

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, HIPOTESIS, DAN KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan (informasi, gagasan) kepada orang banyak (khalayak, audience, penonton, pemirsa, pembaca, publik) melalui media. Definisi komunikasi yang paling sederhana dan populer dikemukakan oleh John R. Bittner (dalam Ardianto 2007:3), “komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang”. Definisi komunikasi massa lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Geogre Gerbner (dalam Ardianto 2007:3). Menurutnya, komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang berkesinambungan serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.

Meskipun berbeda-beda, pada hakikatnya komunikasi massa memiliki kesamaan, kendati terdapat perbedaan antara Ahli psikologi sosial dengan ahli komunikasi dalam komunikasi massa. Ahli psikologi sosial mengatakan, komunikasi massa tidak selalu dengan menggunakan media massa. Berpidato di lapangan yang disaksikan banyak orang, asal dapat menunjukkan perilaku massa (massa behavior), sudah dapat dikatakan komunikasi massa. Ahli komunikasi berpendapat bahwa komunikasi massa (mass communication) merupakan komunikasi melalui media massa. Jelasnya komunikasi massa bagi ahli komunikasi merupakan singkatan dari komunikasi media massa (mass media communication). Lebih jelasnya, tentu komunikasi yang menggunakan media massa, seperti surat kabar, tabloid, dan majalah atau radio, televisi, atau e-news.

Pool mendefinisikan komunikasi massa sebagai, komunikasi yang berlangsung dalam situasi interposed ketika antara sumber dan penerima tidak terjadi kontak secara langsung, pesan-pesan komunikasi

mengalir kepada penerima melalui saluran-saluran media massa seperti surat kabar, majalah, radio, film atau televisi. (Wiryanto, 2006)

Definisi komunikasi massa menurut bittner yang paling sederhana dikemukakan oleh Bitner (dalam Ardianto 2007: 3), yakni: Komunikasi massa adalah pesan yang di komunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*massa communication is messages communicated through a mass medium to large number off people*).

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi mass itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang di hadiri oleh ribuan bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi keduanya di kenal sebagai media elektronik; surat kabar dan majalah – keduanya di sebut dengan media cetak; serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah bioskop.

2.1.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Menurut Ardianto dkk (2007: 6) berikut ini delapan karakteristik komunikasi massa:

1. Komunikator kelembagaan

Dengan mengingat kembali pendapat Wright, bahwa komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks. Maka, proses komunikasi massa harus melalui tahapan demi tahapan. Misalnya dalam produksi surat kabar, suatu berita atau artikel tidak akan dimuat sebelum melalui pemeriksaan penanggung jawab rubrik, korektor, layouter, hingga tahap cetak.

2. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa bersifat terbuka, artinya komunikasi massa ditunjukkan untuk semua orang, atau dengan kata lain tidak ditunjukkan untuk sekelompok orang tertentu. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Namun tidak semua

fakta dan peristiwa dapat dimuat dalam media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apapun harus memenuhi kriteria penting, menarik, atau penting sekaligus menarik bagi sebagian besar komunikan.

3. Komunikasi Anonim dan Heterogen

Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonim, komunikan dalam komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari beberapa lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, budaya, agama dan tingkat ekonomi.

4. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dibanding komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan, komunikasi yang banyak tersebut secara serempak dalam waktu yang sama memperoleh pesan yang sama pula.

5. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Salah satu prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi merujuk pada muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan. Sedangkan dimensi hubungan merujuk pada bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi. Dalam komunikasi antar pesona yang diutamakan adalah unsur hubungan. Semakin saling mengenal antar pelaku komunikasi, maka komunikasi kan semakin efektif. Sedangkan dalam komunikasi massa berbeda, komunikator tidak harus saling mengenal dengan komunikannya, begitu pun sebaliknya.

7. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Selain memiliki ciri yang merupakan keunggulan, ada juga ciri yang merupakan kelemahan dari komunikasi massa. Karena komunikasi massa dilakukan melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantar keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana dalam komunikasi antarpesona. Dengan katalain, komunikasi massa bersifat satu arah.

8. Stimulasi Alat Indra Terbatas

Salah satu ciri yang merupakan kelemahan komunikasi massa adalah stimulasi alat indra yang terbatas. Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa yang digunakan. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio siaran, khalayak hanya mendengar. Sedangkan pada media televisi dan film kita meggunakan indra penglihatan dan pendengaran.

9. Umpan Balik Tertunda (Delayed) Atau Tidak Langsung (Indirect)

Umpan balik atau feedback sebagai respon mempunyai volume yang tidak tebatas pada komunikasi antarpesona. Seorang komunikator bukan saja memperhatikan ucapan komunikannya, tetapi juga mata, gerak bibir, posisi tubuh, intonasi suara dan gerakan lainnya yang dapat komunikator artikan. Semua simbol tersebut merupakan umpan balik yang bersifat langsung (direct feedback) atau umpan yang bersifat segera (immediate feedback). Sedangkan dalam komunikasi massa, umpan balik bersifat tidak langsung (indirect) dan tertunda (delayed). Artinya, komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. Tanggapan khalayak bisa diterima memlalui telpon, email, media sosial, maupun surat pembaca. Proses penyampaian umpan balik komunikasi massa bersifat tidak langsung. Sedangkan waktu yang

dibutuhkan untuk menggunakan sarana tadi menunjukkan bahwa umpan balik komunikasi massa bersifat tertunda.

2.1.3 Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Effendy 1993 (dalam Ardianto, 2007) fungsi komunikasi tidak terlepas dari :

1. Fungsi Informasi

Fungsi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Khalayak sebagai makhluk sosial akan selalu merasa haus akan informasi yang terjadi.

2. Fungsi Pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (*mass education*). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca. Media massa melakukannya melalui drama, cerita, diskusi dan artikel.

3. Fungsi Mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/*editorial*, *features*, iklan dan artikel. Khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan televisi ataupun surat kabar.

4. Fungsi Menghibur

Fungsi dari media massa sebagai fungsi menghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca beritaberita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

2.1.4 Media Massa

Menurut Cangara (2010:123,126) media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang

digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi. Menurut Cangara (2010:123,126) media massa adalah sarana komunikasi massa dimana proses penyampaian pesan, gagasan, atau informasi kepada orang banyak (publik) secara serentak. Menurut Nurudin (2017:30) Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara cepat kepada audience yang luas dan menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas (Nurudin, 2017:30). Jadi, dapat disimpulkan bahwa media massa adalah sarana komunikasi yang dapat menyampaikan pesan kepada khalayak luas secara serentak dengan jangka waktu yang tidak terbatas.

Media massa begitu memenuhi keseharian hidup masyarakat yang tanpa disadari kehadiran dan juga pengaruhnya. Media massa memberi informasi, menghibur, menyenangkan, bahkan kadang mengganggu khalayak. Media mampu menggerakkan emosi atau mempengaruhi perasaan, menantang, dan mendefinisikan masyarakat serta membentuk realitas khalayak.

Shirley Biagi (2010:10) menyebutkan tiga konsep penting tentang media massa yaitu:

1. Media massa adalah suatu bentuk usaha yang berpusat pada keuntungan.
2. Perkembangan dan perubahan dalam pengiriman dan pengonsumsi media massa, dipengaruhi oleh perkembangan teknologi.
3. Media massa senantiasa mencerminkan sekaligus mempengaruhi kehidupan masyarakat, dunia politik, dan budaya.

Dari seluruh penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa media massa merupakan saluran komunikasi massa guna menyampaikan informasi atau pesan kepada khalayak banyak secara luas. Media massa mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat, sosial, budaya, ekonomi, politik, dan sebagainya. Media massa mengumpulkan sejumlah uang untuk menyediakan informasi dan hiburan. Media massa juga merupakan bisnis yang berpusat pada keuntungan.

2.1.5 Fungsi Media Massa

Dennis McQuail (1987) (Nurudin, 2017:34) memberikan beberapa asumsi pokok tentang peran atau fungsi media di tengah kehidupan masyarakat saat ini, antara lain:

1. Media merupakan sebuah industri. Media terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan menciptakan lapangan kerja, barang, dan jasa. Di sisi lain, industri media tersebut diatur oleh masyarakat.
2. Media berperan sebagai sumber kekuatan yaitu alat kontrol manajemen dan inovasi dalam masyarakat. Komunikator menjadikan media sebagai pengganti kekuatan, tameng, atau sumber daya lainnya, dalam kehidupan nyata.
3. Media menjadi wadah informasi yang menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat, baik dari dalam negeri maupun internasional.
4. Media berperan sebagai wahana pengembangan budaya. Melalui media seseorang dapat mengembangkan pengetahuannya akan budaya lama, maupun memperoleh pemahaman tentang budaya baru. Misalnya gaya hidup dan tren masa kini yang semuanya didapat dari informasi di media.
5. Media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dikombinasikan dengan berita dan tayangan hiburan. Media telah menjadi sumber dominan bagi individu dan kelompok masyarakat.

2.1.6 Jenis Media Massa

Menurut Cangara (2010:74), Jenis-jenis media massa dibedakan menjadi tiga jenis yakni antara lain :

1. Media cetak

Media cetak adalah media massa pertama kali muncul di dunia pada tahun 1920 an. Di kala itu pada awalnya media massa digunakan pemerintah untuk mendoktrin masyarakat, sehingga membawa masyarakat pembaca kepada suatu tujuan tertentu. Seperti teori jarum suntik pada teori komunikasi massa. Namun sekarang sudah sangat kebebasan pers, seperti timbal balik dari audiens.

2. Media elektronik

Setelah media cetak muncullah media elektronik pertama yaitu radio. Sebagai media audio yang menyampaikan pesan lewat suara. Kecepatan dan ketepatan waktu dalam penyampain pesan radio tentu lebih cepat dengan menggunakan siaran langsung. Pada waktu penyebaran informasi Proklamasi Kemerdekaan media massa radio berperan utama dalam penyebaran berita. Setelah itu

muncul televisi yang lebih canggih bisa menayangkan gambar. Yaitu sebagai media massa audio visual.

3. Media internet

Baru populer di abad 21, google lahir pada tahun 1997. Media internet bisa melebihi kemampuan media cetak dan elektronik. Apa yang ada pada kedua media tersebut bisa masuk dalam jaringan internet melalui website. Banyak kelebihan media maassa internet dibanding media yang lain. Namun akses internet yang masih terbilang bebas bisa berbahaya bagi pengguna yang belum mengerti. Misalnya penipuan, pornografi dsb. Media internet tidak harus dikelola sebuah perusahaan layaknya media cetak dan elektronik, melainkan bisa juga dilakukan oleh individu.

2.1.7 Penyiaran

Penyiaran atau dalam bahasa Inggris dikenal sebagai broadcasting adalah keseluruhan proses penyampaian siaran yang dimulai dari penyiapan materi produksi, produksi, penyiapan bahan siaran, kemudian pemancaran sampai kepada penerimaan siaran tersebut oleh oleh pendengar/pemirsa di suatu tempat (Hidajanto, D 2011:43). Penyiaran merupakan salah satu bagian dari ilmu komunikasi. Penyiaran sendiri lebih memfokuskan ke bidang penyiaran. Dan orang yang melakukan penyiaran disebut penyiar. Jika kita mengambil kuliah penyiaran kita tidak hanya belajar tentang penyiaran saja, tapi juga belajar tentang ilmu kemasyarakatan, agar kita bisa mengerti bagaimana bisa terjung langsung di tengah-tengah masyarakat. Dalam mengkomunikasikan suatu karya dan informasi penyiaran memiliki pengaruh yang sangat besar untuk disebarkan kepada masyarakat luas. Konten yang dibuat harus memiliki daya tarik yang tinggi agar tidak membosankan untuk dilihat dan didengarkan, tapi tidak mengubah fakta yang ada.

Dibandingkan dengan media cetak, media penyiaran memiliki kemampuan yang lebih cepat dalam menyampaikan sesuatu dan bahkan bisa langsung menyiarkan atau menyampaikan sebuah peristiwa secara

langsung. Tapi di sisi lain menyampaikan pesan cara umum, cepat dan selintas untuk menjangkau khalayak luas dalam suatu rentang waktu dapat menimbulkan konflik dengan cepat juga karena tidak diproses panjang dulu. Jadi, penyiaran adalah suatu proses komunikasi atau penyebaran informasi melalui media yang dapat dilakukan dengan cepat.

Penyiaran merupakan suatu proses pengiriman sinyal untuk disebarkan ke berbagai lokasi secara bersamaan baik melalui satelit, radio, televisi, komunikasi, data pada jaringan dan lain sebagainya. Dan juga bisa di definisikan sebagai layanan server ke client yang menyebarkan data kepada beberapa client sekaligus dengan cara paralel dengan menggunakan akses yang cukup cepat dari sumber video atau audio. Penyiaran sering dijelaskan tentang cara membuat konten siaran mulai dari pra produksi, produksi, sampai dengan pasca produksi. Karakteristik yang dimiliki oleh penyiaran ialah memberikan atau membagikan informasi, mendidik sekaligus menghibur. Penyiaran pada jaman milenial saat ini menggunakan aplikasi seperti platform youtube, Instagram, dan lain-lain. Keuntungan yang didapatkan juga sangat besar serta modal yang dibutuhkan juga relatif kecil. Namun, sangat memerlukan kreatifitas dan ciri khas dari diri seseorang itu. Khususnya di Indonesia penyiaran diawasi oleh lembaga penyiaran yakni komisi penyiaran Indonesia.

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), memiliki tugas dan wewenang untuk menjang dan memeriksa suatu hak cipta di bidang pertelevisian dan perfilman atau penyiaran asing yang ke dalam penyiaran di negara Indonesia yang mana patut disiarkan di Indonesia ini melalui perangkat penyiaran dan tentu saja memiliki perizinan dari KPI, sebagaimana yang sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran (Annisa Justisia Tirtakoesoemah, Muhammad Rusli Arafat, 2019:18). Menurut J.B. Wahyudi (1996:4) penyiaran adalah proses komunikasi suatu titik ke audiens, yaitu suatu proses pengiriman informasi dari seseorang atau produser (profesi)

kepada masyarakat melalui proses pemancaran elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi. Penyiaran yang biasa ditemui di radio atau siaran TV memiliki berbagai macam jenis. Jenis lembaga penyiaran tentunya perlu diketahui agar Anda dapat membedakannya. Kementerian Kominfo memberikan penjelasan yang sesuai dengan Undang-Undang No.32 Tahun 2002 tentang penyiaran. Dikutip Pikiran-Rakyat.com melalui akun Instagram Kementerian Komunikasi dan Informatika, @kemenkominfo, simak 4 jenis lembaga penyiaran yang ada di TV dan radio.

Lembaga Penyiaran ini didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial dan bertujuan untuk memberikan layanan untuk masyarakat. LPP terdiri dari RRI, TVRI, dan LPP Lokal yang didirikan di Provinsi, Kabupaten atau Kota. Umumnya siaran ini bisa diterima secara tidak berlangganan (*free to air*) melalui sistem terestrial. Siaran LPP menjangkau seluruh wilayah negara Republik Indonesia secara berjaringan dengan setasiun- stasiun penyiaran.

1. Lembaga Penyiaran Publik

Lembaga Penyiaran ini didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial dan bertujuan untuk memberikan layanan untuk masyarakat. LPP terdiri dari RRI, TVRI, dan LPP Lokal yang didirikan di Provinsi, Kabupaten atau Kota. Umumnya siaran ini bisa diterima secara tidak berlangganan (*free to air*) melalui sistem terestrial. Siaran LPP menjangkau seluruh wilayah negara Republik Indonesia secara berjaringan dengan stasiun- stasiun penyiaran lokalnya.

2. Lembaga Penyiaran Swasta (LPS)

Lembaga penyiaran ini didirikan oleh badan hukum Indonesia untuk bersiaran radio atau televisi dengan tujuan komersial. Umumnya siarannya bisa diterima secara *free to air* melalui sistem terestrial. Siarannya dapat diselenggarakan secara berjaringan dengan LPS- LPS anggotanya di berbagai daerah.

3. Lembaga Penyiaran Berlangganan (LPB)

Lembaga penyiaran ini didirikan oleh badan hukum Indonesia untuk menyelenggarakan jasa penyiaran berlangganan dengan tujuan komersial. Siarannya menggunakan sistem satelit, kabel atau terestrial dengan menawarkan varioasi program siaran yang dapat dipilih oleh pelanggannya.

4. Lembaga Penyiaran Komunitas (LPK)

Lembaga penyiaran yang didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, tidak komersial dan bertujuan untuk memberikan layanan untuk komunitasnya. Umumnya siarannya bisa diterima secara free to air melalui sistem terestrial dengan jangkauan wilayah siaran yang terbatas.

Sebagai informasi yang ingin disampaikan menjadi sangat jelas dan tepat dan dapat diterima oleh masyarakat sebagai bahan utama, informasi tersebut harus dikemas dengan kemasan menarik dan unik. Pesan yang akan digunakan nantinya untuk disiarkan melalui media elektronik seperti radio, televisi, dan internet. Berikut ini adalah ruang lingkup Penyiaran menurut undang-undang No. 32 Tahun 2002:

1. Presenter
2. Wartawan
3. Kameramen
4. Orang yang berpartisipasi di dunia perfilman (sutradara, aktor, kameramen, editing, dan lain-lain)

2.1.8 Program Penyiaran

Berbagai jenis program siaran dapat dikelompokkan menjadi dua bagian besar berdasarkan jenisnya yaitu Program Informasi (berita) dan Program Hiburan (entertainment). Menurut Edwin (1994:208) Program informasi kemudian dibagi lagi menjadi dua jenis, yaitu berita keras (hard news) yang merupakan laporan berita terkini yang harus segera disiarkan dan berita lunak (soft news) yang merupakan kombinasi dari fakta, gosip dan opini. Sementara program hiburan terbagi atas tiga kelompok besar, yaitu musik, drama permainan (game show), dan pertunjukan.

1. Program Informasi

Manusia pada dasarnya memiliki sifat ingin tahun yang besar. Mereka ingin tahu apa yang terjadi ditengah masyarakat. Programmer dapat mengeksplorasi rasa ingin tahu orang ini untuk menarik sebanyak mungkin audien. Program informasi di televisi, sesuai dengan namanya, memberikan banyak informasi untuk memenuhi rasa ingin tahu penonton terhadap sesuatu hal. Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak audien. Daya tarik program ini adalah informasi, dan informasi itulah yang “dijual” kepada audien. Dengan demikian, program informasi tidak hanya melulu program berita dimana presenter atau penyiar membacakan berita tetapi segala bentuk penyajian informasi termasuk juga seperti talk show (perbincangan), misalnya wawancara dengan figur-figur masyarakat, artis, tokoh, orang terkenal atau siapa saja.

Program informasi dapat dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu berita keras (hard news) dan berita lunak (soft news)

2. Berita Keras

Berita keras atau hard news adalah segala informasi penting dan/atau menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui khalayak audien secepatnya. Peran televisi sebagai sumber utama hard news bagi masyarakat cenderung untuk terus meningkat. Media penyiaran adalah media yang paling cepat dalam menyiarkan berita kepada masyarakat. Dalam berita-berita mengenai konflik, televisi menjadi medium informasi yang paling dipercaya. Hal ini disebabkan televisi menyajikan gambar yang menjadi bukti yang tak terbantahkan. Pada umumnya stasiun televisi menginvestasikan dana dalam jumlah yang cukup besar untuk kegiatan pemberitaan dalam porsi waktu siaran yang cukup besar.

Berita keras disajikan dalam suatu program berita yang berdurasi mulai dari beberapa menit saja hingga program berita yang berdurasi tiga puluh (30) menit, bahkan satu jam. Suatu program berita terdiri atas sejumlah berita keras atau dengan kata lain suatu program beritamerupakan kumpulan dari berita keras. Dalam hal ini berita keras dapat dibagi kedalam beberapa bentuk berita yaitu: straight news, feature, dan infotainment.

1) Straight News

Straight news berarti langsung, maksudnya suatu berita yang singkat (tidak detail) dengannya menyajikan informasi terpenting saja mencakup 5W+1H (*who, what, where, when, why dan how*) terhadap suatu peristiwa yang diberitakan. Berita jenis ini sangat terikat waktu (*deadline*) karena informasinya sangat cepat basi jika terlambat disampaikan kepada audien.

2) Feature

Feature adalah berita ringan namun menarik. Pengertian menarik disini adalah informasi yang lucu, unik, aneh, menimbulkan kekaguman, dan sebagainya. Namun adakalanya suatu feature terkait dengan suatu peristiwa penting, atau dengan kata lain terikat dengan waktu, dan karena itu harus segera disiarkan dalam suatu program berita.

3) Infotainment

Infotainment disini bukanlah diartikan sebagai berita hiburan atau berita yang memberikan hiburan. Infotainment adalah berita yang menyajikan informasi mengenai kehidupan orang-orang yang dikenal masyarakat (*celeberity*) dan karena sebagian besar dari mereka bekerja pada industri hiburan, pemain film, penyanyi dan sebagainya, maka berita mengenai mereka disebut juga dengan infotainment. Infotainment adalah salah satu bentuk berita keras karena memuat informasi yang harus segera ditayangkan.

3. Berita Lunak

Berita lunak atau soft news adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Berita yang masuk kategori ini ditayangkan pada satu program tersendiri diluar program berita.

4. Program Hiburan

Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan, musik, dan pertunjukan. Dikalangan masyarakat, melihat maupun mendengarkan hiburan dimedia massa merupakan penghibur lara. Dimana ketika keadaan atau suasana sedang tidak baik, maka menyaksikan hiburan adalah solusi yang ampuh untuk menghilangkan rasa jenuh.

2.1.9 Televisi

Televisi atau yang sering disebut TV merupakan salah satu media massa yang sangat berpengaruh terhadap masyarakat. Televisi merupakan barang elektronik yang dapat menghasilkan gambar dan audio sehingga bisa dinikmati oleh masyarakat sebagai media informasi, Pendidikan, hiburan dan dapat mempengaruhi masyarakat. Salah satu kelebihan televisi adalah mampu menampilkan hal yang menarik sehingga penonton meminati tampilan yang ditangkap oleh indra penglihatan dan pendengaran, mampu menampilkan secara detail mengenai peristiwa yang terjadi dan banyak hal menarik lainnya (Andrianto, 2018:17).

Media televisi pada hakekatnya merupakan suatu sistem komunikasi yang menggunakan suatu rangkaian gambar elektronik yang dipancarkan secara cepat, berurutan, dan diiringi unsur audio. Walaupun demikian, pengertian ini harus dibedakan dengan media film yang merupakan rangkaian gambar yang diproyeksikan dengan kecepatan 24 bingkai per detik sehingga gambar tampak hidup. Setiap gambar dari rangkaian tersebut dengan mudah dapat dikenali dengan

mata telanjang. Televisi mempunyai kata istilah yaitu tele yang berarti “jarak” dalam bahasa Yunani dan kata visi yang berarti “citra atau gambar” dalam bahasa latin. Jadi, kata televisi berarti suatu sistem menggunakan peralatan yang mengubah cahaya dan suara ke dalam gelombang elektrik dan mengubah dari satu sistem ke sistem lainnya dengan kembali ke dalam cahaya yang dapat dilihat dan suara yang dapat didengar dengan menyampaikan isi pesan dalam bentuk audio visual gerak (Sutisno, 1993). Isi pesan audio visual gerak memiliki kekuatan yang sangat tinggi untuk mempengaruhi pola pikir dan tindak individu.

Saat ini, berkat dukungan teknologi satelit komunikasi dan serat optik, siaran televisi yang dibawa oleh gelombang elektromagnetik tidak mungkin lagi dihambat oleh ruang dan waktu. Bahkan khalayak (masyarakat) sasarnya tidak lagi bersifat lokal, nasional, dan regional, tetapi sudah bersifat internasional atau global. Menurut E.B.Surbakti (2008:12) menyatakan bahwa televisi adalah medium komunikasi massa yang paling akrab dengan masyarakat karena kemampuannya mengatasi faktor jarak, ruang, dan waktu. Selain itu mudahnya pemirsa menyerap pesan-pesan yang ditayangkannya tanpa mempersyaratkan seseorang harus bisa membaca menyebabkan potensi pengaruhnya sebagai sumber informasi, hiburan maupun pendidikan sangat besar dan tidak tertandingi oleh media lain.

2.1.10 Fungsi Televisi

Menurut Muthmainnah, dkk (2022:215) Televisi sebagai media massa memiliki fungsi sebagai berikut:

1. Fungsi Informasi

Yang berarti televisi berfungsi sebagai media penyebar informasi kepada penontonnya.

2. Fungsi Pendidikan

Yang berarti televisi berfungsi sebagai pendidik penontonnya terutama melalui konten dan tayangan yang disajikan.

3. Fungsi Mempengaruhi

Yang berarti televisi berfungsi untuk mempengaruhi pikiran dan pendapat penontonnya mengenai banyak hal yang biasa disebut opini atau editorial.

2.1.11 Faktor-Faktor dalam Kajian Televisi

Agar pesan dapat diterima oleh khalayak dengan baik pesan yang disampaikan melalui media televisi memerlukan pertimbangan-pertimbangan. Menurut Ardianto & Erdinaya (2004: 131-133) Faktor yang perlu diperhatikan dalam kajian televisi adalah:

1. Faktor Pemirsa

Bila ingin mendapat perhatian lebih komunikator harus memahami kategori anak-anak remaja, dewasa, maupun orang tua. Hal ini perlu Karena berkaitan dengan materi pesan dan jam penayangan.

2. Faktor Durasi

Durasi merupakan jumlah menit dalam setiap penayangan acara, durasi masing-masing acara disesuaikan dengan jenis acara dan tuntutan naskah yang paling penting dengan durasi tertentu, tujuan acara tersebut dapat tercapai.

3. Metode Penyajian

Telah diketahui bahwa fungsi utama televisi menurut khalayak pada umumnya adalah hiburan, selanjutnya adalah informasi, namun tidak berarti fungsi mendidik dan membujuk dapat diabaikan, Komunikator harus mengetahui cara mengemas acara agar fungsi mendidik dan membujuk tetap ada dan diminat pemirsa yakni pengemas pesan sedemikian rupa dan menggunakan metode penyajian tertentu dimana pesan non hiburan dapat mengandung unsur hiburan.

4. Frekuensi

Frekuensi menyatakan seberapa sering iklan ditayangkan di media massa. Hal ini juga berarti seberapa sering iklan muncul untuk menyampaikan pesan kepada penonton. Frekuensi iklan yang muncul di media massa mungkin saja tinggi, namun belum dapat menjelaskan bahwa terpaan iklan kepada penonton berada pada

kategori yang tinggi juga karena masih ada faktor-faktor yang lain.

5. Intensitas

Intensitas menyatakan seberapa sering pesan iklan yang ditayangkan di media massa, dilihat dan diperhatikan oleh penonton. Hal ini juga berarti seberapa sering dan seberapa besar perhatian penonton terhadap pesan-pesan yang disampaikan lewat iklan. Semakin tinggi intensitas penonton pada iklan, maka akan semakin tinggi juga terpaan iklan kepada penonton tersebut.

2.1.12 Program Acara Televisi

Program merupakan ujung tombak stasiun televisi karena pemirsa secara langsung melihat program-program yang disajikan dan memiliki arti penting dalam menginterpretasikan identitas sebuah stasiun televisi. Program atau acara yang disajikan memiliki faktor penting yang membuat pemirsanya tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran tersebut.

Menurut Sutisno (1993:9) Program televisi adalah bahan yang telah disusun dalam satu format sajian dengan unsur video yang ditunjang unsur audio yang secara teknis memenuhi standar estetik dan artistik yang berlaku. Menurutnya lagi, stasiun televisi dalam membuat program terdiri dari artis sebagai pendukung acara dan kerabat kerja. Ide merupakan sebuah inti pesan yang akan disampaikan kepada khalayak yang dituangkan menjadi naskah yang dibuat sesuai dengan format siaran kemudian diproduksi menjadi suatu paket program siaran. Paket program siaran tersebut yang kemudian ditayangkan melalui stasiun penyiaran televisi dan sebarluaskan melalui satelit komunikasi.

Setiap televisi memiliki sasaran dan tujuan yang ingin dicapainya. Ada beberapa parameter yang perlu diperhitungkan dalam penyusunan program siaran televisi, yaitu:

1. Landasan filosofis yang mendasari tujuan semua program
2. Strategi penyusunan program sebagai pola umum tujuan program
3. Sasaran program
4. Pola produk yang menyangkut garis besar isi program

5. Karakter institusi dan manajemen sumber program untuk mencapai usaha yang optimal

Menurut Morissan (2013:364) elemen keberhasilan mencakup: konsistensi, durasi, kesukaan dan timing. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia program acara adalah pertunjukan, siaran, pementasan dan sebagainya yang ditampilkan oleh stasiun tv untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan audiensnya (Imam Santoso,2010). Jadwal program yang ditayangkan stasiun televisi pada umumnya berdasarkan perkiraan kecenderungan penonton menonton program tersebut.

Menonton berarti aktivitas melihat sesuatu dengan tingkat perhatian tertentu (Danis, 2017:35). Menonton televisi, sebagaimana halnya aktivitas konsumsi yang lain, adalah sebuah proses aktif, baik antar partisipan maupun antara partisipan dan televisi, yang di dalamnya audiens tidak sekedar mengambil peran sebagai pihak yang secara aktif memilih aneka material media yang tersedia bagi mereka, melainkan juga aktif memakai, menafsir, serta mengawasi (decoding) material-material yang dikonsumsi (Morley,1995:54). Artinya, menonton televisi bukanlah sekedar aktivitas menyorotkan mata ke arah layar kaca, melainkan bersifat multidimensi.

Sebuah lembaga penyiaran televisi atau yang lebih terkenal disebut stasiun televisi tentunya mempunyai program-program acara siaran. Secara umum klasifikasi program acara tersebut dibagi menjadi tiga jenis diantaranya program acara fiksi, program acara non fiksi dan program acara berita. Dari ketiga jenis tersebut, memiliki bentuk beserta karakteristik yang berbeda-beda.

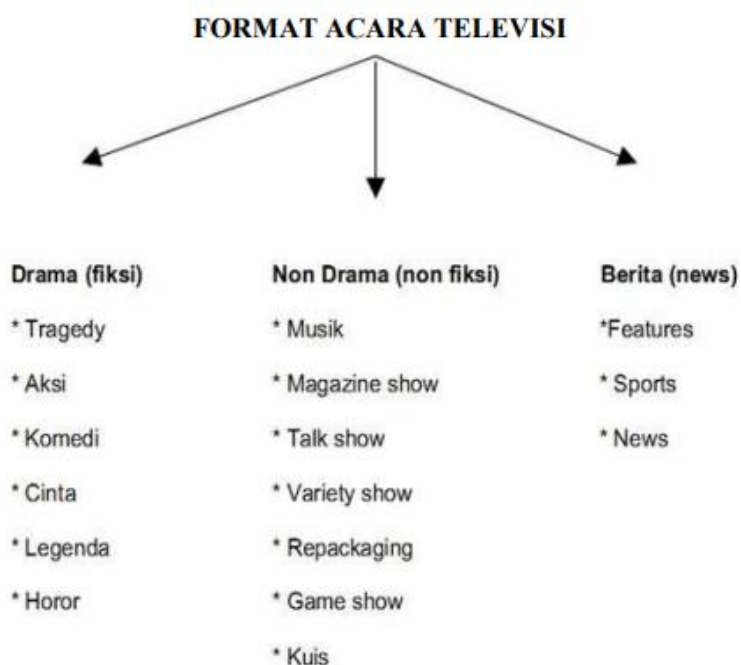
2.1.13 Karakteristik Program Acara Televisi

Karakteristik dari sebuah program acara di televisi umumnya dilihat dari konsep dan kemasan program serta durasi tayangnya. Tujuan diproduksinya sebuah program acara televisi antara lain sebagai materi dalam melangsungkan siaran televisi, dimana keberadaannya sebagai sebuah media ruang publik yang berfungsi menyebarkan informasi secara aktual dan faktual serta sebagai sarana

hiburan yang murah dan meriah bagi masyarakat luas.

Secara teknis penyiaran televisi, program televisi diartikan sebagai perencanaan siaran dari waktu ke waktu (Kamanto.S, 2004). Sedangkan menurut Naratama Rukmananda (2004:63), *Programming* adalah teknik penyusunan program acara televisi yang ditayangkan secara berurutan.

Gambar 2.1
Format Acara Televisi



Drama (fiksi) adalah sebuah format acara televisi yang diproduksi dan dicipta melalui proses imajinasi kreatif dari kisah-kisah drama atau fiksi yang direkayasa dan dikreasi ulang. Non drama (non fiksi) adalah sebuah format acara televisi yang diproduksi dan dicipta melalui proses pengolahan imajinasi kreatif dan realitas kehidupan sehari-hari tanpa harus menjelaskan ulang dan tanpa harus menjadi dunia khayalan.

Berita dan olahraga adalah sebuah format acara televisi yang diproduksi berdasarkan informasi dan fakta atas kejadian dan peristiwa yang berlangsung pada kehidupan masyarakat sehari-hari.

Macam-macam program televisi menurut Straubhaar dan La Rose (2000:226) antara lain:

1. *Commercials* dan *other interruptions*

Merupakan program yang diletakan antara regular program dan *regular interruption*, yang memiliki beberapa bentuk, yaitu:

- 1) *Commercial* : Iklan komersil dalam bentuk promosi barang dan jasa yang ditayangkan di televisi.
- 2) *Public service announcement*: Iklan tentang layanan masyarakat, tentang acara budaya, hingga penyuluhan kesehatan dan keadaan darurat.
- 3) *Program promotion*: Merupakan bentuk *in-house advertising* yang dimana stasiun televisi mengiklankan program yang ditayangkan di jaringan televisinya.

2. *Entertainment Program*

Program hiburan yang sebagian besar muncul secara harian, mingguan, ataupun sesering mungkin. Dalam kategori ini termasuk beberapa program lain, yaitu:

- 1) *Drama*: acara fiksi yang ditayangkan oleh televisi dalam bentuk cerita drama hingga cerita detektif yang memiliki karakter dan plot cerita yang serupa dengan cerita aslinya.
- 2) *Action Adventure Programs*: acara yang memiliki elemen aksi kuat yang mengisahkan jalan cerita antara orang baik melawan orang jahat.
- 3) *Situation Comedies (sitcom)*: acara yang bersifat humor yang dimana memiliki jejak kelemahan dan kegiatan dari karakter peran yang dimainkan.
- 4) *Variety Show*: format acara dengan berbagai macam pertunjukan musik, komedi dan hiburan lainnya. Biasanya terdapat pembawa acara yang memperkenalkan serta berinteraksi dengan bintang tamu selama acara berlangsung.

- 5) *Talk Show*: acara yang menyerupai *variety show* namun terfokus pada sebuah pembicaraan antara bintang tamu yang berinteraksi dengan pembawa acara.
- 6) *Personality and Game Shows*: acara yang memiliki karakteristik yang dimana pembawa acaranya bersaing dengan peserta yang telah dipilih sebelumnya.
- 7) *Soap Operas*: jenis dari acara drama yang bermula dari bertahun-tahun yang lalu dari program radio yang ceritanya diadaptasi menjadi acara televisi.
- 8) *Children's Programs*: bentuk acara mulai dari program pendidikan hingga kartun animasi yang terdapat kekerasan didalamnya.
- 9) *Movies*: acara dimana televisi menayangkan film layar lebar.
- 10) *Special Program*: acara singkat yang bukan merupakan bagian dari acara program tetap.
- 11) *Sport and special events*: merupakan bentuk siaran untuk sebuah potongan besar acara dari durasi televisi.
- 12) *Docudramas*: merupakan bentuk tahunan acara yang menceritakan kisah fiksi sejarah yang tidak memihak. Biasanya merupakan hayalan nyata dari poongan cerita masa kini di masyarakat.
- 13) *Miniseries*: bagian dari banyak acara yang dimana dipecah menjadi beberapa tayangan program sore dan menjadi acara penting yang memiliki daya saing *rating*.

3. *Other Program*

Merupakan bentuk acara yang memiliki nilai informasi dan berpengaruh, seperti:

- 1) *News and Public Affairs*: termasuk acara berita jaringan dan berita lokal, acara publik yang penting dalam jangkauan khusus, acara dokumenter dan berita khusus, acara dialog tetap yang mewawancarai tokoh masyarakat dalam bentuk pertanyaan jurnalistik.

- 2) *Religious Programs*: mulai dari pelayanan agama secara elektronik hingga dialog agama dan pelayanan tempat ibadah lokal.
- 3) *Cultural and Educational Programs*: termasuk acara budaya dan pendidikan bagi anak secara praktis yang ditayangkan di televisi.

2.1.14 Variety Show

Variety didefinisikan sebagai varian atau variasi dalam bahasa Inggris oleh karena itu, *Variety Show* merupakan varian dari pertunjukan atau dapat juga disebut sebagai seni atau hiburan dan menampilkan berbagai kegiatan pertunjukan yang biasanya dibawakan langsung oleh pembawa acara, Program *variety* menawarkan banyak kebebasan dan pilihan format, yang memberi mereka banyak ruang untuk konten program. *Variety Show* dapat dibuat dengan memadukan unsur perbincangan atau *trending topic* untuk didiskusikan guna menumbuhkan kedekatan antara penonton dan bintang tamu. Serta pembawa acara dan musik dapat disesuaikan agar sesuai dengan nada program. (Wilti dan Harmonis, 2022)

Variety Show merupakan bentuk dari seni yang dapat memiliki kemampuan untuk mempengaruhi dan membentuk budaya. Terdapat empat kekuatan dari *Variety Show* (Inman, 2014), yaitu:

1. Memiliki pengaruh yang signifikan terhadap budaya populer
2. Memiliki pencapaian dalam perkembangan televisi sebagai media massa
3. Merangkum atau mencerminkan trend atau ide kontemporer
4. Tampil menonjol berdasarkan bakat atau sudut pandang yang unik

2.1.15 Pengertian Indonesian Idol

Indonesian Idol adalah sebuah ajang pencarian bakat yang ditayangkan oleh sebuah stasiun televisi ternama yaitu RCTI yang diadopsi dari ajang pencarian bakat menyanyi negara Amerika Serikat yaitu American Idol dengan banyaknya negara yang mengadopsi acara idol ini akhirnya duniapun mengikutinya dengan mengadakan World

Idol yang pesertanya adalah wakil dari juara-juara idol negara masing-masing.

Indonesia mulai menggelar acara ini sejak tahun 2004 sejak saat itu *Indonesian Idol* banyak melahirkan bakat dan talenta-talenta baru dibidang tarik suara setiap seasonya. Jumlah peserta *Indonesian Idol* ini selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun hal ini membuktikan bahwa antusias masyarakat terhadap program pencarian bakat ini selalu di tunggu-tunggu

2.1.16 Minat Menonton

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI) minat menonton adalah ketentuan hati yang tinggi terhadap sebuah program atau objek televisi yang di tayangkan. Pengertian minat menonton mengatakan bahwa menonton adalah suatu proses yang disadari atau tidak disadari dimana menonton ditempatkan pada alam yang samar dan diharapkan pada tumpuan cahaya dan membantu menghasilkan ilusi diatas layar (Sardji, 1991:71) suasana menonton dapat menimbulkan emosi pikiran dan perhatian manusia dipengaruhi tayangan yang ditonton.

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri (Slameto 2010:180). Minat merupakan sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap, minat dan sikap merupakan dasar bagi seseorang dalam hal pengambilan keputusan (Purwanto, N. 2003:140). Minat dapat timbul karena daya tarik dari luar dan juga dari dalam sanubari (M.Dalyono 2009:56). Minat secara umum dapat diartikan sebagai rasa tertarik yang ditunjukkan oleh individu kepada sesuatu objek, baik objek berupa benda hidup maupun benda yang tidak hidup dengan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh.

Minat memiliki peranan yang sangat penting di dalam mempengaruhi perilaku dan sifat individu dalam kehidupan sehari-hari, Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterkaitan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh dengan begitu seseorang dapat dikatakan mempunyai minat dengan melakukan kegiatan dan timbul

rasa suka dalam melakukan kegiatan tersebut (Slameto 2013:180).

Minat disebabkan oleh teori perubahan sikap seseorang dan memberikan penjelasan bagaimana sikap seseorang dapat berubah melalui proses komunikasi massa yang dapat mempengaruhi sikap, tindakan dan tingkah laku seseorang (Morissan dkk, 2013:70)

Minat merupakan salah satu aspek dari sikap. Menurut Azwar (2013:18) minat dapat ditentukan oleh tiga komponen yaitu:

1. Kognitif, yaitu sesuatu yang berhubungan dengan gejala mengenai wujud, pengolahan, pengetahuan dan keyakinan serta harapan individu tentang suatu objek dan produk tertentu. Aspek kognatif juga dapat diartikan sebagai letak hubungan antara bagian pengetahuan yang telah ada dalam diri dan dikontrol oleh akal.
2. Afektif, yaitu suatu proses yang menyangkut perasaan pada suatu objek tertentu. Aspek afektif dapat diartikan sebagai suasana psikis yang mengambil bagian pribadi dalam situasi membuka diri dalam suatu perbedaan atau nilai dalam diri.
3. Konatif, yaitu kecenderungan untuk berbuat atau tindakan pada suatu objek.

2.1.17 Karakteristik Minat Menonton

Minat merupakan sebuah potensi yang dapat menunjang perilaku individu (Iskandarwasid dan Dadang, 2011:171). Minat juga dapat dipengaruhi diri sendiri maupun dari lingkungan sekitar. Berikut beberapa karakteristik minat, yaitu:

1. Minat menimbulkan sikap positif terhadap suatu objek
2. Adanya perasaan senang yang timbul dari suatu objek
3. Mengandung suatu penghargaan dan dapat menimbulkan rasa berkeinginan dan gairah untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi minat.

2.1.18 Indikator Minat Menonton

Indikator minat dapat dilihat dengan cara menganalisa kegiatan yang dilakukan individu tau objek yang disenanginya indikator minat menurut Safari (2003:60) yaitu :

1. Perasaan Senang
2. Ketertarikan
3. Perhatian
4. Keterlibatan

Indikator diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Perasaan Senang

Seorang yang memiliki perasaan senang atau suka terhadap sesuatu, maka ia akan terus mempelajarinya dan sama sekali tidak ada perasaan terpaksa untuk mempelajari hal tersebut.

2. Ketertarikan

Berhubungan dengan daya gerak yang mendorong seseorang untuk cenderung merasa tertarik pada orang, benda, kegiatan atau bisa berupa pengalaman efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.

3. Perhatian

Perhatian merupakan konsentrasi atau aktifitas jiwa terhadap pengamatan dan pengertian, dengan mengesampingkan yang lain dari pada itu. Seseorang yang memiliki minat pada objek tertentu, maka dengan sendirinya akan memperhatikan objek tersebut.

4. Keterlibatan

Ketertarikan seseorang akan sesuatu objek yang mengakibatkan orang tersebut senang dan tertarik untuk melakukan atau mengerjakan kegiatan dari objek tersebut.

2.1.19 Remaja

Remaja yang dalam bahasa aslinya adolescence, berasal dari bahasa Latin adolescence yang artinya “tumbuh atau tumbuh untuk mencapai kematangan”. Bangsa primitif dan orang-orang purbakala memandang masa puber dan masa remaja tidak berbeda dengan periode lain dalam rentang kehidupan. Anak di anggap sudah dewasa apabila sudah mampu mengadakan reproduksi. Perkembangan lebih lanjut, istilah adolescence sesungguhnya memiliki arti yang luas, mencakup kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik (Hurlock dalam Asori

dan Ali, 2011).

Menurut peraturan Menteri kesehatan RI Nomor 25 tahun 2014, Remaja adalah penduduk dalam rentan usia 10-18 tahun dan menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) rentang usia remaja adalah 10-24 tahun dan belum menikah.

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan referensi penulis karena pada dasarnya membahas tentang pengaruh minat menonton remaja dan memiliki pembahasan yang hampir sama.

Berikut adalah daftar refensi dapat di lihat pada tabel dibawah:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Penulis, Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbandingan
Waris Ginting, Liasta Ras Menda Sembayang (2020)	Korelasi antara penayangan <i>Indonesian Idol</i> season 10 di RCTI dengan minat menonton masyarakat di desa BATUKARANG	Kuantitatif	Pengaruh program <i>Indonesian Idol</i> season sepuluh di RCTI terhadap minat menonton masyarakat di Desa Batukarang adalah sebesar 27,04%.	Di penelitian sebelumnya berfokuskan mencari korelasi penayangan <i>Indonesian Idol</i> dengan minat menonton. sedangkan dipenelitian ini berfokuskan mencari pengaruh dalam program <i>Indonesian Idol</i> terhadap minat menonton.
Jaka Atmaja (2017)	Hubungan daya Tarik dan pola menonton pada program X-Factor RCTI terhadap kepuasan menonton	Kuantitatif	Daya Tarik berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Penonton dan Pola Menonton berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Penonton.	Penelitian sebelumnya membahas daya Tarik dan pola menonton terhadap kepuasan menonton. Sedangkan penelitian ini membahas pengaruh program terhadap minat menonton.
Romi Syahril, Azhar Utomo, Priatna (2020)	Pengaruh Terpaan Program <i>Indonesian Idol</i> (RCTI) Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Artis (Survei Peserta Audisi di Jakarta)	Kuantitatif	Terdapat pengaruh positif terpaan media terhadap minat masyarakat menjadi artis dengan mengikuti ajang pencarian bakat <i>Indonesian Idol</i> .	Penelitian sebelumnya membahas pengaruh terpaan program terhadap minat masyarakat sedangkan di penelitian ini membahas pengaruh program terhadap minat menonton.

Andika (2019)	Pengaruh Program UEFA Champions League di Orange TV Terhadap Minat Menonton (Studi Kasus; Komunitas pena (Penya) Real Madrid de Indonesia Regional Jakarta. Pascasarjana Ilmu Komunikasi, London School of Public Relations Jakarta	Kuantitatif	Terdapat pengaruh yang signifikan antara program UEFA Champions League di Orang TV terhadap minat menonton pada komunitas Pena (Penya) Real Madrid de Indonesia Regional Jakarta	Pada penelitian ini berfokuskan untuk meneliti tentang pengaruh minat menonton program olahraga sedangkan penelitian penulis adalah tentang minat menonton.
Ummi Hanny, Ratu Mutialela Carepeboka, Dwi Maharani (2022)	Pengaruh tayangan terhadap minat menonton film sebagai media pembelajaran	Kuantitatif	Terdapat pengaruh tayangan big movies global tv terhadap minat menonton film sebagai media pembelajaran di kalangan mahasiswa	Pada penelitian sebelumnya membahas jenis program drama, sedangkan pada penelitian ini membahas jenis program <i>variety show</i> .

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya harus di uji secara empiris. Oleh sebab itu, perumusan hipotesis menjadi sangat penting dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₀ : Tidak terdapat pengaruh program *Indonesian Idol* terhadap minat menonton remaja

H₁ : Ada pengaruh program *Indonesian Idol* terhadap minat menonton remaja

2.4 Kerangka Konsep

Dalam penelitian ada dua variable, yaitu variable bebas X (Program acara) dan variable terikat Y (Minat Menonton).

Tabel 2.2
Kerangka Konsep

Variable X	Variable Y
Program Acara	Minat Menonton
1. Konsistensi	1. Perasaan Senang
2. Durasi	2. Ketertarikan
3. Timing	3. Perhatian
4. Kesukaan	4. Keterlibatan
(Morissan 2013)	(Safari 2003:60)