

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Komunikasi Massa

Kajian penelitian ini berfokus pada pengaruh terpaan tayangan televisi, dimana televisi merupakan media elektronik dan salah satu bagian dari komunikasi massa. Komunikasi merupakan proses pengiriman pesan dari komunikator (pengirim pesan) kepada komunikan (penerima pesan). Menurut Laswell (1948)¹ komunikasi dapat digambarkan dengan mudah melalui model yang dibentuknya, yaitu *who?* (siapa yang mengirimkan pesan?) , *says what?* (pesan apa yang dikirimkan?), *in which channel?*(melalui apa pesan tersebut dikirimkan?), *to whom?*(kepada siapa pesan tersebut dikirimkan?), *with what effect?*(memberikan efek apa pesan tersebut?).

Proses komunikasi tersebut dapat dikirimkan oleh komunikator kepada komunikan melalui sebuah media atau medium, disebut dengan media massa. Media massa merupakan teknologi yang dapat mengirimkan pesan kepada target yang luas dan besar, contoh surat kabar yang membawa kata-kata, radio yang membawa suara dan musik, televisi yang membawa audio (suara) dan visual (gambar) (Baran, 2012, h. 6). Proses komunikasi yang menggunakan media massa disebut dengan komunikasi massa. Menurut Nurudin (2007) komunikasi massa merupakan studi ilmiah mengenai media massa serta pesan yang dihasilkan, penonton/pendengar/pembaca yang diraih, dan efek apa yang diberikan.

Target penonton pada komunikasi massa tidak hanya pada skala kecil, tetapi skala besar yang mencakup berbagai macam orang atau yang disebut heterogen. Menurut Vivian (2013) komunikasi massa merupakan pengiriman pesan kepada orang lain dengan jumlah yang sangat besar, komunikasi massa terjadi hanya melalui media teknologi, serta komunikasi massa memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Audience Audience atau komunikasi massa merupakan heterogen, yang berarti bermacam macam. Komunikasi massa mencakup skala penonton yang cukup besar, maka banyak dari penonton yang berbeda dari segi umur, jenis kelamin, pekerjaan, agama dan lainnya. Contoh, penonton acara iLook lebih banyak perempuan, tetapi pekerjaan, umur, pendidikan bisa jadi berbeda. Jenis kelamin bisa sama, namun beberapa faktor lain dapat membedakan setiap penontonya (Nurudin, 2007).
2. Distance Komunikasi massa tidak terjadi melalui tatap muka langsung, tetapi memiliki jarak yang bahkan bisa mencapai ratusan kilo. Hal tersebut dikarenakan cakupan komunikasi massa sangat besar. Antara penonton satu dengan yang lainnya tidak saling mengenal, contoh, penonton acara iLook menyebar diseluruh Indonesia, penonton A bisa saja berinteraksi dengan teman disebelahnya saat menonton, tetapi belum tentu penonton A tersebut mengenal penonton lain yang tersebar di Indonesia (Nurudin, 2007).
3. Feedback Komunikasi massa tidak bisa memberikan umpan balik/respon secara langsung, seperti pada komunikasi interpersonal. Respon pada komunikasi massa merupakan respon yang delayed (tertunda). Respon dapat dilakukan melalui social media, email ataupun telepon, namun tetap saja hal tersebut bukanlah respon langsung. Contoh, email yang dikirim kepada media tidak harus dibaca pada saat itu juga.

2.2.2 media Massa

Menurut Leksikon Komunikasi, media massa adalah “sarana untuk menyampaikan pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas,

misalnya radio, televisi, dan surat kabar”.

Menurut Cangara dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan

pengertian media massa sendiri adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi, seperti surat kabar, film, radio dan televisi (Cangara, 2017: 123–126). Terdapat banyak media saat ini sedang marak-maraknya dalam menyebarkan informasi di antaranya terdapat berbagai media, di antaranya:

1. Media Cetak Media cetak adalah media massa yang menggunakan gambar dan tulisan di atas kertas dalam penyampaian informasinya. Adapun jenis-jenis media massa beserta contohnya dalam media cetak adalah, Koran atau surat kabar adalah jenis media massa yang pertama ditemukan. Koran memiliki fungsi memberikan informasi atau berita, memberikan hiburan, memberikan kritik terhadap tulisan lain, dan memberikan solusi pada beberapa masalah dalam kehidupan sehari-hari. Ukuran koran cukup lebar sehingga memuat banyak berita hanya dalam satu lembarnya. Koran biasanya dicetak di kertas daur ulang sehingga lebih ramah lingkungan.
2. Media Elektronik, Berbeda dengan media cetak yang mana dibuat dengan menggunakan media kertas. Media elektronik justru menggunakan berbagai macam peralatan elektronik dalam penyampaian informasinya. Untuk lebih mudah memahaminya.

Televisi yang dimiliki oleh setiap rumah di Indonesia menjadi salah satu media massa yang memiliki pengaruh besar dalam kehidupan masyarakat. Televisi mampu memberikan informasi penting dan terbaru, memberikan hiburan, dan mendidik melalui beberapa program tertentu.

Televisi adalah sebuah bentuk dari media massa elektronik. Kata media berasal dari bahasa Yunani yang merupakan bentuk jamak dari kata *medium* yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar. Media adalah perantara atau pengantar pesan dalam berbagai bentuk dari pengirim ke penerima pesan (Sadiman, 1986). Media komunikasi dapat dikategorikan menjadi dua bagian, yaitu media umum dan media

khusus. Media umum adalah media yang digunakan untuk komunikasi massa, disebut demikian karena sifatnya yang massal, misalnya pers, radio, film dan televisi sebagai media penyampai pesan yang ditujukan kepada khalayak sebagai pengguna media tersebut. Sedangkan, media khusus adalah media yang digunakan untuk komunikasi tertentu, sebagai contoh radio CB (Widjaya, 1987). Televisi adalah media massa yang memancarkan suara dan gambar atau secara mudah dapat disebut dengan radio “with picture” atau movie at home” (Widjaya, 1987). Televisi juga merupakan media yang paling efektif dan efisien dalam penyampaian pesan-pesan atau ide-ide dari penyampai pesan. Ini disebabkan karena media televisi tidak hanya mengeluarkan suara saja tetapi juga disertai dengan gambar dan warna. (Anita Trisiah, 2019).

Di Indonesia pada awalnya, televisi nasional merupakan televisi yang paling diandalkan sebagai sumber informasi utama masyarakat, tetapi seiring berkembangnya teknologi, media informasi baru mulai bermunculan, salah satunya yaitu aliran informasi digital melalui TV berlangganan (satellite television dan cable television). Karena didasari dengan kemajuan teknologi tersebut sekarang ini masyarakat secara perlahan sudah mulai beralih menggunakan TV berlangganan. Saat ini di Indonesia jumlah perusahaan yang telah mengantongi izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) jasa televisi berbayar sudah berkembang dua kali lipat, dibandingkan pada awalnya tahun 2007. Sekarang tercatat televisi kabel yang sudah beroperasi, yaitu Indovision, Astro, First Media, IM2, TelkomVision, OK Vision, B-Vision, I-Sky-Net, Safuan TV, M2TV, dan Aora TV (<http://www.datacon.co.id/2008>). Situasi yang kemudian muncul adalah Indonesia menjadi salah satu pasar potensial berkembangnya budaya asing milik negara maju yang berkekuatan besar. Situasi ini mengancam identitas budaya yang telah lama mentradisi dalam kehidupan sosio kultural masyarakat Indonesia. Identitas budaya dihadapkan pada persaingan dengan budaya asing untuk menjadi budaya yang dianut masyarakat demi menjaga eksistensinya.

Disamping itu kepentingan kapitalisme bagi pemilik televisi juga tidak bisa dielakan. Dengan persaingan yang sangat ketat bagi televisi nasional dan berlangganan, mereka tetap saling berlomba- lomba menarik minat penonton dengan berbagai strategi. (Rizki Briandana, 2016).

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, di laut 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 ada banyak 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 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) 13 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).

2.1.5 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 jurnalisme 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.

1. 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).
2. Live musik: Musik live adalah jenis program yang konten totalnya menampilkan musik live atau hasil rekaman di dalam atau di luar studio.

Musik live 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 juga melibatkan orang terkenal seperti selebritis.

2. Permainan: Bentuk program yang menampilkan kompetisi atau permainan yang dapat diikuti oleh orang atau kelompok. Berbagai kompetisidiadakan 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 perilakunyadan 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 prosesproduksi. Target diarahkan ke arah yang dibutuhkan plot.

D. 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

2.1.6 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 & Yusiatie, 2017b:58-63).

2.1.7 Minat Penonton

Teori Minat Minat merupakan suatu ketertarikan individu terhadap satu obyek tertentu yang membuat individu itu sendiri merasa senang dengan obyek tersebut. Dalam hal ini Mappier (2015:62) menjelaskan bahwa minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari campurancampuran perasaan, harapan, pendidikan, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang menggerakkan individu kepada suatu pilihan tertentu.

Penonton Televisi adalah suatu tindakan yang tidak lepas dari dorongan masing-masing individu untuk menikmati apa yang ditayangkan oleh Televisi. Dengan kata lain, tindakan menonton Televisi adalah kesadaran seseorang terhadap sesuatu yang berhubungan dengan dorongan yang ada dalam diri individu sehingga seseorang memusatkan perhatiannya terhadap acara yang ditayangkan diTelevisi dengan senang hati, serta dengan perasaan puas sehingga pemirsa dapat menikmati apa yang ditayangkan oleh Televisi tersebut. Lestari

(2018)

Pemusatan perhatian menurut pendapat tersebut merupakan tanda seseorang yang mempunyai minat terhadap sesuatu yang muncul dengan tidak sengaja yang menyertai sesuatu aktivitas tertentu. Dari pendapat para ahli tersebut dapat diasumsikan bahwa timbulnya minat seseorang itu disebabkan oleh beberapa faktor penting yaitu rasa tertarik atau rasa senang, faktor perhatian dan kebutuhan. Kaitannya dengan penelitian minat siswa terhadap kegiatan ekstrakurikuler seni musik, minat terhadap sesuatu tersebut tidak dapat diketahui atau diukur secara langsung harus digunakan faktor-faktor yang dapat digunakan untuk mengungkap minat seseorang terhadap sesuatu. Karena minat tidak dapat diukur secara langsung maka unsurunsur atau faktor yang menyebabkan timbulnya minat tersebut diangkat untuk mengungkap minat seseorang. Dalam faktor ini disusun pertanyaan yang berguna untuk mengungkap minat seseorang terhadap suatu kegiatan.

Indikator minat yang digunakan pada penelitian ini yaitu Pengaruh Program

Acara “Program Brownis TransTV” Terhadap Minat Menonton:

1. Rasa suka, yaitu kesukaan atau kesenangan seseorang terhadap sesuatu objek yang dipilih.
2. Rasa Tertarik, yaitu kecenderungan untuk mencari objek atau aktivitas yang disenangi tanpa ada orang yang menyuruh.
3. Perhatian, merupakan rasa kepekaan penonton dalam memperhatikan program.
4. Kebutuhan, adalah program televisi yang mampu mempengaruhi penonton untuk melengkapi faktor kebutuhan penonton.

Dengan demikian disimpulkan aspek dari minat menonton yang dapat diukur adalah aspek kognitif dan aspek efektif, serta meliputi adanya rasa suka atau senang, rasa tertarik, sumber motivasi, prasangka, pendirian, dan harapan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Widya Setiawati , Kosasih , Ina Ratnasari
1	Nama Jurnal	Journal for Management Student (JFMS)
	Volume Jurnal	01
	Nomer Jurnal	02
	Tahun	2021
	Judul Penelitian	Pengaruh Word Of Mouth (Wom) Dan Promosi Terhadap Minat Menonton Film Indonesia Pada

		Bioskop Di Kota Karawang
	Metode Penelitian	kuantitatif
	Temuan/Hasil	<p>Program yang baik tetap harus dipertahankan, jangan tergerus oleh arus mainstream yang akhirnya membuat televisi kurang diminati.</p> <p>Walaupun penyajian dan narasumber yang dihadirkan sangat kompeten, namun alangkah baiknya dalam program ini juga dilengkapi dengan saran dan kritik untuk acara City Guide ini di akhir program.</p>
	Perbedaan Penelitian	<p>Dalam penelitian ini digunakan metode kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada penonton film Indonesia secara online maupun offline. Kuesioner penelitian berisikan pernyataan-pernyataan mengenai variabel yang diteliti yaitu mengenai Word of Mouth (X1), Promosi</p>
2	Nama Peneliti	Mochammad Sinung Restendy
	Nama Jurnal	Journal Of Communication Studies
	Volume Jurnal	01
	Nomer Jurnal	02
	Tahun	2021

	Judul Penelitian	Gaya Penyampaian Presenter Program Acara “Tonight Show” Dalam Menarik Minat Penonton
	Metode Penelitian	Kuantitatif
	Temuan/Hasil	Kedua pemandu acara Tonight Show memiliki gaya penyampaiannya masing- masing. Dengan warna yang berbeda Vincent dan Desta
3	NamaPeneliti	Marselinus Cha ndra jaya Putra
	Nama Jurnal	Jurnal Koneksi
	Volume Jurnal	05
	Nomer Jurnal	02
	Tahun	2021
	Judul Penelitian	Pengaruh Pembawa Acara terhadap Minat Menonton dalam Komunitas (Survei Talkshow Tonight Show pada Komunitas Tonight Mania)
	Metode Penelitian	Kuantitatif
	Temuan/Hasil	Berdasarkan peneltian yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa terdapat engaruh yang kuat dari pembawa acara Tonight Show terhadap minat penonton acara Tonight
4	Nama Peneliti	Sri Desti Purwatiningsih

Nama Jurnal	Jurnal Keperawatan Profesional (JKP)
Volume Jurnal	24
Nomer Jurnal	01
Tahun	2020
Judul Penelitian	Pengaruh Tayangan Program Talkshow Mata Najwa Terhadap Minat Menonton Anggota Dpr Ri Periode 2019-2024 (Survei: Anggota Dpr Ri Fraksi Partai Kebangkitan Bangsa)
Metode Penelitian	Kuantitatif
Temuan/Hasil	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa korelasi variabel X dengan variabel Y memiliki hubungan yang sedang.</p> <p>Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasil adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 19%. Hasil tersebut ditunjang dengan pengujian hipotesis Ho ditolak dan Ha diterima, yang berarti tayangan program talkshow Mata Najwa di stasiun Televisi Trans7 berpengaruh sebesar 19% terhadap minat menonton anggota DPR RI fraksi Partai Kebangkitan Bangsa.</p>
Perbedaan Penelitian	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif, paradigma pada penelitian ini adalah paradigma positivisme
Persamaan Penelitian	metode survey, terdapat korelasi antara variabel X (Tayangan Program Talkshow Mata Najwa)

		dengan variabel Y (Minat Menonton Anggota DPR RI),
5	Nama Peneliti	Achmad Firdausyi, Rosita Anggraini
	Nama Jurnal	Inter Community: Journal of Communication Empowerment
	Volume Jurnal	02
	Nomer Jurnal	01
	Tahun	2020
	Judul Penelitian	Pengaruh Konten Program TV Magazine Terhadap Minat Menonton
	Metode Penelitian	Kuantitatif
	Temuan/Hasil	Teknik analisis ini menggunakan skala likert. Berdasarkan hasil penelitian
		menunjukkan bahwa program acara “Ok Food” di Net. Tv berpengaruh terhadap minat menonton mahasiswa penyiaran STIKOM Interstudi angkatan 2015- 2018 (Y) menunjukkan sebagian besar responden terletak pada titik enam puluh persen sampai delapan puluh persent yang berarti memiliki pengaruh yang cukup kuat.
Perbedaan Penelitian	permasalahan dalam penelitian ini adalah semakin meningkatnya kebutuhan informasi melalui media massa dan berlomba-lomba dalam menarik perhatian masyarakat untuk	

		menonton pprogram dengan informasi yang menarik agar masyarakat. Menjadi tertarik
		dalam memenuhi kebutuhan informasi.
	Persamaan Penelitian	Dalam program “Ok Food” di Net. TV, peneliti bertujuan untuk mendeskripsikan pengaruh program “Ok Food” di Net. TV terhadap minat menonton mahasiswa STIKOM Interstudi angkatan 2015 sampai 2018 dan seberapa besar pengaruhnya

2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu dugaan yang bersifat sementara. Hipotesis adalah alternatif dugaan jawaban yang dibuat oleh peneliti bagi problematika yang diajukan dalam penelitiannya. Dugaan jawaban tersebut merukana kebenaran yang sifatnya sementara yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian. (Dodiet Aditya Setyawan, 2021).

Berdasarkan kerangka teoritis yang terdapat dalam penelitian ini, maka hipotetsis yang diajukan oleh peneliti adalah:


H0: Terdapat Pengaruh Tayangan Program Acara “Brownis” di Trans TV terhadap Minat Penonton Survei pada Ibu-ibu warga Rw: 05 Pondok Pinang Centre, Jakarta.

H1: Tidak terdapat Pengaruh Tayangan Program Acara “Brownis” di Trans TV terhadap Minat menonton Survei pada Ibu-ibu warga Rw: 05 Pondok Pinang Centre, Jakarta.

2.4 Kerangka Berfikir

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti mencoba membuat kerangka berpikir sebagai berikut :

Tabel 2.2 Kerangka Berfikir

<p>Program Variabel (X)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kekuatan Format 2. Kekuatan Bintang 3. Kekuatan Informasi <p>Edwin T. Vane dan Lynne S.Gross (Dalam Rusman Latief dan Yusiatief Utud,2015:56)</p>		<p>Minat Menonton (Survey pada Ibu-ibu Warga Rw 05 Pondok Pinang Centre, Jakarta) (Y)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rasa suka 2. Rasa tertarik 3. Perhatian 4. kebutuhan <p>(Mappiare (Efendy & Rini, 2021)</p>
--	---	---

Berdasarkan Kerangka Berfikir di atas bahwa dapat dilihat yang akan diteliti pada penelitian ini adalah Pengaruh Program “brownis” yang akan berpengaruh pada Minat Penonton. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh tayangan program “brownies” terhadap Minat Menonton pada Ibu-ibu ibu Warga Rw 05 Pondok Pinang Centre, Jakarta. Dalam mengukur pengaruh hal tersebut ada pada indikator teori pada tabel di atas.