik individu yang arahnya lebih tersebar (misalnya seseorang umumnya ingin tahu tentang banyak hal). Minat situasional, di sisi lain, berkaitan dengan elemen unik dari sebuah teks atau lingkungan. Menonton melibatkan melihat, melihat, dan menatap dengan sengaja dan penuh perhatian. Bagi penonton, menonton saja bisa menyenangkan.

Terdapat korelasi yang kuat antara minat beli pelanggan dan minat menonton. Niat membeli dapat dilihat sebagai perilaku konsumen dan manifestasi dari reaksi mereka terhadap rangsangan. Pada umumnya minat beli seseorang selalu dibarengi dengan sikap senang dan obsesi, baik terhadap barang maupun jasa. Orang ini akan berusaha mendapatkan sesuatu dengan segala cara yang diperlukan, termasuk membelanjakan uang atau berkorban. Kotler dan Keller dalam (Nasution, 2022:353)

B. Indikator Minat Menonton

Indikator minat yang digunakan pada penelitian ini yaitu Pengaruh Program

Acara “Family 100” Terhadap Minat Menonton:

- 1) Aspek kognitif (berpikir) berdasarkan pengetahuan untuk menginspirasi diri sendiri terhadap lingkungan atau sesuatu yang lain. Menjadi jelas sehingga sebelumnya penonton tidak sadar atau bingung. Pengetahuan ini dan persepsi yang mengikuti biasanya berbentuk keyakinan, khususnya keyakinan konsumen bahwa objek sikap memiliki sifat dan perilaku tertentu yang akan menghasilkan hasil tertentu.
- 2) Aspek afektif (sikap), yaitu berkaitan dengan emosi atau perasaan tertentu terhadap khalayak. Misalnya dari menonton televisi atau mendengarkan radio, semua itu bisa membangkitkan emosi atau perasaan tertentu pada penontonnya. Penelitian menunjukkan keadaan emosional ini dapat meningkatkan dan memperkuat pengalaman positif dan negatif.
- 3) Aspek Konatif, atau unsur-unsur yang berkaitan dengan kecenderungan khalayak untuk bertindak dan berperilaku tertentu terhadap sesuatu yang menguntungkan dirinya sendiri atau orang lain. Menurut Chaplin, komponen konatif didefinisikan oleh perilaku dengan tujuan dan dorongan untuk bertindak. (Sugiyono, 2017)

2.2. Peneliti Terdahulu

Tujuan dan tugas penelitian terdahulu adalah sebagai bahan acuan, gambaran dan pembandingan bagi bahan penelitian. Jika variabel penelitian sebelumnya tidak signifikan, dapat dilakukan penelitian ulang.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Vemi Jumiatika, Hamzah Palalloi
1	Judul Penelitian	Pengaruh tayangan Talkshow “Sarah Sechan” di NET TV Terhadap Minat Menonton (Studi Pada Mahasiswa Psikologi UNJ Angkatan 2013)

	Nama Jurnal	Promedia (Public Relation dan Media Komunikasi) (1), (2) 2015
	Metodologi Penelitian	Kuantitatif
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa program Talkshow “Sarah Sechan” mempengaruhi minat menonton sebesar 89%
	Perbedaan	Penelitian ini memiliki perbedaan dari segi objek penelitian dengan variabel X yang juga berbeda dengan penelitian penulis
2	Nama Peneliti	Marselinus Chandra jaya Putra, MuhammadGafar Yoedtadi
	Judul Penelitian	PengaruhPembawa Acara terhadap Minat Menonton dalam Komunitas(Survei Talkshow Tonight Show Mania)
	Nama Jurnal	Koneksi Jurnal Universitas Tarumanegara (5), (2) 2021
	Metodologi Penelitian	Kuantitatif
	Hasil Penelitian	Minat menonton pada program acara Tonight Show memiliki pengaruh yang cukup dengan hasil nilai 47%
	Perbedaan	Pada penelitian ini terdapat pengaruh yang cukup atau sedang, sedangkan pada penelitian penulis memiliki pengaruh yang sangat tinggi atau kuat sekali
3	Nama Peneliti	Ambar Lestari, Ahmad Toni
	Judul Penelitian	Pengaruh Program Islam Itu Indah Trans TV Terhadap Minat Menonton

	Nama Jurnal	Pantarei Universitas Budi Luhur (3), (2) 2019
	Metodologi Penelitian	Kuantitatif
	Hasil Penelitian	Dari penelitian ini didapatkan hasil model <i>summary</i> yang menunjukkan nilai R square atau koefisien determinasi sebesar 0,41 bila di presentasikan menjadi 41%
	Perbedaan	Penelitian ini memiliki variabel X serta hasil penelitian yang berbeda dengan penulis
4	Nama Peneliti	Ursila Fazrin Damanik
	Judul Penelitian	Pengaruh Tayangan Sinetron Ikatan Cinta Terhadap Minat Menonton (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Pangkalan Mansyur, Kecamatan Medan johor)
	Nama Jurnal	Jimsipol (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi) (1), (3)2021
	Metodologi Penelitian	Kuantitatif
	Hasil Penelitian	Terdapat pengaruh sebesar 28% yang dipengaruhi oleh sinetron ikatan cinta, sementara sisanya 72% dipengaruhi oleh sinetron lain diluar penelitian ini
	Perbedaan	Penelitian ini memiliki pengaruh hanya 28% sedangkan pada penelitian penulis terdapat pengaruh sebesar 79,9%
5	Nama Peneliti	Mochammad Sinung Restendy, Mishbahu Rahmah, Reza Muh Edy

		Putra Perdana, Ziadatul Fauziah Aryati
	Judul Penelitian	Gaya Penyampaian Presenter Program Acara “Tonight Show” Dalam Menarik Minat Penonton
	Nama Jurnal	Journal of Communication Studies (1), (2) 2020
	Metodologi Penelitian	Kuantitatif
	Hasil Penelitian	Acara Tonight Show dikemas dengan bincang antar presenter dan bintang tamu, program ini menarik karena penyajiannya yang diselingi berbagai game
	Perbedaan	Program TV yang diambil dalam penelitian ini berbedadengan program yang diambil oleh penulis dan objek penelitian yang berbeda

2.3. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah tanggapan sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dengan rumusan penelitian dinyatakan sebagai proposisi. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori yang relevan, belum pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2013: 64). Berdasarkan masalah tersebut, jawaban sementara untuk masalah yang diselidiki dirumuskan:

Ha : Ada pengaruh Program Acara “Family 100” MNCTV Terhadap Minat Menonton.

Ho : Tidak ada pengaruh Program Acara “Family 100” MNCTV Terhadap Minat Menonton.

2.4. Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka konsep yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti.

Kerangka konsep menurut (Sugiyono, 2017) adalah suatu hubungan yang akan menghubungkan secara teoritis antara variabel-variabel penelitian yaitu, antara variabel independen dengan variabel dependen yang akan di amati atau di ukur melalui penelitian yang akan di laksanakan.

Tabel 2.2
Kerangka Konsep

Variabel (X)	Variabel (Y)
Program Acara	Minat Menonton
1. Kekuatan Format	1. Kognitif
2. Kekuatan Bintang	2. Afektif
3. Kekuatan Informasi	3. Konatif
Edwin T. Vane dan Lynne S.Gross (Dalam Rusman Latief dan Yusiatief Utud,2015:56)	(Sugiyono, 2017:91)

Berdasarkan teori-teori yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka dapat ditentukan kerangka konsep dalam penelitian ini. Kerangkakonsep pada penelitian ini terdiri dari dua variable,yaitu variable *independent* (X) dan variable *dependen* (Y). Variabel X nya adalah Program Acara “Family 100”, sedangkan variabel Y nya adalah Minat Menonton Ibu-ibu Kelurahan Bojongsari Rw 04, Kota Depok.