

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Komunikasi Massa

A. Pengertian Komunikasi Massa

Defluer dan Mc Quail (dalam Asnaini, 2016:2) komunikasi massa adalah suatu proses di mana komunikator menggunakan media untuk menyebarluaskan pesan secara luas dan menciptakan makna serta diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan beragam dengan berbagai cara.

Menurut Michael W. Gambel dan Teri Kwal Gmebel (dalam Kun Waziz, 2022:43) menjelaskan bahwa sesuatu dapat dikatakan komunikasi massa jika mencakup:

1. Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan modern dalam menyebarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang cukup luas. Pesan itu di sebarkan lewat media modern seperti surat kabar, majalah, televisi, dan film.
2. Komunikasi massa dalam menyebarkan pesan nya memberikan informasi atau penegertian kepada jutaan orang yang tidak saling mengenal. *Anonomitas audience* pada komunikasi massa yang menjadi pembeda antara komunikasi ini dengan komunikasi yang lain. Yang dimaksudkan adalah antara pengirim dan penerima pesan tidak saling mengenal.
3. Pesan adalah public yang berarti bahwa pesan dapat di terima oleh banyak orang dan bukan untuk sekelompok orang-orang tertentu.
4. Komunikator pada komunikasi massa biasanya terorganisasi formal seperti jaringan, ikatan, atau perkumpulan. bisa dikatakan komunikatornya tidak berasal dari seseorang tap berasal dari

5. lembaga. Lembaga ini biasanya berorientasi pada keuntungan ekonomis dan bukan organisasi sukarelawan.
6. *Gatekeeper* atau pentapis informasi pada komunikasi massa. Artinya pesan yang disebarakan dikontrol oleh sejumlah individu dalam lembaga tersebut sebelum disiarkan lewat media massa. Beberapa individu ikut berperan dalam membatasi, memperluas, pesan yang disiarkan. Contohnya seperti seorang reporter, editor film, penjaga rubric, dan lembaga sensor lain di dalam media itu sendiri dan dapat berfungsi sebagai *gatekeeper*.

Komunikasi massa dapat sangat berdampak jika dilakukan secara efektif dan efisien sehingga bisa dengan jelas dalam menyampaikan informasi yang ada dan juga bisa membuat khalayak umum menjadi sadar, serta tau tentang informasi apa yang sedang diberikan, maka komunikasi massa harus berlangsung secara satu arah agar tidak terjadi kesalahan dalam berlangsungnya komunikasi tersebut.

B. Ciri-Ciri Komunikasi Massa

Menurut DeFluer dan Mc Quail (dalam Asnaini, 2016:3) terdapat ciri-ciri dari konsep klasik komunikasi massa yaitu:

1. Ditujukan ke khalayak luas, heterogen, tersebar, anonim serta tidak mengenal batas geografis dan kultural
2. Bersifat umum bukan perorangan
3. Kegiatan komunikasi dilakukan secara terencana, terjadwal, dan terorganisir
4. Penyampaian pesan cenderung satu arah
5. Kegiatan komunikasi dilakukan secara berkala dan tidak temporer.

C. Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Mc Quail (dalam Quadratullah, 2016:43) fungsi komunikasi massa dibedakan menjadi dua yaitu untuk

fungsi komunikasi massa untuk masyarakat dan fungsi komunikasi massa untuk individu.

Fungsi komunikasi masa untuk masyarakat:

1. Fungsi informasi fungsi ini merupakan fungsi paling penting, karena menyampaikan fakta dan kejadian yang benar terjadi yang ada di masyarakat.
2. Fungsi korelasi, fungsi ini menjelaskan antara peristiwa yang berbeda dan mengintepretasikan bagaimana aspek kehidupan bisa saling berhubungan antara satu sama lain.
3. Fungsi kesinambungan, fungsi ini menjelaskan bahwa komunikasi massa memelihara kesinambungan dalam masyarakat dalam memberikan informasi.
4. Fungsi hiburan fungsi ini merupakan fungsi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Biasanya, masyarakat menggunakan fungsi ini untuk melepaskan penat dan berkumpul dengan keluarga.
5. Fungsi mobilisasi, komunikasi massa memiliki kemampuan untuk memobilisasi opini yang ada di publik karena dalam hal ini komunikasi massa dapat mempengaruhi perilaku masyarakat, memicu gerakan sosial, atau memobilisasi dalam kegiatan politik atau sosial melalui media massa.

Fungsi komunikasi massa untuk individu

1. Fungsi informasi, fungsi komunikasi massa adalah sebagai penyedia informasi kepada individu melalui media massa seperti surat kabar, Televisi, radio dan internet. Informasi ini dapat membantu individu untuk memperluas pengetahuan tentang dunia.
2. Fungsi identitas pribadi, komunikasi massa berperan dalam membentuk dan mempengaruhi identitas pribadi individu melalui media masa terhadap berbagai norma, budaya, dan gaya

hidup, individu dapat mengidentifikasi diri dalam konteks yang lebih luas.

3. Fungsi integrasi sosial, komunikasi masa memainkan peran penting dalam proses integrasi sosial. Media massa membawa individu dari berbagai kalangan dan kelompok sosial dengan menyediakan platform untuk berbagai pengalaman individu.
4. Interaksi sosial, komunikasi massa juga mendukung interaksi sosial antarindividu melalui media massa dengan memfasilitasi interaksi melalui media sosial. Interaksi sosial antar individu, mempromosikan pemahaman lintas budaya, serta menghidupkan pertukaran pandangan.

2.1.2. Media Massa

A. Pengertian Media Massa

Menurut (Rakhmat, 2005 dalam Situmeang, 2020:10) media massa merupakan penerapan dalam alat indera kita, dengan media massa kita dapat memperoleh informasi tentang apapun secara langsung. Media massa adalah media konvensional yaitu jenis media yang menyebarkan informasi dengan cara satu arah (komunikasi satu arah). Media massa terbagi menjadi dua jenis yaitu: media yang tertulis dan dalam bentuk digital.

Media Massa, baik cetak maupun elektronik, dapat menyampaikan informasi secara berbeda. Media massa dapat mencakup berita secara langsung atau melalui pertunjukan seperti film, sinetron, atau khalayak. Media massa memiliki karakteristik sebagai media komunikasi massa, termasuk kecepatan penyampaian informasi, keterkaitan dengan pemirsa yang berada jauh dari komunikator, dan keadaan terpisah. Salah satu karakteristik media massa lainnya adalah menjadi alat untuk membentuk opini masyarakat. Banyak peristiwa menjadi contoh bagaimana media massa berfungsi sebagai alat untuk membentuk opini masyarakat (Iai et al. 2020).

Menurut (Bungin 2006:72 dalam Habibie et al., 2018) media massa diartikan sebagai media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara masal dan dapat diakses oleh masyarakat banyak, ditinjau dari segi makna, media massa merupakan alat atau sarana untuk menyebarkan isi berita, opini, komentar, hiburan, dan lain sebagainya.

B. Peran Media Massa

Menurut (Mc Quail, 1987 dalam Silvia, 2021: 45) mengidentifikasi peran media massa yaitu:

1. Jendela pengalaman yang meluaskan pandangan dan memungkinkan kita mampu memahami apa yang terjadi di sekitar kita, tanpa campur tangan pihak lain atau sikap yang memihak.
2. Juru bahasa yang menjelaskan dan memberi makna terhadap peristiwa atau hal yang terpisah dan kurang jelas.
3. Pembawa atau penghantar informasi dan pendapat.
4. Jaringannya interaktif yang menghubungkan pengirim dengan penerima melalui berbagai macam umpan balik.
5. Penunjuk jalan yang secara aktif menunjukkan arah, memberikan bimbingan atau intruksi.
6. Penyaring yang memilih bagian pengalaman yang perlu diberi perhatian khusus dan menyisihkan aspek pengalaman lainnya
7. Cermin yang memantulkan citra masyarakat terhadap masyarakat itu sendiri. Biasanya pantulan citra itu mengalami perubahan karena adanya penonjolan terhadap segi yang ingin mereka hakimi atau cela.
8. Tirai atau penutup yang menutupi kebenaran demi pencapaian tujuan propaganda atau pelarian dari suatu kenyataan.

Secara umum peranan media massa bisa dilihat dari dua sisi yang berbeda. Media massa dapat berperan positif dalam berbagai

aspek kehidupan manusia. Media massa juga menjalankan perannya di berbagai aspek kehidupan sosial seperti hal hal berikut:

1. Penyebar informasi yang obyektif dan edukatif.
2. Melakukan kontrol sosial yang konstruktif.
3. Menyalurkan aspirasi rakyat dan memperluas komunikasi dan partisipasi masyarakat.

Peranan media massa tersebut dapat dilihat dari dari konten yang disebarkan kepada khalayak. Dalam hal ini banyak berkaitan dengan motif dan kualitas sumber daya manusia yang ikut mengendalikan kinerja media massa. Media massa akan dapat memberikan dampak positif jika orang orang yang bertanggung jawab dalam proses produksi media massa memiliki motif yang baik serta kredibilitas dan kualitas yang tidak diragukan (Silvia, 2021: 46).

C. Efek Media Massa

Menurut Blumler dan Littlejohn (Rahayu, 2009 dalam Situmeang, 2020:19) Efek media massa adalah perilaku khalayak dalam menggunakan media massa. Perilaku ini dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

1. *Surveillance*, yaitu kebutuhan individu untuk mengetahui lingkungannya.
2. *Curiosity*, yaitu kebutuhan individu untuk mengetahui peristiwa-peristiwa menonjol di lingkungannya.
3. *Diversion*, yaitu kebutuhan individu untuk lari dari perasaan tertekan, tidak aman, atau untuk melepaskan ketegangan jiwa.
4. *Personal identity*, kebutuhan individu untuk mengenal dirinya dan mengetahui posisi keberadaannya di masyarakat.

D. Fungsi Media Massa

Menurut (McQuail dalam Ummah, 2022:3) media massa berfungsi sebagai penyalur informasi selain itu media massa juga

berfungsi sebagai penyaring informasi yang disebarkan. Media massa memiliki beberapa fungsi yaitu:

1. Fungsi informasi: media massa memberikan informasi kepada masyarakat mengenai berbagai peristiwa yang terjadi. Fungsi ini membantu masyarakat untuk pengetahuan dan informasi yang cukup relevan.
2. Fungsi pendidikan: media massa sebagai sarana dalam proses pendidikan dengan menyediakan informasi yang dapat mempengaruhi sikap serta pelaku di masyarakat.
3. Fungsi hiburan: media massa memiliki fungsi hiburan kepada khalayak dalam menyediakan konten-konten yang menghibur untuk masyarakat.
4. Fungsi mempengaruhi: media massa dapat dengan mudah mempengaruhi khalayak melalui tayangan yang disajikan
5. Fungsi intepretasi: media massa membantu masyarakat untuk memahami peristiwa-peristiwa yang ada dan dapat membentuk sudut pandang mereka tentang isu-isu tersebut.

2.1.3. Televisi

A. Pengertian

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian Televisi adalah system penyiaran gambar objek yang bergerak dan disertai dengan bunyi melalui kabel atau melalui angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya atau gambar dan bunyi menjadi gelombang listrik dan mengubah nya menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat di dengar, digunakan untuk penyiaran (Silvia, 2021: 125).

Sedangkan menurut (Roger Maxwell dalam Silvia, 2021: 125) bahwa Televisi adalah sebagai suatu cabang dari penyiaran radio, dan sebagaimana siaran radio, ia tergantung pada penyampaian tanda–tanda elektromagnetis secepat sinar.

B. Fungsi Televisi

Secara umum fungsi Televisi adalah memberikan informasi, mendidik, menghibur:

1. Fungsi informasi tidak hanya dalam bentuk siaran pandangan mata, atau berita yang dibicarakan penyiar, akan tetapi dalam menyiarkan informasi Televisi bisa juga menyiarkan dalam bentuk ceramah, diskusi dan komentar.
2. Fungsi mendidik Televisi merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan pendidikan kepada khalayak dan disampaikan secara simultan.
3. Fungsi menghibur dalam fungsi hiburan ini lebih dapat lebih dominan banyak disukai karena pada layar Televisi dapat di tampilkan gambar hidup beserta suara nya bagaikan seperti menyaksikan langsung di tempat kejadian (McQuail dalam Silvia, 2021: 125).

C. Karakteristik Televisi

Menurut (Agee, 2001 dalam Syafrina, 2022:39) ada beberapa karakteristik Televisi, yaitu:

1. Memiliki jangkauan yang luas
2. Dapat dikatakan “meniadakan” jarak dan waktu
3. Dapat di kordinasikan dengan media lain seperti film, foto dan gambar.
4. Membangkitkan media personal.
5. Menyajikan pengalaman langsung kepada khlayak.
6. Mampu menampilkan unsur warna, gerak, bunyi, dan proses yang baik.
7. Dapat menyimpan berbagai data dan informasi secara serentak dan menyebarkanluaskannya dengan cepat.

2.1.4. Program Tayangan Televisi

A. Pengertian Program Tayang

Undang-undang penyiaran Indonesia lebih sering menggunakan kata "program" daripada kata "siaran" untuk mengacu pada acara daripada kata "program", yang berasal dari kata bahasa Inggris "programme" atau "program", yang berarti acara atau rencana. Namun, kata "program" lebih sering digunakan untuk mengacu pada acara daripada kata "siaran". Segala sesuatu yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya disebut program. Akibatnya, program memiliki pengertian yang sangat luas (Morissan, 2018:210).

B. Tujuan Program

Pada umumnya tujuan program adalah untuk menarik dan mendapatkan sebanyak mungkin audien. Namun, jumlah audien yang banyak bukanlah satu satunya tujuan dari program itu sendiri. Tujuan utama program dalam sebuah Televisi komersial pada umumnya adalah untuk mendapatkan audien sebanyak banyaknya guna menarik iklan. Menurut (Edwin T vane dan Lyne s gross dalam bukunya yang di kutip oleh Morissan, 2018:291) terdapat lima tujuan penayangan suatu program televisi komersial yaitu:

1. Mendapatkan sebanyak mungkin audien tujuan dari kebanyakan program siaran Televisi adalah untuk mendapatkan sebanyak mungkin audien. Semakin banyak audien yang di dapat, maka semakin mahal tarif iklan yang harus dibayar.
2. Target audien tertentu kelompok audien anak anak, kelompok etnis tertentu serta audien yang jarang menonton Televisi juga merupakan bagian dari konstituen Televisi. Beberapa stasiun Televisi terkadang membuat program hanya untuk kelompok – kelompok tertentu.
3. Prestise stasiun Televisi menayangkan suatu program dengan tujuan utama untuk mendapatkan pengakuan dari pihak lain. Stasiun Televisi adakalanya perlu menayangkan film film untuk meningkatkan citra mereka pada publik. Tujuan dari

penayangan program seperti itu diperlukan guna membina public relation stasiun Televisi.

4. Penghargaan tujuan program dalam penghargaan guna menarik audien untuk menonton nya. Tujuan program penghargaan itu menjadi promosi gratis bagi program itu.
5. Kepentingan publik untuk memproduksi program untuk memenuhi kepentingan atau kebutuhan publik. Tujuan program untuk kepentingan publik adalah untuk menjaga kenyamanan, kepentingan dan kebutuhan publik. Pada satu sisi produksi program semacam ini menjadi kegiatan sosial yang tidak menguntungkan secara komersil tetapi disisi lain dapat menjadi kegiatan menguntungkan karena publik memang membutuhkannya (Morissan, 2018:291-294).

C. Jenis Program

Stasiun Televisi menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenis nya juga sangat beragam. Pada dasarnya apa saja bisa dijadikan program untuk ditayangkan di Televisi selama program itu menarik dan disukai audien, dan selama tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku. Berbagai macam program akhirnya di kelompokkan menjadi dua yaitu:

1. Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan kepada khalayak audien. Seperti namanya, program tayangan informasi memberikan banyak informasi untuk memenuhi rasa ingin tahu dari penonton terhadap suatu hal serta memberikan informasi kepada khalayak luas tentang apa yang sedang terjadi.
2. Program hiburan adalah bentuk dari tayangan program yang sifatnya menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan, musik, dan pertunjukan (Morissan, 2018:218-223).

D. Elemen Keberhasilan Program

Menurut Edwin T Vane dan Lynne S Gross di dalam buku Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi (Morissan, 2018:364) menjelaskan ada beberapa elemen dalam keberhasilan program. Program yang berhasil adalah program yang menarik banyak audien yang tertarik dan meminati pada suatu program tersebut. Namun demikian, program yang berhasil atau bisa banyak diminati audien harus memiliki beberapa elemen yang mencakup keberhasilan program. Ada beberapa elemen dalam keberhasilan program yaitu:

1. **Konflik** elemen paling penting di dalam keberhasilan program. Konflik merupakan adanya benturan kepentingan atau benturan karakter di antara tokoh tokoh yang terlibat. Tanpa adanya konflik, maka kecil kemungkinan program itu akan mampu menahan perhatian audien.
2. **Durasi** program yang berhasil adalah program yang dapat bertahan lama yang dimana program tersebut memiliki kemampuan untuk mempertahankan daya tarik nya selama mungkin.
3. **Kesukaan** sebagian audien memilih program yang menampilkan pemain utama atau pembawa acara yang mereka sukai. Terkadang Audiens menyukai suatu program bukan karena isinya, melainkan lebih tertarik dengan pembawa acara tersebut.
4. **Konsistensi** setiap program acara harus memiliki tema sentral serta konsisten. Dengan demikian, tidak boleh terjadinya pembelokan atau penyimpangan tema yang akan membuat audiens bingung dan pada akhirnya meninggalkan meninggalkan program tersebut

5. **Energi** setiap program harus memiliki energi yang mampu menahan audien untuk tidak mengalihkan perhatiannya kepada hal – hal lain.
6. **Timing** suatu program siaran harus memperhatikan waktu penayangannya, apakah program tersebut sudah cocok untuk di tayangkan pada jam tayangnya.
7. **Tren** bukan lah hal yang terlalu penting untuk diikuti, namun tren dapat menjadi jalan yang akan menunjukkan apa yang tengah disukai audien sehingga dapat menimbulkan minat menoton program tersebut sehingga memberikan tingkat keberhasilan yang tinggi pada suatu program tersebut.

2.1.5. Minat Menonton

Minat adalah sikap jiwa seseorang yang terdiri dari tiga fungsi jiwanya (kognitif, afektif, dan konatif) yang tertarik pada sesuatu dan merupakan komponen perasaan yang paling kuat dalam suatu hubungan. Dengan sikap dan perilaku yang persuasif, komunikator dapat menarik minat seseorang untuk melakukan apa yang dia katakan kepada komunikan dengan mengubah sikap, dan perilaku seseorang (Suryanto, 2015:354). Dalam buku nya Pengantar Ilmu Komunikasi mengatakan sikap-sikap individu menjelaskan minat menonton yang dipengaruhi terdiri atas tiga komponen yaitu:

1. **Kognitif** - perilaku idndividu yang berkaitan dengan jenis pengolahan, pengetahuan dan kepercayaan individu, dan ekspektasi tentang objek yang diperkenalkan. Aspek kognitif mencakup kemampuan berpikir sederhana, seperti pengetahuan sekilas dan harapan penonton tentang konten.
2. **Afektif** - adalah proses yang menunjukkan perasaan tertentu terhadap objek dan menimbulkan kecenderungan untuk menyukai atau tidak menyukai objek tersebut. Segala sesuatu yang berkaitan dengan emosi atau suasana hati, seperti sikap, perasaan, dan minat akan sesuatu, seperti menerima sesuatu atau menunjukkan

perhatian terhadap orang lain, responsif atau tertarik pada sesuatu, dan kemudian penilaian, yaitu seperti menerima, menolak, atau tidak menyatakan pendapat.

3. **Konatif** - tahapan individu untuk bertindak terhadap suatu objek; aspek konatif dapat didefinisikan sebagai perilaku individu ketika sudah sampai ke tahap individu untuk bertindak terhadap suatu objek. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa aspek konatif adalah perwujudan dari aspek afektif dan aspek kognitif.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah bagian yang sangat penting, di karenakan dengan adanya penelitian terdahulu ini bertujuan sebagai bahan landasan, perbandingan, serta acuan. Dalam hal ini peneliti mencantumkan beberapa penelitian terdahulu terkait penelitian yang akan dilakukan kemudian membuat ringkasannya. Berikut adalah daftar referensi yang dapat di lihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. 1.
Penelitian Terdahulu

No.	Identitas Penelitian	Pendekatan dan Metode	Temuan atau Hasil	Perbedaan penelitian
1.	Pengaruh tayangan kartun di tv terhadap kemampuan bersosialisasi anak Communications Vol. 2 No. 1 Januari 2020.) fajri raihan, fadilla rachman, irwan gita saputra, (2020.)	Metode Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk membahas pengaruh tayangan kartun di tv terhadap kemampuan bersosialisasi anak. Sumber data yang diperoleh adalah dari pembagian kuesioner di lapangan.	Hasil pengujian menunjukkan bahwa variable tayangan kartun di tv berpengaruh secara signifikan terhadap kemampuan bersosialisasi anak, itu berarti bahwa tayangan kartun di Televisi mempengaruhi kemampuan bersoisalisasi anak.	Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada variabel y yang di gunakan fajri raihan, racham irwan dan gita saputra menggunakan variabel y kemampuan bersosialisasi anak. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan minat menonton.

No.	Identitas Penelitian	Pendekatan dan Metode	Temuan atau Hasil	Perbedaan penelitian
2.	<p>Praktik ekonomi politik media pada tayangan Liga Inggris di tvri</p> <p>Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis Vol. 4 No. 1</p> <p>sanjaya, Makroen (2020)</p>	<p>Metode yang digunakan pada artikel ini adalah metode studi literatur yang digunakan dalam artikel ini berbasis perspektif teori ekonomi politik media Golding & Murdock, dan observasi terhadap salah satu episode tayangan</p>	<p>Bahwa terjadi interplay antara organisasi ekonomi, yaitu Mola TV sebagai pemegang hak siar Liga Primer Inggris di Indonesia yang orientasinya adalah mencari keuntungan, dengan memanfaatkan tvri sebagai institusi budaya publik.</p>	<p>Makroen Sanjaya pada penelitiannya membahas tentang ekonomi politik media pada tayangan sedangkan pada penelitian ini membahas program tayangan terhadap minat menonton.</p>
3.	<p>Pengaruh terpaan program tayangan 86 Net terhadap perilaku tertib berkendara remaja desa Jatisawit Kecamatan Bumiayu</p> <p>JSPP Vol. 1 No.1. Mar-Sept</p> <p>(Nurfaizi M & Miranti Arlinda,) (2020.)</p>	<p>Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan teknik pengambilan sampel non probability sampling dengan metode purposive sampling dan jumlah sampel sebanyak 90 responden yang merupakan remaja desa Jatisawit Kecamatan Bumiayu</p>	<p>Temuan penelitian menunjukkan bahwa terpaan program tayangan 86 Net menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai signifikansi 0,004 dan berhubungan positif terhadap perilaku tertib berkendara remaja desa Jatisawit, Kecamatan Bumiayu.</p>	<p>Pada penelitian Nurfaizi dan Miranti membahas tentang terpaan program siaran terhadap perilaku berkendara sedangkan pada penelitian ini membahas program acara dan minat menontonnya.</p>
4.	<p>Pengaruh intensitas menonton tayangan program iLook Net TV terhadap perilaku remaja dalam berbusana (Kasus Siswi</p>	<p>penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengumpulan data di penelitian ini berupa populasi dan sampel.</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas jam tayangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku remaja. Berdasarkan uji</p>	<p>Terdapat perbedaan pada variabel Y dimana peneliti meneliti minat menonton televisi, sedangkan pada penelitian terdahulu tersebut meneliti perilaku remaja</p>

No.	Identitas Penelitian	Pendekatan dan Metode	Temuan atau Hasil	Perbedaan penelitian
	<p>Kelas XII SMK Negeri 3 Kota Bogor)</p> <p>Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi Volume 5, No. 1, Tahun 2021</p> <p>(Kamila, Martha, dan Satriani) (2021)</p>		<p>kekuatan hubungan sebesar 0,381, intensitas menonton program iLook memiliki pengaruh terhadap perilaku remaja sebesar 0,145.</p>	<p>dalam berbusana. Kemudian pada variabel X, penelitian terdahulu meneliti program tayangan ILOOK di NET TV, sedangkan penulis meneliti program tayangan olahraga sepak bola</p>
5.	<p>pengaruh menonton tayangan Televisi terhadap perkembangan perilaku anak kelas 4 di sdn 3 gesik.</p> <p>Journal anthology of film and Television studies volume 1, No. 3, Tahun 2021</p> <p>(Yunita Rizqianthi 2021)</p>	<p>metode yang di gunakan pada penelitian ini adalah Metode Kuantitatif yang bersifat deskriptif dengan menggunakan teknik pengambilan data yang di lakukan dengan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan angket pertanyaan, teknik dokumentasi, dan studi referensi</p>	<p>Hasil penelitian ini berasal dari penyebaran google form yang telah dibuat dan dibagikan oleh orang tua anak-anak kelas 4 di SDN 3 GESIK. pada hasil data menunjukkan bahwa menonton Televisi memiliki efek baik dan buruk terhadap perkembangan perilaku anak-anak kelas 4 di SDN 3 GESIK.</p>	<p>Terdapat perbedaan dalam penelitian ini yaitu pada variabel Y yang dimana peneliti meneliti minat menonton Televisi, sedangkan pada penelitian terdahulu meneliti perkembangan perilaku anak.</p>
6.	<p>Pengaruh tayangan Televisi program acara islam itu indah terhadap peningkatan pemahaman keagamaan masyarakat kota bogor</p>	<p>Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan menggunakan pendekatan penelitian lapangan</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara menonton program acara Islam itu indah di Televisi dan peningkatan pemahaman keagamaan masyarakat. Semakin sering</p>	<p>Terdapat perbedaan dalam penelitian ini yaitu pada variabel Y diamanan peneliti mengukur dari minat menonton Televisi sedangkan pada penelitian terdahulu tersebut meneliti peningkatan pemahaman</p>

No.	Identitas Penelitian	Pendekatan dan Metode	Temuan atau Hasil	Perbedaan penelitian
	<p>Journal of communiacion science and Islamic da'wah. Volume 7, no. 2 Tahun 2023</p> <p>(Azizi dan Anggrayni)</p> <p>(2023)</p>		<p>orang menonton program acara Islam itu indah, semakin banyak mereka memahami keagamaan.</p>	<p>keagamaan masyarakat akibat pengaruh program tayangan tersebut.</p>
7.	<p>Pengaruh Tayangan Komedi Laporan pak! Terhadap Loyalitas Menonton Program di Trans 7(Survei Masyarakat RW 012 Kedaung Ciputat Tangerang Selatan)</p> <p>(Desti, Sri Purwati ningsih 2024)</p>	<p>Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah Kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik non probality sampling</p>	<p>Hasil pada penelitian terdahulu ini menunjukkan bahwasanya terdapat pengaruh program tayangan komedi Laporan pak! terhadap loyalitas penonton</p>	<p>Terdapat perbedaan pada penelitian terdahulu ini yaitu pada bagian survey penelitiannya. penelitian terdahulu ini melakukan survei pada Masyarakat Kedaung Ciputat Tangerang Selatan. Sedangkan pada penelitian ini peneliti melakukan survei terhadap remaja khususnya mahasiswa.</p>
8.	<p>Pengaruh Minat Menonton Tayangan "Take Me Out" Terhadap Remaja Di Kelurahan Palmerah (Survei remaja RW 03 Kelurahan Palmerah Jakarta Barat)</p> <p>(Muharram, Subhan 2022)</p>	<p>Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan teknik purposive sampling</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat probabilitas sebesar 0,000 yakni jauh lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 yang berarti H0 di tolak Ha di terima atau terdapat pengaruh yang signifikan</p>	<p>Perbedaan pada penelitian ini adalah pada survei, peneliti melakukan survey pada remaja khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UMJ sedangkan pada penelitian ini melakukan survei pada remaja di kelurahan palmerah Jakarta Barat)</p>

No.	Identitas Penelitian	Pendekatan dan Metode	Temuan atau Hasil	Perbedaan penelitian
9.	Pengaruh Tayangan Program Tv Hit Power di Lejel Home Shopping Terhadap Body Image Pada Remaja (Rafiahni, Meidi 2022)	Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah Kuantitatif dengan menggunakan teknik pengambilan sampel proporsive sampling	pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapatnya pengaruh positif antara pengaruh Tayangan Program Hit Power di TV Lejel Home Shoping terhadap Body Image pada Remaja.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Program Tayangan Sepak Bola BRI Liga 1 Indonesia Terhadap Minat Menonton Televisi Bagi Remaja Sedangkan pada penelitian terdahulu ini meneliti tentang seberapa besar Pengaruh Tayangan Program Hit Power di TV Lejel Home Shoping terhadap Body Image pada Remaja
10.	Pengaruh tayangan Relilgi “Berita Islami Masa Kini” Terhadap Kepuasan Penonton dikalangan Ibu-Ibu. (Fazira,Fitria 2020)	Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah Metode deskriptif Kuantitatif	Hasil Pada penelitian ini, ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang paling besar dari variabel (X2) dengan presentase 15% dengan kategori rendah. Sementara pengaruh yang terkecil adalah variabel (X1) dengan presentase 14% dengan kategori terendah	Perbedaan penelitian dengan penelitian ini adalah terdapat perbedaan pada dalam jenis program. Pada penelitian terdahulu ini meneliti program tayangan religi berita islami masa kini sedangkan peneliti meneliti program tayangan Sepak bola BRI liga 1 Indonesia di stasiun televisi Indosiar

2.3. Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah pernyataan sementara tentang hasil penelitian yang masih perlu dibuktikan kebenarannya. Hal ini dilakukan karena hasil penelitian baru di dasarkan pada teori yang lebih relefan daripada

fakta yang di kumpulkan melalui pengumpulan data. Dalam penelitian ini dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ho: Tidak terdapat pengaruh antara Program Tayangan Televisi Sepakbola BRI Liga 1 Indonesia terhadap minat menonton Televisi bagi para remaja.

H1: Terdapat Pengaruh antara Program Tayangan Televisi Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia terhadap minat menonton Televisi bagi para remaja

2.4. Kerangka Konsep

Kerangka konsep pada tabel 2.2 di bawah menjelaskan bahwa pada penelitian ini terdapat dua variabel yaitu Program Tayangan pada (variabel X) dan Minat Menonton Televisi pada (variabel Y). Pada tabel di atas juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Program Tayangan Sepakbola BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar terhadap Minat Menonton Televisi bagi remaja. Kerangka konsep di atas juga menjelaskan bahwa Program Tayangan (variabel X) memiliki dimensi Konflik, Durasi, Kesukaan, Konsistensi, Energi, Timing, Tren yang diduga akan mempengaruhi minat menonton Televisi (variabel Y) Kognitif, Afektif, Konatif. Maka tabel di bawah ini berguna untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Program Tayangan Televisi Sepakbola BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar terhadap minat menonton Televisi bagi para remaja.

Tabel 2. 2.
Kerangka Konsep

