

**Korelasi Antara Persepsi Pembawa Acara Dengan Minat Menonton**

*Talkshow “Kick Andy” Di Metro TV*

**(Studi Pada Mahasiswa Jurnalistik 2012-2013)**



**Skripsi**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Strata Satu Sosial (S.sos)**

**Dalam Ilmu Dakwah Dan Komunikasi**

**Oleh**

**Arifia Fadillah Sirangkang**

**Nim : 12530014**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**JURUSAN JURNALISTIK**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG**

**2017**

## NOTA PEMBIMBING

Perihal : Pengajuan Ujian Munaqasyah

Kepada

Yth. Dekan Fakultas  
Dakwah dan Komunikasi  
UIN Raden Fatah  
Palembang

di

Palembang

*Assalamu'alaikum, Wr. Wb.*

Dengan hormat, setelah mengadakan bimbingan dengan sungguh-sungguh, maka kami berpendapat bahwa saudari Arifia Fadillah Sirangkang, 12530014, yang berjudul **“Korelasi Antara Persepsi Terhadap Pembawa Acara dengan Minat Menonton *Talkshow* ‘Kick Andy’ di MetroTV (Studi Pada Mahasiswa Jurnalistik 2012 – 2013)** sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqasyah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Demikian prihal ini kami sampaikan dan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.*

Palembang, Desember 2016

Pembimbing I

Pembimbing II

**Drs. Syahir, M.Si**

**Manah Rasmanah, M.Si**

**NIP. 19521223 198303 1 003**

**NIP. 19720507 200501 2 004**

## **PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA**

Nama: Arifia Fadillah Sirangkang

Nim : 12530014

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan : Jurnalistik

Judul Skripsi : Korelasi antara persepsi terhadap pembawa acara dengan minat menonton *Talkshow* “Kick Andy” dengan minat menonton (studi pada mahasiswa jurnalistik 2012-2013)

Telah dimunaqosyahkan dalam sidang terbuka Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang pada :

Hari/Tanggal : Kamis / 16 Februari 2017

Tempat : Ruang Sidang Munaqosyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Program Strata 1 (S1) pada jurusan Jurnalistik di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Palembang, 16 Februari 2017

**DEKAN**

**Dr. Kusnadi, MA**

**NIP. 19710819 200003 1 002**

## **TIM PENGUJI**

**Ketua**

**Sekretaris**

**Dr. Kusnadi, MA**

**NIP. 19710819 200003 1 002**

**Rusmala Santi, M. Kom**

**NIP. 19791125 201403 2 002**

**Penguji I**

**Penguji II**

**Drs. M. Amin Sihabuddin, M.Hum**

**NIP. 19590403 198303 1 006**

**Sumaina Duku, S.IP, M.Si**

**NIP. 19820116 200912 2 012**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arifia Fadillah Sirangkang  
Tempat & Tanggal Lahir : Palembang, 11 Januari 1994  
NIM : 12530014  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jurusan : Jurnalistik  
Judul Skripsi : Korelasi Antara Persepsi Mahasiswa terhadap Pembawa Acara dengan Minat Menonton *Talkshow* 'Kick Andy' di MetroTV (Studi pada Mahasiswa 2012 -2013)

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan, dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran peneliti dengan pengarahan pembimbing yang ditetapkan.
2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar akademik yang saya peroleh melalui skripsi ini.

Palembang,

Yang Membuat Pernyataan

Arifia Fadillah Sirangkang

NIM. 12530014

## ***MOTTO dan PERSEMBAHAN***

*“Allah tidak membebani kewajiban kepada seseorang kecuali sesuai dengan kesanggupannya, perbuatannya yang baik untuk sendiri dan tidak baik menjadi tanggungannya sendiri pula .”*

*(Q.S:Al Baqarah 286)*

*“ketahuilah bahwa cinta-nya kita terlahir di dunia ini dialah sosok yang penuh dengan cinta, yang menggenggam cinta sejati dialah sang pencinta yang sarat dengan cinta, cintai dia dengan sepenuh hati sebagaimana dia mencintai kita dialah Allah sang pencipta.”*

*( Multazim Biwa'dillah )*

### ***Skripsi Ini Peneliti Persembahkan Kepada:***

*Kedua orang tuaku Bpk Sumoro yang selalu mendidikku untuk hidup mandiri dan ibu Ferry Trikusumawati peraduanaku yang selalu penuh kelembutan merangkulku saat aku merasa lemah.*

*Saudara-saudaraku terkasih (Anisa nurul Ulfa, Muhammad Izzuridin Atsir dan Shakira Anandita ) yang senantiasa mendukungku setiap waktu.*

*Sahabat terbaikku (Eka Nurlalily apriani dan Maria Dakosta S.Sos).*

*Almamaterku.*

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Swt, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Korelasi Antara Persepsi Mahasiswa Terhadap Pembawa Acara Dengan Minat Menonton Talkshow 'Kick Andy' Di MetroTv (Studi Pada Mahasiswa Jurnalistik 2012-2013)*.

Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada nabi besar junjungan kita nabi Muhammad Saw, beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Yang telah membawa umat manusia kepada jalan kebenaran.

Pada kesempatan ini peneliti ingin menghaturkan ucapan terimakasih tak terhingga kepada orang tuaku bapak Sumoro dan Ibu Ferry Trikusumawati yang selalu mendo'akan tiada henti serta menjadi motivator pertamaku untuk menyelesaikan skripsi ini. Juga kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penulisan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bpk Kusnadi, M.A selaku Dekan fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
2. Bpk Drs. Syahir, M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Manah Rasmanah, M.Si selaku pembimbing II yang telah membantu dan membimbing selama proses penulisan skripsi ini
3. Ibu Sumaina Suku, S.IP, M.Si, selaku dosenpembimbing akademik dan ketua jurusan Jurnalistik

4. Segenap bpk/ibu dosen yang telah berbagi ilmu selama saya menempuh pendidikan di Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
5. Seluruh staf administrasi fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
6. Saudara-saudaraku Anisa Nurul Ulfa S.E, Shakira Anandita dan Muhammad Izzurdin Atsir terima kasih selalu mendukung, mendo'akan dan menemaniku berjuang menyelesaikan studiku
7. Sahabatku Maria Dakosta S.Sos dan Eka Nurlaily Apriani yang selalu mensupport ku setiap waktu.
8. Teman-teman seperjuanganku seluruh mahasiswa jurnalistik angkatan 2012, khususnya jurnalistik A yang telah mengukir memori indah yang begitu manis dalam ingatan
9. Almamaterku

Dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari adanya keterbatasan dan kekurangan didalamnya sehingga skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu peneliti mengharapkan masukan (kritik dan saran) yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan dimasa yang akan datang.

Akhir kata, penulis harapkan semoga Skripsi ini dapat berguna bagi peneliti maupun pihak lain yang sebagai bahan pembelajaran dibidang ilmu kejournalistikan, dan dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya.

Palembang, 16 Februari 2017

Peneliti

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERYATAAN</b> .....	v
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>ABSTRAK</b> .....	xi

### **BAB I      PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Tinjauan Pustaka .....	6
F. Kerangka Teori.....	8
G. Metode Penelitian.....	10
H. Sistematik Penelitian .....	20

## **BAB II     LANDASAN TEORI**

A. Persepsi .....	22
B. Pembawa Acara.....	28
C. Televisi.....	31
D. Minat Menonton.....	38
E. Hubungan Persepsi Mahasiswa dan Minat Menonton .....	44

## **BAB III    DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN**

A. Sejarah berdirinya UIN Raden Fatah .....	51
B. Sejarah Fakultas Dakwah dan Komunikasi.....	53
C. Sejarah Prodi Jurnalistik .....	68

## **BAB IV    HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Uji Instrumen	
1. Uji Validitas .....	73
2. Uji Reliabilitas .....	78
B. Hasil Penelitian	
1. Analisa Variabel Persepsi terhadap pembawa acara .....	79
2. Analisa Variabel Minat Menonton.....	85
3. Analisa Hipotesis Korelasi .....	91
C. Pembahasan.....	95

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	100
B. Saran.....	103

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Populasi Penelitian.....	12
Tabel 2. Defenisi Operasional Persepsi .....	14
Tabel 3. Defenisi Operasional Minat Menonton.....	15
Tabel 4. Kisi-kisi Variabel X .....	16
Tabel 5. Kisi-kisi Variabel Y .....	16
Tabel 6. Penghargaan Program <i>Talkshow</i> ‘Kick Andy’ .....	36
Tabel 7. Keadaan Sarana dan Prasarana Fakultas Dakwah.....	64
Tabel 8. Data Mahasiswa Jurnalistik .....	70
Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel X.....	71
Tabel 10. Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	73
Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas X dan Y .....	76
Tabel 12. Skor Data Variabel X.....	77
Tabel 13. Distribusi Frekuensi Variabel X .....	80
Tabel 14. Persentase T-S-R Variabel X .....	82
Tabel 15. Skor Data Variabel Y .....	83
Tabel 16. Distribusi Frekuensi Variabel Y .....	84
Tabel 17. Persentase T-S-R Variabel Y .....	87
Tabel 18. Jumlah Skor Data Penelitian .....	88
Table 19. hasil Uji Korelasi (SPSS 16).....	89
Tabel 20. Tingkat dan Kekuatan Korelasi.....	95

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Teori S-O-R.....	9
Gambar 2. Variabel Penelitian .....	11
Gambar 3. Teori S-O-R.....	44

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “*Korelasi Antara Persepsi Mahasiswa Terhadap Pembawa Acara Dengan Minat Menonton Talkshow “Kick Andy”(studi pada mahasiswa Jurnalistik angkatan 2012-2013)*”. Tujuan penelitian ini untuk mengungkap mengenai ada atau tidaknya Korelasi antara Persepsi Mahasiswa Terhadap Pembawa Acara Dengan Minat Menonton Talkshow “Kick Andy” Pada Mahasiswa Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian berjumlah 165 orang, sementara sampelnya berjumlah 35 orang diperoleh dari rumus Slovin dengan teknik *Random Sampling (sampel acak)*. Statistik pengujian terhadap hipotesis menggunakan Korelasi Produk moment dengan bantuan program statistik *SPSS 16*. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel Persepsi terhadap Pembawa Acara sebagai variabel bebas (X) dan Minat Menonton sebagai variabel terikat (Y). Berdasarkan hasil pengolahan data, didapatkan bahwa hasil korelasi antara Persepsi Mahasiswa terhadap Pembawa Acara dan Minat Menonton *talkshow “Kick Andy”* di MetroTv sebesar 0,242 yang berarti hubungan yang lemah dengan taraf 0,646 yang berarti adanya hubungan yang tidak signifikan antara kedua variabel. Sementara arah hubungan bernilai positif (+) yang artinya kedua variabel memiliki hubungan searah (apabila nilai variabel X naik, maka nilai variabel Y akan naik, begitu sebaliknya). Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara persepsi mahasiswa terhadap Pembawa Acara dengan minat menonton *talkshow ‘Kick Andy’* di MetroTv.

Keywords : Persepsi, Pembawa Acara, Minat Menonton.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Jurnalistik media elektronik audiovisual atau jurnalistik televisi siaran merupakan gabungan dari segi verbal, visual, teknologi dan dimensi dramatik<sup>1</sup>. Televisi sebagai media komunikasi massa mempunyai banyak kelebihan dalam menyampaikan pesan-pesannya dibandingkan dengan media komunikasi massa lainnya, karena televisi menyampaikan pesannya melalui gambar dan suara secara bersamaan dan hidup, sangat cepat dan menjangkau ruang yang sangat luas. Televisi kini semakin mendominasi komunikasi massa dikarenakan sifatnya yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Media televisi sudah sedemikian besar daya tariknya bagi masyarakat baik sebagai pihak penyelenggara siaran-siaran yang disajikan.

Disisi lain, kehadiran banyak stasiun televisi memberikan pilihan kepada penonton untuk memilih program yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Kondisi ini memaksa stasiun televisi untuk melakukan beragam acara agar tidak ditinggal oleh penonton. Selama 24 jam televisi menyuguhkan tayangan berita, sinetron, film, music, *talkshow*, olahraga dan sebagainya. Salah satu acara yang banyak menarik

---

<sup>1</sup> Sumadiria, AS Haris. *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature*, Panduan Praktis Jurnalis Profesional. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media), h.5

perhatian penonton adalah acara *talkshow*. Kita melihat program acara tersebut hadir dari pagi, siang, sore, bahkan malam hari. Contohnya, Curahan hati seorang perempuan, Mata Najwa, hitam putih, Rumpi, Dokter OZ, kick Andy dan masih banyak lagi.

Menyadari pentingnya *talkshow* untuk ditonton dalam memotivasi kehidupan seseorang. Ada banyak acara *talkshow* dalam media elektronik di Indonesia semakin meningkat. Menciptakan persaingan yang semakin ketat antara para acara *talkshow* yang ada di televisi, hal ini ditandai dengan munculnya acara-acara baru yang semakin berani didalam menyuguhkan motivasi-motivasi yang berbeda kepada penonton. Tentunya cukup membingungkan penonton dalam memilih acara *talkshow* yang diinginkan. Indonesia sebagai negara maju dengan negara yang merdeka mempunyai banyak acara yang berbeda-beda di beberapa stasiun televisi yang sangat diminati oleh masyarakat dalam dan luar negeri. Indonesia juga merupakan salah satu negara terbaik dunia. Dari keberagaman acara yang ada muncul ide untuk memadukan inspirasi yang ada dalam sebuah acara yang dihadirkan. acara ini memfokuskan diri pada *talkshow* di media televisi. Dunia *talkshow* di televisi dipenuhi dengan beraneka ragam bentuk gambaran kehidupan masyarakat dari yang sangat realistis hingga gambaran tentang mimpimimpi imajinatif. Kebanyakan *talkshow* di televisi adalah suatu drama, meskipun hanya berlangsung singkat sekali. Sebagai drama, ia mempunyai tiga unsur pokok: tokoh fiktif, jalan cerita (plot) dan dialog. Penelitian ini

didasari atas beberapa teori tentang proses komunikasi dan penandaan takshow yang membentuk citra tertentu.

Merupakan suatu acara yang bermutu yang diharapkan dapat berpengaruh dan motivasi terhadap pemirsanya, khususnya para mahasiswa yang selalu ingin menambah wawasannya melalui acara-acara yang berbobot. Di sebuah program acara televisi, audien sangatlah penting dalam menentukan apakah sebuah acara tersebut layak untuk dijadikan tontonan ataupun sebagai media dalam mendapatkan informasi. Selama ini banyaknya program hiburan sejenis yang bisa dijadikan alternatif pilihan oleh masyarakat dan membedakan antara program acara satu dengan yang lainnya adalah dalam hal pengemasan sebuah acara. Sehingga acara tersebut banyak mendapatkan perhatian atau respon dari penonton. Jidi bila ada hal-hal yang mengakibatkan penonton terharu, terpesona, atau latah, bukanlah sesuatu yang istimewa, sebab salah satu pengaruh psikologi dari televisi seakan-akan menghipnotis penonton, sehingga mereka seolah-olah hanyut dalam keterlibatan pada kisah atau peristiwa yang dihidangkan televisi atau barangkali lebih tepat dikatakan peniru, yang sering kali dipermasalahkan yakni peniru negatif, kenyataan televisi tidak selalu menimbulkan pengaruh peniruan negatif, tidak jarang juga yang positif. Ada pun acara *talkshow* yang baik, tetapi hanya mencakup nilai reting diurutan no tiga, contohnya **Hitam Putih** berdasarkan nilai retingnya hanya mencapai 67.30%. Sehingga berbeda sekali dengan **Kick Andy** yang nilai ratingnya 68.90% dengan

nilai urutan pertama di acara *talkshow*<sup>2</sup>. Sehingga menurut penulis, *talkshow* diatas sama-sama berpengetahuan luas, mendidik dan begitu banyaknya pengalaman baru dari bintang tamu yang dihadirkan, akan tetapi kenapa rating dari keduanya berbeda, adakah pengaruh pembawa acara disni sehingga keduanya memiliki perbedaan. Atas dasar hal tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti ***“KORELASI ANTARA PERSEPSI TERHADAP PEMBAWA ACARA DENGAN MINAT MENONTON “KICK ANDY” DI METRO TV”***

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalahnya :

1. Bagaimana persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara “Kick Andy” ?
2. Bagaimana minat mahasiswa terhadap acara *talkshow* kick andy ?
3. Bagaimana hubungan/korelasi antara persepsi terhadap pembawa acara dengan minat menonton acara “Kick Andy” ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam meneliti ini adalah korelasi persepsi terhadap pembawa acara dengan minat menonton *talkshow* “Kick Andy” di Metro TV.

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara dengan minat *talkshow* “Kick Andy”.

---

<sup>2</sup> *M.tempo.co/read/news-acara-talk-show-paling-banyak-ditonton-versi-survei-kpi*, Arif Arianto,(Tujuh Acara Paling Banyak Ditonton Versi Survei KPI), diAkses 13 Juni 2016, Pukul 14.00 WIB.

2. Untuk mengetahui bagaimana minat mahasiswa terhadap acara *talkshow* “kick andy”.
3. Untuk mengetahui bagaimana hubungan/korelasi antara persepsi terhadap pembawa acara dengan minat menonton acara “kick Andy”.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian diharapkan dapat melengkapi teori-teori mengenai komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan cara *talkshow* di televisi. Penelitian ini dapat menambahkan sumber ilmu pengetahuan mengenal dunia jurnalistik pada media pertelevisian. Khususnya ilmu mengenai pembawa acara talkshow dan sejenisnya dalam suatu program televisi.

##### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian sejenis. Atau untuk melanjutkan penelitian tentang dunia jurnalistik televisi dengan mengambil topik kajian yang berbeda dengan kajian dalam penelitian.

## E. Tinjauan Pustaka

Ada beberapa penelitian (skripsi) yang hampir memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan diuji terhadap objek televisi. Penelitian pertama, penelitian oleh Artha 20 08 053 0105 mahasiswa Universita Muhamadiyah Yogyakarta Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Tahun 2013 yang berjudul: *“Analisis Persepsi Penonton Masyarakat Mancasan Daerah Yogyakarta Terhadap Talkshow Kick Andy dan Golden Award Di Metro Tv”*. Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu sama-sama meneliti sebuah program *Talkshow Kick Andy* yang ada pada stasiun Televisi Metro TV, tetapi penelitian yang dilakukan Artha ini hanya menganalisis pendapat terhadap masyarakat yang mungkin kurang akurat, sehingga memiliki perbedaan dengan penelitian sekarang, hasil pembahasan yang dilakukan artha pada skripsinya yaitu penulis mencoba untuk mengetahui analisis persepsi yang terjadi pada ibu-ibu rumah tangga di masyarakat Kutoarjo tentang tayangan “Kick Andy” tersebut, Berdasarkan masalah yang telah tertulis diatas, maka jenis penelitian yang diambil adalah penelitian deskriptif kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> <https://www.scribd.com/doc/210089098/Analisis-Resepsi-Penonton-Masyarakat-Mancasan-Daerah-Yogyakarta-Terhadap-Talkshow-Kick-Andy-Di-Metro-Tv>, Artha, (Analisis Persepsi Penonton Masyarakat Mancasan Daerah Yogyakarta Terhadap Talkshow KickAndy dan Golden Awars DiMetro Tv), diakses 13 Juni 2016, pukul 10.04 Wib.

Kedua, penelitian yang berjudul **“Dampak Siaran Sinetron Televisi Terhadap Akhlak Remaja Di Desa Sukarami kecamatan Sekayu Kabupaten Musi Banyuasin (MUBA)”** oleh Hairul Ilyasa 96 51 039 mahasiswa universitas UIN Raden Fatah Palembang Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam 2001 pada penelitian Hairul pada *Dampak Siaran Sinetron Televisi Terhadap Akhlak Remaja* yang disiarkan oleh stasiun Televisi. Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu sama-sama meneliti siaran Televisi, yang membedakan penelitian tersebut adalah jika Hairul meneliti siaran sinetron kalau penulis meneliti siaran *Talkshow*. Hasil pembahasan yang diteliti Hairul yaitu membahas tentang dampak siaran sinetron bagi remaja yang mempunyai peran menghibur, mendidik serta disisilain begitu banyaknya dampak yang terjadi dikalangan remaja. Berdasarkan masalah yang telah tertulis diatas, maka jenis penelitian yang diambil adalah penelitian deskriptif kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati<sup>4</sup>.

Ketiga, penelitian yang berjudul **“Pengaruh Oprah Winfrey Dalam Acara The Oprah Winfrey Show Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Pembawa Acara”** oleh Nadia Chairinal D 04 09 04077 mahasiswa Universitas Sumatera Barat jurusan Departemen Ilmu Komunikasi 2011. Pada penelitiannya Nadia meneliti pada *Oprah Winfrey Dalam Acara The Oprah Winfrey Show* yang disiarkan oleh Stasiun Televisi. Penelitian ini memiliki persamaan yaitu sama-sama membahas tentang

---

<sup>4</sup> Hairul Ilyasa., Skripsi: *Dampak Sinetron Televisi Terhadap Akhlak Remaja*, UIN Raden Fatah Palembang 2001.

pengaruh minat mahasiswa, yang membedakan penelitian ini ialah jika Nadia meneliti tentang minat mahasiswa menjadi pembawa acara kalau penulis sekarang meneliti tentang minat menonton mahasiswa. hasil pembahasan yang dilakukan Nadia pada skripsinya yaitu penulis mencoba untuk mengetahui Pengaruh *Oprah Winfrey* Dalam Acara *The Oprah Winfrey Show* Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Pembawa Acara, Berdasarkan masalah yang telah tertulis diatas, maka jenis penelitian yang diambil adalah penelitian Kuantitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data kuantitatif dengan statistik yang lebih akurat.

#### **F. Kerangka Teori**

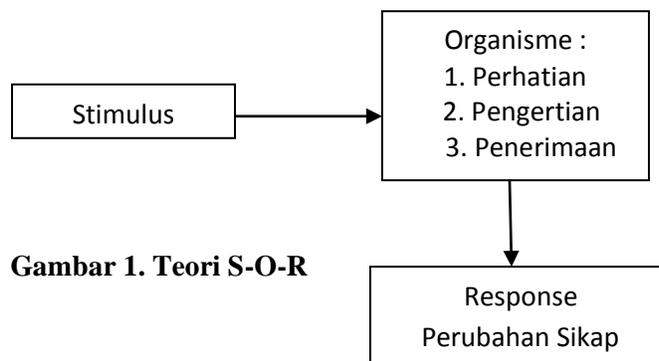
Hubungan antara pembawa acara dengan minat menonton sangat berkaitan sekali karena sebuah acara jika tidak ada pembawa acara, acara tersebut tidak akan berjalan karena pembawa acara itu disebut *master carimoni* yaitu berguna untuk dalam menyampaikan/ meneruskan/ menyebarkan pesannya agar dapat sampai kepada komunikan/ penerima pesan. Dengan demikian komunikator itu harus berbicara dan berhadapan dengan komunikan. Dalam teori S-O-R sebagai singkatan dari stimulus – organism – respon ini semula berasal dari psikologi. kalau kemudian menjadi juga teori komunikasi, tidak mengherankan, karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi, adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Santoso Sastropoetra, komunikasi social, (bandung: remadja karya.1987),h.11.

Prof. Dr. Mar'at dalam bukunya "sikap manusia" perubahan serta pengukurannya, mengutip pendapat Hovland, Janis, dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variable penting<sup>6</sup>, yaitu :

1. Perhatian
2. Pengertian
3. Penerimaan



**Gambar 1. Teori S-O-R**

Gambar di atas menunjukkan bahwa perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu.

Dari uraian gambar diatas dihubungkan dengan mengenai acara *talkshow* "Kick Andy" diMetro TV dan pengaruhnya terhadap maka hubungannya dengan teori S-O-R dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Stimulus (pesan) yang dimaksud adalah materi acara atau pesan yang disampaikan dalam acara *talkshow* "Kick Andy" diMetro TV.

---

<sup>6</sup> *Ibid, h.12*

2. Organisme (Komunika) yang menjadi sasaran adalah pemirsa acara *Talkshow* “Kick Andy” diMetro TV, yang dalam penelitian ini merupakan mahasiswa jurusan jurnalistik fakultas dakwah dan komunikasi yang pernah menonton acara ini.

3. Respon (Efek) yang dimaksud adalah terjadinya peningkatan wawasan mahasiswa UIN setelah menonton acara *talkshow* “Kick Andy” diMetro TV.

## **G. Metode Penelitian**

### **a. Jenis dan sumber data penelitian**

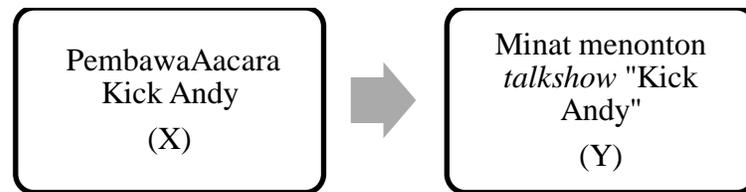
Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dan merupakan penelitian kuantitatif deskriptif yaitu data-data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan di analisa dengan teknik statistik kemudian dipaparkan secara deskriptif. objek penelitiannya, mahasiswa jurnalistik angkatan 2012 sampai 2013 Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Sedangkan, sumber data penelitian dibedakan menjadi dua macam, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung yang diambil dari informan melalui kuesioner atau angket. Kemudian data sekunder merupakan data pelengkap yang berasal dari literatur atau dokumentasi yang memiliki kaitan dengan penelitian yang dikaji.

## b. Variabel Penelitian

Dalam Penelitian ini, terdapat dua variabel yang dilihat oleh peneliti yakni variabel bebas merupakan variabel yang menjadi sebab serta mempengaruhi variabel terikat. Sedangkan, variabel terikat merupakan variabel yang menjadi akibat atau variabel yang dipengaruhi atas adanya variabel bebas.

Secara teoritis skema variabel adalah:



**Gambar 2. Variabel Penelitian**

## c. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015 : 80). Yang dimaksud dengan populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Fakultas Dakwah dan Komunikasi jurusan Jurnalistik angkatan 2012 sampai angkatan 2013.

**Tabel 1. Populasi Penelitian**

<b>Tahun Angkatan</b>	<b>Jenis kelamin Mahasiswa</b>		<b>Jumlah</b>
	Laki – laki	Perempuan	
2012/2013	41	53	94
2013/2014	35	36	71
Total	76	89	165

Sumber : *Data kepala Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang*

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Maka mahasiswa fakultas Dakwah dan Komunikasi jurusan Jurnalistik angkatan 2012 sampai angkatan 2013 memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel.

Maka sesuai rumus Slovin dengan tingkat kesalahan pengambilan sampel sebesar 15% ,yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{165}{1 + 165 (0,15)^2}$$

$$n = 35,01$$

Dari hasil 35,01 maka dibulatkan menjadi 35 koresponden (Mahasiswa) yang akan dijadikan sampel pada penelitian ini

Keterangan:

$n$ = Jumlah Sampel

$N$ = Jumlah Populasi

$e$ = Batas Toleransi Kesalahan (*Error Tolerance*)

#### **d. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu:

##### 1. Angket atau kuesioner

Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini terdapat dua macam skala penelitian. Yaitu, pertama adalah skala persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara dan kedua skala minat.

##### a) Skala persepsi mahasiswa terhadap Pembawa acara

Yang dimaksud persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara adalah pendapat subjek terhadap pembawa acara. Tingkat persepsi subjek terhadap pembawa acara ditunjukkan oleh skor yang diperoleh dari angket skala persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara objek. Semakin tinggi skor yang diperoleh menunjukkan semakin positif persepsi subjek terhadap pembawa acara objek,

sebaliknya semakin rendah skor yang didapat menunjukkan semakin negatif persepsi subjek terhadap pembawa acara objek.

**Tabel 2. Definisi Operasional Skala Persepsi Mahasiswa**

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1	Pembawa Acara Kick	Krediabilitas	- Keahlian - Keterpercayaan	Likert STS
2	Andy (X)	Daya Tarik	- Penampilan Fisik - Keterampilan	TS R
3		Kekuatan	- Penguasaan Panggung - Berpengaruh	S SS

b) Skala Minat Menonton

Minat menonton dalam penelitian ini meliputi tiga aspek sikap yaitu kognitif, afektif dan konatif. Minat menonton dapat dilihat dari skor yang diperoleh dalam skala minat menonton. Semakin tinggi skor yang diperoleh menunjukkan semakin tinggi pula minat menonton subjek, sebaliknya semakin rendah skor yang diperoleh menunjukkan semakin rendah minat menonton subjek.

**Tabel 3. Defenisi Operasional Skala Minat Menonton**

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1	Minat Menonton (Y)	Kognitif	- Pengetahuan - Keyakinan	Likert STS
2		Afektif	- Senang/Tidak senang - Puas/tidak puas	TS R
3		Konatif	- Keputusan - Tindakan	S SS

Pernyataan-pernyataan baik dalam skala persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara maupun skala minat menonton terbagi menjadi dua kategori yaitu *favorable* dan *unfavorable*. Setiap pertanyaan yang diberikan kepada responden disediakan lima pilihan jawaban dengan menggunakan skala likert yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Ragu-ragu (R), Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS).

Pada pertanyaan yang bersifat *favorable*, maka skor atau nilai pada masing-masing pilihan jawaban adalah STS = 1, TS = 2, R = 3, S = 4 dan SS= 5, sedangkan pertanyaan yang bersifat *unfavorable*, maka skor atau nilai pada masing-masing pilihan jawaban adalah STS = 5, TS = 4, R = 3, S = 2 dan SS = 1

**Tabel 4. Kisi-Kisi Skala Persepsi Mahasiswa**

No	Dimensi	Butir Nomor		Jumlah
		<i>Favorabel</i>	<i>Unfavorabel</i>	
1	Kredibilitas	1,5,7,9,11	2,6,10,12,30	10
2	Daya tarik	13,18,21,23,25,27	4,8,16,19,28,29	12
3	Kekuatan	3,15,17,22	14,20,24,26	8
<b>Total</b>		<b>15</b>	<b>15</b>	<b>30</b>

**Tabel 5. Kisi-Kisi Skala Minat Menonton**

No	Dimensi	Butir Nomor		Jumlah
		Favorabel	Unfavorabel	
1	Kognitif	1,7,13,19,23,26	4,10,16,21,24	11
2	Afektif	2,8,14	5,11,17	6
3	Konatif	3,9,15,20	6,12,18,22,25	9
<b>Total</b>		<b>13</b>	<b>13</b>	<b>26</b>

## 2. Dokumentasi

Data yang bersumber dari literatur yang berkaitan dengan penelitian yang akan dikaji.

## 3. Metode Analisis Data

Pada penelitian ini, kegiatan analisis data meliputi pengolahan dan penyajian data, melakukan perhitungan data dan melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Setelah kuesioner disebar dan dijawab, kemudian data akan diolah. Adapun langkah-langkah pengolahan data yang dilakukan sebagai berikut:

### a. Uji Instumen Data

Untuk uji instrumen data, data yang dikumpulkan akan dianalisa dengan cara menggunakan perhitungan SPSS Versi 16 (*Statistical Product and Service Solution*).

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS untuk mengukur valid atau tidaknya butir kuesioner. Kuesioner penelitian dikatakan valid apabila butir pertanyaan kuesioner mampu mengungkap sesuatu yang akan diukur.

### 2. Uji Reabilitas

Uji Reabilitas dimaksudkan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Butir pertanyaan dikatakan reliabel apabila jawaban koresponden terhadap pertanyaan adalah konsisten.

### b. Uji hipotesis

Analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif. Analisis data yang dituju dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kebenaran hipotesis.

Untuk menguji hipotesis ada tidaknya kolerasi persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara dengan minat menonton *talkshow* “Kick Andy” maka di gunakan rumus *korelasi product moment* sebagai berikut :

$$r_{hitung} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{(n \cdot \sum X^2) - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Sugiyono, 2015:183})$$

dimana :  $r_{hitung}$  = koefisien korelasi

$\sum X$  = jumlah skor item variabel X

$\sum Y$  = jumlah skor item variabel Y

$\sum XY$  = jumlah skor total (seluruh item variabel)

$n$  = jumlah responden

## **1. Sistematika Penelitian**

Sistematika penelitian berisi tentang penjelasan dari masing-masing bab yang disajikan secara singkat dan jelas dari keseluruhan bagian skripsi ini. Skripsi ini terdiri dari :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah secara umum, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, serta sistematika penelitian.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi kerangka teori yang berhubungan dengan komunikasi dan minat menonton yaitu persepsi, pembawa acara, televisi, minat menonton, dan hubungan antara persepsi terhadap pembawa acara dengan minat menonton.

### **BAB III : DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN**

Bab ini meliputi letak geografis wilayah penelitian, struktur jurusan jurnalistik fakultas dakwah dan komunikasi.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memaparkan tentang analisis data dan pembahasan dari analisis data.

## BAB V : PENUTUP DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang diberikan dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan atau rekomendasi mengenai tindakan atau kebijakan yang perlu dan dapat dilakukan oleh perusahaan untuk kemajuan acara tersebut.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus inderawi (*sensory stimuli*)<sup>7</sup>. Jadi persepsi adalah suatu pengalaman tentang objek seseorang yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi. Ada beberapa teori dalam persepsi ini yaitu :

- a. Teori memori Dalam komunikasi intrapersonal, memori memegang peranan penting dalam mempengaruhi baik persepsi maupun berfikir. Secara singkat, memori melewati tiga proses : perekaman adalah pencacatan informasi melalui reseptor indera dan sirkit saraf internal. Penyimpanan adalah menentukan beberapa lama informasi itu berada di sekitar kita, dalam bentuk apa, dan dimana. Penyimpanan bisa aktif atau pasif. Kita menyimpan secara aktif, bila kita menambahkan informasi tambahan.

---

<sup>7</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (PT Remaja Rosdakarya: Bandung, 2012),h.50

b. Teori berfikir adalah semua proses yang kita sebut ialah : persepsi, dan memori. Berfikir realistik disebut juga nalar, ialah berfikir dalam rangka menyesuaikan diri dengan dunia nyata.

c. Menetapkan keputusan, salah satu fungsi berfikir ialah menetapkan keputusan. Sepanjang hidup kita harus menetapkan keputusan. Sebagian dari keputusan itu ada yang menentukan masa depan kita.

d. Memecahkan persoalan, proses memecahkan persoalan ialah terjadi peristiwa ketika perilaku yang dihambat karena sebab-sebab tertentu, mencoba untuk menggali memori untuk mengetahui cara-cara apa saja yang efektif pada masa yang lalu., akan mencoba seluruh pemecahan yang pernah terjadi yang di ingat, mulai menggunakan lambing verbal dan grafis untuk menatasi masalah, tiba-tiba terlintas di fikiran anda suatu pemecahan.

### **1. Komponen-komponen persepsi**

Persepsi adalah sebagai proses yang kita gunakan untuk menginterpretasikan data-data sensoris. Data sensoris sampai kepada kita melalui indra kita. Sehingga diaplikasikan pada kecendrungan persepsi manusia yang dipengaruhi oleh keinginan-keinginan, kebutuhan-kebutuhan,

sikap-sikap, dan faktor-faktor psikologi lainnya. Sehingga mempunyai peranan penting di dalam komunikasi seseorang<sup>8</sup>.

Sehingga terdapat komponen-komponen persepsi yaitu :

a. Komponen Kognitif

Komponen kognitif ialah mendefinisikan informasi sebagai segala sesuatu yang mengurangi ketidakpastian atau mengurangi jumlah kemungkinan alternatif dalam situasi. Maksudnya adalah komponen yang hanya berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, dan keyakinan seseorang dalam hal-hal yang berhubungan dengan bagaimana orang mempersepsikan terhadap objek.

b. Komponen Efektif

Komponen efektif ialah efek media massa dalam pembentukan dan perubahan sikap. Maksudnya adalah komponen yang berhubungan dengan perubahan sikap seseorang sedang ia rasakan.

c. Komponen Konatif

Komponen konatif ialah kesiapan seseorang untuk bertingkah laku yang berhubungan dengan obyek sikapnya. Maksudnya adalah komponen yang berhubungan dengan sikap untuk bertindak terhadap obyek tertentu,

---

<sup>8</sup> Werner J. Severin dan James W. Tankard, *Teori komunikasi*. (Kencana : Jakarta, 2007),h.83

hal ini menunjukkan besar kecilnya perilaku seseorang terhadap suatu obyek.

## **2. Faktor-Faktor yang mempengaruhi persepsi**

Menurut Jalaludin Rahmat dalam bukunya “Pengantar Pada Teori Komunikasi” yang dikemukakan oleh Kenneth E. Ander ialah proses mental ketika stimulus atau rangkaian stimulus menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimulus lainnya melemah. Hal ini terjadi bila konsentrasi diri pada salah satu alat indera kita, menyampaikan masukan-masukan melalui alat indera lainnya<sup>9</sup>. Sehingga membentuk faktor-faktor sebagai berikut :

### **a. Faktor Eksternal**

Faktor eksternal ialah penarik perhatian yang dimaksud dengan stimulus diperhatikan karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol, antara lain : gerakan, intensitas stimulus, kebaruan, dan perulangan.

a) Gerakan seperti manusia secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak. Kita senang melihat huruf-huruf display yang bergerak menampilkan nama barang yang diiklankan.

b) Intensitas stimulus, kita akan memerhatikan stimulus yang lebih menonjol dari stimulus yang lain. Warna merah pada latar belakang putih, tubuh jangkung, di tengah-tengah orang pendek, suara keras

---

<sup>9</sup> Jalaluddin Rahkmat, *op.cit.* h 51

di malam sepi, iklan setengah halaman pada surat kabar, atau tawaran pedagang yang paling nyaring di pasar malam, tidak akan lolos dari perhatian kita.

c) Kebaruan (*Novelty*). Hal-hal yang baru, yang luar biasa, yang berbeda, akan menarik perhatian. Beberapa eksperimen juga membuktikan stimulus yang luar biasa lebih mudah dipelajari atau diingat. Karena alasan inilah maka orang mengejar novel yang baru diterbitkan, film yang baru beredar.

d) Perulangan adalah hal-hal yang disajikan berkali-kali, bila disertai dengan sedikit variasi, akan menarik perhatian. Disini unsur yang sudah kita kenal berpadu dengan unsur yg baru kita kenal perulangan juga mengandung unsur sugesti : mempengaruhi bawah sadar kita.

#### b. Faktor Internal

Faktor internal adalah penaruh perhatian, maksudnya apa yang menjadi perhatian kita, malah lolos dari perhatian orang lain, atau sebaliknya. Ada kecendrungan kita melihat apa yang ingin kita lihat dan kita mendengar apa yang ingin kita dengar.

Kenneth E. Andersen menyimpulkan dalil-dalil perhatian selektif yang harus diperhatikan oleh ahli-ahli komunikasi.

- a) Perhatian itu merupakan proses yang aktif dan dinamis, bukan pasif dan refleksif. Kita secara sengaja mencari stimulus tertentu dan mengarahkan perhatian kepadanya. Sekali-sekali, kita mengalihkan perhatian dari stimulus yang satu dan memindahkannya pada stimulus yang lain.
- b) Kita cenderung memperhatikan hal-hal tertentu yang penting, menonjol, atau melibatkan diri kita.
- c) Kita menaruh perhatian kepada hal-hal tertentu sesuai dengan kepercayaan, sikap, nilai, kebiasaan, dan kepentingan kita. Kita cenderung memperkokoh kepercayaan, sikap, nilai, dan kepentingan yang ada dalam mengarahkan perhatian kita, baik sebagai komunikator atau komunikan.
- d) Kebiasaan sangat penting dalam menentukan apa yang menarik perhatian, tetapi juga apa yang secara potensial akan menarik perhatian kita. Kita cenderung berinteraksi dengan kawan-kawan tertentu. Hal-hal seperti ini akan menentukan rentangan hal-hal yang memungkinkan kita untuk menaruh perhatian.
- e) Dalam situasi tertentu kita secara sengaja menstrukturkan perilaku kita untuk menghindari terpaan stimulus tertentu yang ingin kita abaikan.

f) Walaupun perhatian kepada stimulus berarti stimulus tersebut lebih kuat dan lebih hidup dalam kesadaran kita, tidaklah berarti bahwa persepsi kita betul-betul cermat. kadang-kadang konsentrasi yang sangat kuat mendistorsi persepsi kita.

g) Perhatian bergantung kepada kesiapan mental kita; kita cenderung mempersepsi apa yang memang ingin kita persepsi.

Keadaan orang yang mempersepsi dipengaruhi oleh harapan dan penilaian terhadap stimulus. Seseorang apa bila memiliki harapan dan penilaian yang baik terhadap situasi tertentu, maka akan muncul tindakan selaras dengan situasi yang terjadi, demikian sebaliknya. Pandangan manusia akan mempersepsi sesuatu sesuai dengan pengalaman dan harapan yang ada pada dirinya, sehingga persepsi seseorang terhadap sesuatu dapat bersifat berubah-ubah.

## **B. Pembawa Acara**

Pembawa acara adalah seseorang yang merupakan peran penting dalam sebuah acara. Format program yang dirancang berdasarkan keahlian pembawa acara. Kepribadian dan daya tarik pembawa acara dapat menonjolkan kemampuan untuk menghidupkan suasana sekitar. Contohnya program perbincangan *talkshow* kerap dirancang berdasarkan keahlian pembawa acaranya. Jika seseorang sudah mengenal pembawa acaranya maka audien sudah dapat memperkirakan apa yang

akan didapatnya dari acara itu, namun sebaliknya jika acara yang mengandalkan popularitas atau bintang ini mulai ditinggalkan penontonnya atau pembawa acaranya tidak ingin melanjutkan kontraknya dalam acara itu, maka tidak ada cara lain untuk menyelamatkan acara tersebut<sup>10</sup>.

Mempertahankan energi menjadi sangat penting dalam setiap acara *talkshow* atau perbincangan. Upaya mempertahankan energi pada acara *talkshow* merupakan tanggung jawab pembawa acara (host) atau pewawancara. Cukup sering terjadi, pembawa acara membiarka pembicara untuk mendikte tempo wawancara. Jika pembawa acara tidak menyadarinya, pembicara itu akan menurunkan level energi ke tingkat yang lebih rendah dan kebudayaan akan terjebak dalam kebosanan. Jika hal ini yang terjadi, maka produser dan sutradara harus segera menayangkan jeda komersial dan pergi berbicara kepada pembawa acara di panggung untuk memompa semangatnya<sup>11</sup>.

Pembawa acara dapat berupa individu yang sedang berbicara, menulis, kelompok orang. Dalam penyampaian pesan kadang-kadang pembawa acara dapat menjadi komunikan sebaliknya komunikan dapat menjadi komunikator<sup>12</sup>.

Menurut Saifudin Azwar dalam buku “*sikap manusia teori dan pengukurannya*” mengatakan sebuah penelitian harus bersifat efektifitas komunikator dalam menyampaikan pesannya (dalam hal ini pesan yang bertujuan untuk perubahan sikap ) akan tergantung pada beberapa hal, yang telah diteliti

---

<sup>10</sup> Morrissan, *Media Penyiaran*, (Jakarta: Kencana,2010).h. 362

<sup>11</sup> *Ibid.* h.370

<sup>12</sup> Widjaja, *Komunikasi dan hubungan masyarakat*, ( Jakarta : Bumi Aksara,1993),h.12

secara ekstensif, antara lain adalah kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan komunikator itu sendiri<sup>13</sup>.

Kredibilitas komunikator dilandasi oleh dua karakter penting, yaitu keahlian dan keterpercayaan. Motif yang berada dibelakang perilaku individu menjadi dasar proses psikologi yang berbeda, yang terjadi suatu seseorang menerima perubahan sikap yang disugestikan kepadanya. Apabila seseorang dimotivasi oleh keinginan mencari kebenaran atau pengetahuan, maka ia akan lebih mudah terbujuk atau tersugesti bila komunikatornya adalah seseorang yang ia anggap tahu (kompeten) mengenai hal yang ingin diketahui atau bila komunikatornya adalah orang yang dipercayainya.

Proses psikologi lain yang akan terjadi dalam perubahan sikap apabila motif seseorang adalah ingin mempertahankan hubungan pribadi dengan komunikator. Dalam hal ini, karakteristik yang paling berpengaruh dalam diri komunikator adalah daya tarik yang biasa dibentuk antara lain oleh kemiripannya dengan individu yang bersangkutan dan sejauhmana komunikator itu disukai.

Proses psikologi yang ketiga adalah apabila motif yang mendasari perubahan sikap berupa dorongan subjek untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkannya jika ia tidak mengikuti sikap komunikator. Hal ini terjadi apabila komunikator mempunyai kekuatan atau dalam kata lain komunikator mempunyai kekuasaan dan pengaruh atas diri individu.

---

<sup>13</sup> Saifudin Azwar. "*Sikap Manusia Teori Dan Pengukurannya*". (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995).hal.72

### C. Televisi

Televisi adalah sebuah media telekomunikasi terkenal yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang monokrom (hitam-putih) maupun berwarna. Kata “televisi” merupakan gabungan dari kata tele (jauh) dari bahasa Yunani dan Visio “pengelihatan” dari bahasa latin, sehingga televisi dapat diartikan sebagai alat komunikasi jarak jauh yang menggunakan media/pengelihatan<sup>14</sup>.

Penggunaan kata televisi itu sendiri juga dapat merujuk kepada “kotak televisi”, “acara televisi”, ataupun “ transmisi televisi”. Televisi disejajarkan dengan penemuan roda, karena penemuan ini mampu mengubah peradaban dunia. Di Indonesia televisi secara tidak formal sering disebut dengan TV yang sering dibaca tivi, teve ataupun tipi.

Penyiaran TV biasanya disebarkan melalui gelombang radio VHF dan UHF dalam jalur frekuensi yang ditetapkan antara 54-890 *Megahertz*. Kini gelombang TV juga sudah memancarkan jenis suara stereo ataupun bunyi keliling di banyak Negara. Hingga tahun 2000, siaran TV dipancarkan dalam bentuk gelombang analog, tetapi belakangan ini perusahaan siaran publik maupun swasta kini beralih ke teknologi penyiaran digital<sup>15</sup>.

---

<sup>14</sup> <http://id.wikipedia.org/wiki/televise>. Diakses 01 November 2016, pukul 16.00 WIB

<sup>15</sup> *Op.cit.* wikipedia

## 1. Bentuk Program Televisi

Menurut Deddy Iskandar muda dalam bukunya yang berjudul jurnalistik televisi : Menjadi Reporter Profesional Muda (2003), bentuk program televisi dibagi dua<sup>16</sup>, yaitu :

### a. Program karya jurnalistik

Program ini mengutamakan kecepatan, ketetapan dan fakta atas informasi yang disajikan. Sumber atau ide awal diperoleh melalui lingkungan sekitar, masalah atau peristiwa yang sedang terjadi maupun yang sedang hangat diperbincangan.

### b. Program karya artistik

Merupakan sebuah program yang proses produksinya bersumber dari idea tau gagasan manusia untuk dijadikan informasi audio dan informasi audio visual sesuai dengan kriteria acara yang akan dibawakan. Program ini mengandalkan kreatifitas manusia untuk membangun setiap ide yang ada.

Dengan banyaknya stasiun-stasiun televisi di Indonesia membuat banyak pemilik pertelevisian berlomba-lomba membuat program yang menarik untuk ditonton, ada yang memproduksi sendiri semua program siarannya, dan ada juga yang membeli atau memesan dari *production company* yang dikenal sebagai *production house*, bahkan tidak sedikit

---

<sup>16</sup> Daddy Iskandar Muda. Jurnalistik Televisi. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya.2008).hal108

yang menjiplaknya. Jenis-jenis program televisi di Indonesia meliputi, *News Reporting, Talkshow, Call-in show, Documenter, Entertainment, Magazine, Advertising, Education, Art & Culture*, music, sinetron, TV *Mivies, Game Show dan Comedy*.

## 2. Talkshow “Kick Andy”

Menurut morissan dalam bukunya yang berjudul *jurnalistik televisi Mutakhir* mengatakan, program talkshow atau disebut juga perbincangan adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topic tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara. Mereka di undang adalah orang-orang yang berpengalaman langsung dengan peristiwa atau topik yang diperbincangkan atau mereka yang ahli dalam masalah yang tengah dibahas.

*Talkshow* merupakan versi televisi tentang debat publik dimana isu yang sedang hangat saat ini diperbincangkan dan didiskusikan, dengan asumsi bahwa pemirsa televisi tertarik dan terlibat dalam topic tersebut. *Talkshow* adalah sebuah kreasi dari stasiun televisi tentang program-program untuk menarik perhatian pemirsa<sup>17</sup>.

Kick Andy adalah sebuah acara *talkshow* di MetroTV yang dipandu oleh Andy F. Noya. Kick Andy tayang setiap hari Jumat pukul 20:05 WIB dan tayangan ulangnya dapat disaksikan pada hari Sabtu pukul 13:30 WIB. Meski tema yang diangkat cukup beragam, namun program ini tak

---

<sup>17</sup> Morissan. *Jurnalistik Televisi Muthakhir*. (Jakarta: PT kencana.2010).hal 83

beranjak dari *human interest*. Tak jarang, Andi F. Noya menampilkan narasumber dari tempat terpencil yang karya dan kisah hidupnya menjadi inspirasi banyak orang.

kepada semua pengunjung. Terkadang juga berupa barang lainnya dari pihak sponsor yang sinergi dengan tema yang sedang diangkat. Buku gratis juga dapat diperoleh melalui undian di situs resmi Kick Andy. Selain buku, bantuan berupa uang kadang diberikan oleh pihak sponsor bagi sosok inspiratif yang memerlukan bantuan untuk melanjutkan perjuangannya.

## 2. Andy F. Noya sebagai pembawa acara *talkshow* “Kick Andy”

Pembawa acara atau presenter dalam bahasa Inggris “*master of ceremony*” atau disingkat MC adalah orang yang bertugas sebagai tuan rumah sekaligus pemimpin dalam panggung acara pertunjukan dan sejenisnya. Dalam bidang media massa khususnya televisi pembawa acara adalah orang yang membawakan narasi atau informasi dalam suatu acara kegiatan.

**Andy Flores Noya** (lahir di Surabaya, Jawa Timur, 6 November 1960; umur 56 tahun) adalah wartawan dan presenter televisi Indonesia. Ia lebih dikenal ketika membawakan acara Kick Andy Pertama kali terjun sebagai reporter ketika pada 1985 Andy membantu Majalah Tempo untuk penerbitan buku Apa dan Siapa Orang Indonesia. Saat itu pemuda berdarah Ambon,

Jawa, Belanda dan Portugis ini masih kuliah di Sekolah tinggi Publisistik (STP) Jakarta.

Andy sebenarnya lulusan sekolah teknik. Begitu lulus SD Sang Timur Di Malang, Jawa Timur, pria kelahiran Surabaya ini melanjutkan sekolah di Sekolah Teknik lalu ke STM Jayapura. Tidak sampai tamat, ia pindah ke Jakarta dan melanjutkan ke STM 6 Jakarta. Meski demikian, sejak kecil dia sangat jatuh cinta pada dunia tulis-menulis. Kemampuannya menggambar kartun dan karikatur semakin membuatnya memilih dunia tulis menulis sebagai jalan hidupnya. Oleh sebab itu begitu lulus STM, walau mendapat beasiswa untuk melanjutkan ke IKIP Padang,

Andy memilih mendaftar ke Sekolah Tinggi Publisistik (sekarang Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jakarta). Sebenarnya Andy tidak diterima kuliah di perguruan tinggi tersebut sebab kampus tidak menerima lulusan STM. Namun karena tekadnya menjadi wartawan sudah sedemikian membara, akhirnya Andy "Naik banding" dan menemui Rektor Sekolah Tinggi Publisistik Ali Mochtar Hoeta Soehoet. Kepada sang rektor Andy Noya mengungkapkan suara hatinya. Akhirnya sang rektor menyerah dan memberikan kesempatan kepada Andy untuk ikut tes masuk, dengan catatan (syarat) dia harus meminta surat rekomendasi dari Dirjen Pendidikan Tinggi.

Selain itu, apabila di kemudian hari nilai mata kuliah Andy jelek, dia harus keluar. Ternyata prestasi Andy bagus dan kuliahnya pun berlanjut.

Pada saat harian ekonomi Bisnis Indonesia hendak terbit (1985), Andy diajak bergabung oleh Lukman Setiawan, pimpinan di Grafitipers, salah satu anak usaha Tempo. Maka Andy tercatat sebagai 19 reporter pertama di harian itu. Baru dua tahun di Bisnis Indonesia, Andy diajak oleh Fikri Jufri wartawan senior Tempo untuk memperkuat majalah Matra yang baru diterbitkan oleh Tempo. Andy tertarik lalu bergabung.

Matra agaknya bukan pelabuhan terakhirnya. Pada 1992 datang tawaran dari Surya Paloh, pemilik surat kabar Prioritas yang waktu itu dibreidel, untuk bergabung dengan koran Media Indonesia yang mereka kelola. Maka sejak itulah Andy kembali ke surat kabar.

Pada 1999, RCTI menghadapi masalah. Terjadi gejolak dikalangan wartawan program berita Seputar Indonesia berkaitan dengan adanya ketentuan yang mengharuskan PT Sindo, anak usaha RCTI yang menaungi Seputar Indonesia, untuk bergabung dengan RCTI sebagai induk. Bersama wartawan senior Djafar Assegaff, Andy diutus untuk membantu. Tugas utama adalah memimpin Seputar Indonesia sekaligus memuluskan proses transisi ke RCTI.

Pada tahun 2000, Metro TV mendapat izin siaran. Surya Paloh memanggil Andy kembali untuk memimpin Metro TV sebagai pemimpin redaksi. Tiga tahun kemudian (2003) Andy ditarik kembali ke Media Indonesia dan menjadi pemimpin redaksi di surat kabar umum terbesar kedua itu. Memasuki tahun 2006, saat pemimpin redaksi Metro TV Don Bosco mengundurkan diri, Andy Noya, yang kini menjadi wakil pemimpin umum di Media Indonesia, diminta merangkap menjadi pemimpin redaksi Metro TV menggantikan Don Bosco Selamun.

Di saat itulah Andy kemudian mulai belajar jurnalistik televisi secara menyeluruh. Ia pun dipercaya menjadi host salah satu acara yang judulnya diambil sendiri dari namanya, yaitu Kick Andy, sebuah acara *talkshow* yang disiarkan oleh Metro TV dan tayang setiap Jum'at malam.

Dalam perjalanan kariernya Andy pernah menjadi host program Jakarta Round Up kemudian Jakarta First Channel di Radio Trijaya selama lima tahun (1994 sampai dengan 1999).

#### **D. Minat Menonton**

Minat dalam komunikasi massa sangat beragam, dari jutaan penonton televisi, ribuan pembaca buku, majalah, Koran atau jurnal ilmiah. Masing-masing berbeda satu sama lain diantaranya dalam hal berpakaian, berfikir, menanggapi pesan yang diterimanya, pengalaman, dan orientasi hidupnya. Akan tetapi, masing-masing individu bisa saling mereaksi pesan yang diterimanya. Jika dikaji lebih jauh, ada beberapa teori komunikasi massa yang pernah dikemukakan oleh Melvin De Fleur dan Sandra Ball-Rockeach. Dalam melihat efek media massa ada dua catatan yang bisa dijadikan dasar, yakni interaksi audiens dan bagaimana tindakan audiens terhadap isi media. Ada tiga teori penjelasan di sini: *Individual Differences Perspective* menggambarkan perilaku audiens. Proses ini berlangsung berdasarkan ide dari stimulus-response., *Social Categories Perspective* mengambil posisi bahwa mempunyai kesamaan norma sosial, nilai dan sikap. Di sini ada kelompok audiens yang akan mereaksi secara sama pada pesan khusus yang diterimanya, dan *Social Relation Perspective* didasarkan pada penelitian Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson, dan Elihu Katz, menyarankan bahwa hubungan secara informal mempengaruhi audiens.

Jika kita menggabungkan semua aspek dari tiga perspektif tersebut di atas kita dikenalkan pada gambaran berikut sebagai teori audiens: “masing-masing dari kita adalah anggota dari sejumlah audiens, tetapi masing-masing audiens itu mereaksi secara individual. Interaksi kita dengan anggota audiens yang lain,

sekelompok anggota atau bahkan pemimpin opini juga mempunyai dampak bagaimana kita merespons dan bahkan ikut menentukan reaksi umum kita. Sehingga minat merupakan salah satu unsur kepribadian yang memegang peranan penting dalam mengambil sebuah keputusan. Minat mengarahkan individu terhadap suatu obyek atas dasar rasa senang atau rasa tidak senang. Perasaan senang atau tidak senang merupakan dasar suatu minat. Minat seseorang dapat diketahui dari pernyataan senang atau tidak senang terhadap suatu obyek tertentu<sup>18</sup>.

Sehingga minat menonton seseorang merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu pada awalnya, teori ini berasal dari psikologi yang dikemukakan oleh De Fluer yaitu berangkat dari asumsi bahwa setiap orang dapat memfragmasikan stimulasi yang diterima dan dibentuk. Dengan demikian, seseorang dapat menjelaskan suatu kaitan erat antara pesan-pesan media dan redaksi audiens. Dalam teori ini juga bahwa efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulasi khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memikirkan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi yang mempunyai unsur pesan (stimulasi), komunikasi, dan efek (respon), Sehingga dapat diterima oleh masyarakat dalam jumlah besar, minat menonton juga merupakan salah satu unsur kepribadian yang memegang peranan penting dalam mengambil sebuah keputusan. Minat menonton mengarahkan individu terhadap suatu obyek atas dasar rasa senang atau rasa tidak senang. Perasaan senang atau tidak senang

---

<sup>18</sup> Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. (Jakarta : Rajawali Pers. 2014) h.104

merupakan dasar suatu minat. Minat menonton seseorang dapat diketahui dari pernyataan senang atau tidak senang terhadap suatu obyek tertentu.

Psikologi komunikasi memiliki perbedaan pandangan satu dengan yang lainnya namun secara umum teori-teori tersebut memiliki pandangan yang sama terhadap perilaku, sifat serta proses kognitif yang menghasilkan perilaku. Berbagai teori dan pemikiran dalam psikologi komunikasi dapat dibagi kedalam tiga cabang besar. Teori perilaku, teori kognitif, dan teori biologis<sup>19</sup>.

#### 1. Teori perilaku

Variasi pertama yaitu teori perilaku memberikan perhatian pada bagaimana seseorang berperilaku atau bertindak dalam berbagai situasi komunikasi yang dihadapinya. Teori ini melihat adanya hubungan yang kuat antara stimulus yang diterimanya dengan respons yang diberikan. Teori perilaku melihat hubungan antara perilaku komunikasi apa yang anda katakan atau apa yang anda lakukan dalam hubungannya dengan variable seperti sifat, perbedaan situasi dan pembelajaran.

#### 2. Teori kognitif

Teori kognitif memberikan perhatian pada bagaimana individu memperoleh, menyimpan dan mengolah informasi yang akan menghasilkan perilaku dan tindakan. Dengan kata lain, apa yang anda lakukan dalam situasi komunikasi tidak hanya bergantung pada pola stimulus dan respons, tetapi juga pada mental yang muncul ketika anda mengelola informasi.

---

<sup>19</sup> Morris, " *psikologi komunikasi*". (Ghalia Indonesia, 2013), h.5

### 3. Teori biologis

Teori biologis menjelaskan bagaimana pesan dari struktur dan fungsi otak serta faktor genetik yang dimiliki seseorang mempengaruhi perilakunya. Teori biologis ini mendapat perhatian para ahli komunikasi sejak tahun 1990-an seiring dengan semakin berkembangnya studi terhadap genetik manusia. Ide dari teori ini menjelaskan bahwa banyak sifat, cara berfikir, dan perilaku seseorang tidak melulu dipengaruhi oleh faktor situasional atau pembelajaran tetapi hanya dipengaruhi oleh faktor biologis yang dibawa orang sejak lahir.

Sikap seseorang pada suatu obyek merupakan manifestasi dari kontelasi ketiga komponen tersebut yang saling berinteraksi untuk memahami, merasakan dan berperilaku terhadap obyek sikap. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Reaksi Khalayak.

Model jarum hypodermis menunjukkan kekuatan media massa yang perkasa untuk mengarah dan membentuk perilaku khalayak. Dalam kerangka behaviorisme, media massa adalah faktor lingkungan yang mengubah perilaku khalayak melalui proses pelaziman klasik, pelaziman operan, atau proses imitasi (belajar sosial). Khalayak sendiri dianggap sebagai kepala kosong yang siap untuk menampung seluruh pesan komunikasi yang dicurahkan

kepadanya (Dervin). Pesan komunikasi dianggap sebagai “benda” yang dilihat sama baik oleh komunikator maupun komunike<sup>20</sup>.

Menurut Raymond A. Bauer juga mengkritik potret khalayak sebagai robot pasif. Ia bahkan menyebut khalayak yang kepala batu, yang baru mengikuti pesan bila pesan itu menguntungkan mereka. Komunikasi tidak lagi bersifat linier tetapi merupakan transaksi. Media massa memang mempengaruhi, tetapi pengaruh ini disaring, diseleksi, bahkan mungkin ditolak sesuai dengan faktor-faktor personal yang mempengaruhi reaksi mereka<sup>21</sup>.

Ada tiga kerangka teoritis menurut DeFleur dan Ball Rokeach, yaitu:

1. Perspektif perbedaan individual adalah akan menentukan bagaimana organisasi personal psikologis individu akan menentukan bagaimana individu memilih stimulus dari lingkungan, dan bagaimana ia memberikan makna pada stimulus tersebut.
2. Perspektif kategori sosial adalah dalam masyarakat terdapat kelompok-kelompok sosial, yang reaksinya pada stimulus tertentu cenderung sama.
3. Perspektif hubungan sosial adalah menekankan pentingnya peranan hubungan sosial yang informal dalam mempengaruhi reaksi orang terhadap media massa.

Minat menonton disebabkan oleh teori perubahan sikap memberikan penjelasan bagaimana sikap seseorang tersebut dan bagaimana sikap itu dapat berubah melalui proses komunikasi massa dan bagaimana sikap itu dapat mempengaruhi sikap tindakan atau tingkah laku seseorang. Teori perubahan sikap

---

<sup>20</sup> Jalaludin, *Op.Cit.* h.200

<sup>21</sup> *Ibid.* h.201

ini, antara lain menyatakan bahwa seseorang akan mengalami ketidak nyamanan di dalam dirinya bila ia dihadapkan pada informasi baru atau informasi yang bertentangan dengan keyakinan.

Minat menonton merupakan salah satu aspek dari sikap. Minat menonton dapat ditentukan oleh tiga komponen yaitu :

- 1) Kognatif, yang berhubungan dengan gejala mengenai wujud pengolahan, pengetahuan, dan keyakinan serta harapan individu tentang objek atau produk tertentu. Aspek kognatif dapat diartikan sebagai letak hubungan antara bagian pengetahuan yang telah ada dalam diri yang dikontrol oleh akal.
- 2) Afektif, berwujud proses yang menyangkut perasaan tertentu di tunjukan pada objek tertentu. Aspek afektif dapat diartikan sebagai suasana psikis yang mengambil bagian pribadi dalam situasi dengan jalan membuka diri terhadap suatu yang berbeda dengan keadaan atau nilai dalam diri
- 3) Konatif, proses tendensi atau kecenderungan untuk berbuat atau tindakan suatu objek

## **E. Hubungan Antara Persepsi Terhadap Pembawa Acara Dengan Minat Menonton**

Hubungan antara pembawa acara dengan minat menonton sangat berkaitan sekali karena sebuah acara jika tidak ada pembawa acara, acara tersebut tidak akan berjalan karena pembawa acara itu disebut komunikator yaitu berguna untuk menyampaikan/ meneruskan/ menyebarkan pesannya agar dapat sampai kepada komunikan/ penerima pesan. Dengan demikian komunikator itu harus berbicara dan berhadapan dengan komunikan. Dalam teori S-O-R sebagai singkatan dari stimulus – organism – respon ini semula berasal dari psikologi. Kalau kemudian menjadi juga teori komunikasi, tidak mengherankan, karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi, adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi<sup>22</sup>.

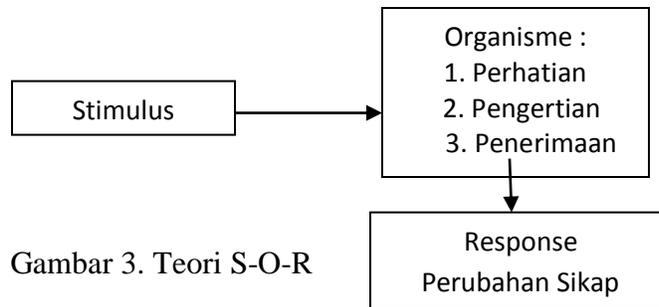
Prof. Dr. Mar'at dalam bukunya “sikap manusia” perubahan serta pengukurannya, mengutip pendapat Hovland, Janis, dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variable penting<sup>23</sup>, yaitu :

1. Perhatian
2. Pengertian
3. Penerimaan

---

<sup>22</sup> Santoso Sastropoetra, komunikasi social, (bandung: remadja karya.1987),h.11

<sup>23</sup> *Ibid* 12



Gambar 3. Teori S-O-R

Gambar di atas menunjukkan bahwa perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu.

Dari uraian gambar diatas dihubungkan dengan mengenai acara *talkshow* “Kick Andy” diMetro TV dan pengaruhnya terhadap maka hubungannya dengan teori S-O-R dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Stimulus (pesan) yang dimaksud adalah materi acara atau pesan yang disampaikan dalam acara *talkshow* “Kick Andy” diMetro TV.
2. Organisme (Komunika) yang menjadi sasaran adalah pemirsa acara *Talkshow* “Kick Andy” diMetro TV, yang dalam penelitian ini merupakan mahasiswa jurusan jurnalistik fakultas dakwah dan komunikasi yang pernah menonton acara ini.
3. Respon (Efek) yang dimaksud adalah terjadinya peningkatan wawasan mahasiswa UIN setelah menonton acara *talkshow* “Kick Andy” diMetro TV.

Karena manusia makhluk sosial, dari proses ia memperoleh beberapa karakteristik yang mempengaruhi perilakunya. Kita dapat mengklarifikasinya ke dalam tiga komponen: efektif, kognitif, dan konatif. Komponen yang pertama, yang merupakan aspek emosional dari faktor sosiopsikologis, didahulukan karena erat kaitannya dengan pembicaraan sebelumnya. Komponen kognitif adalah aspek intelektual, yang berkaitan dengan apa yang di ketahui manusia. Komponen konatif adalah aspek volisional, yang berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan bertindak.

Komunikasi adalah hubungan kontak antar manusia baik individu maupun kelompok. Dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tidak komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia itu sendiri. Manusia sejak dilahirkan sudah berkomunikasi dengan lingkungannya. Gerak dan tangis yang pertama pada saat ia dilahirkan adalah suatu tanda komunikasi<sup>24</sup>. Sedangkan komunikasi massa adalah untuk meningkatkan pemahaman kita terhadap kinerja komunikasi. Komunikasi massa berusaha untuk merumuskan dan menguji secara ilmiah berbagai macam fenomena yang terjadi didalamnya. Pada dasarnya komunikasi massa dapat digunakan untuk membantu praktisi media agar bisa berkomunikasi dengan lebih baik<sup>25</sup>.

Kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikate tentang sifat-sifat komunikator. Dalam definisi ini terkadang dua hal:

---

<sup>24</sup> Widjaja. *Komunikasi dan hubungan masyarakat*. ( Jakarta: Bumi Aksara ).h.1

<sup>25</sup> Werner & Jemes. *Teori komunikasi*. ( Jakarta: Kencana ).h.19

1. Kreadibilitas adalah persepsi komunike; jadi komunikator harus bisa menjelaskan setiap pendapat komukate yang akan disampaikan;
2. Kreadibilitas berkenaan dengan sifat-sifat komunikator, yang selanjutnya akan kita sebut sabagai komponen-komponen kreadibilitas.

Karena kreadibilitas itu masalah persepsi, kreadibilitas berupa bergantung pada pelaku persepsi, topik yang dibahas dan situasi. Hal-hal yang mempengaruhi persepsi komunike tentang komunikator sebelum ia melakukan komunikasinya disebut *prior ethos*. Sumber komunikasi memperoleh *prior ethos* karena berbagai hal, kita membentuk gambaran tentang diri komunikator dari pengalaman langsung dengan komunikator itu atau dari pengalaman wakilan. Kebanyakan penelitian kredibilitas berkenaan dengan *prior ethos*. Penelitian Hovland dan Weiss di atas membuat kreadibilitas dengan deskripsi verbal. Komunikator memiliki dinamisme, bila ia dipandang sebagai bergairah, bersemangat, aktif, tegas, dan berani. Sebaliknya, komunikator yang tidak dinamis dianggap pasif, ragu-ragu, lesu, dan lemah. Dinamisme umumnya berkenaan dengan cara berkomunikasi. Dalam komunikasi, dinamisme memperkokoh kesan keahlian dan kepercayaan. Kesan komunike tentang komunikator sebagai orang yang periang dan senang bergaul. Kesan komunike tentang komunikator sebagai orang yang mewakili kelompok yang kita senangi, yang mewakili nilai-nilai kita. Serta menunjukan suatu sifat luar biasa yang dimiliki komunikator yang menarik dan mengendalikan komunike seperti

magnet menarik benda-benda disekitarnya<sup>26</sup>. Karena itulah, komunikator yang lain mempengaruhi orang lain sebaiknya memulai dengan menegaskan kesamaan antara dirinya dengan komunike. Kita dapat mempersamakan diri kita dengan komunike dengan menegaskan persamaan dalam kepercayaan, sikap, maksud, dan nilai-nilai sehubungan dalam satu persolan.

Menurut Asch, organisasi kognitif (proses berfikir) pada informasi dan pengetahuan yang di miliki dan di timbulkan oleh keinginan<sup>27</sup>. Manusia adalah organism aktif yang menafsirkan dan bahkan mendistorsi lingkungannya, sebelum memberikan respon, manusia menangkap dulu “pola” stimulus dengan cara berfikir dalam satuan-satuan yang bermakna. Teori kognitif memberikan perhatian pada bagaimana individu memperoleh, menyimpan, dan mengelolah informasi yang akan menghasilkan perilaku dan tindakan.

Menurut jalaludin Rakhmat, dalam buku *psikologi komunikasi* bahawa ada empat proses pengolahan informasi yang terjadi pada seseorang yaitu :

1. Sensasi yaitu proses menangkap stimulti yang melibatkan alat indera manusia. Alat-alat indera mengubah informasi menjadi implus-implus saraf dengan bahasa yang dipahami oleh otak.
2. Persepsi yaitu proses pemberian makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru.

---

<sup>26</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, ( PT Remaja Rosdakarya: Bandung,2012 ) h. 257

<sup>27</sup> *Ibid*, h 233

3. Memori yaitu proses menyimpan informasi dan menggalinya kembali.
4. Berfikir yaitu proses mengolah dan memanipulasikan informasi untuk memenuhi kebutuhan atau memberikan respons.

Komunikator dapat juga berupa seseorang yang sedang berbicara, menulis, kelompok orang, organisasi komunikasi seperti surat kabar, radio, televisi, film dan sebagainya. Dalam komunikasi menyampaikan pesan kadang-kadang komunikator dapat menjadi komunikan sebaliknya komunikan menjadi komunikator. Syarat-syarat yang perlu diperhatikan oleh seseorang komunikator adalah sebagai berikut<sup>28</sup> :

1. Memiliki kredibilitas yang tinggi bagi komunikasi maksudnya mempunyai pengetahuan yang luas dan wawasan yang lebih untuk bisa mengungkapkan sebuah persepsi dari komunikan.
2. Keterampilan komunikasi maksudnya adalah komunikator harus banyak bicara, harus bisa mengendalikan suasana sehingga komunikan tidak merasa bosan.
3. Mempunyai pengetahuan yang luas maksudnya adalah komunikator harus pintar dan berpengalaman sehingga jika komunikan mempunyai persepsi atau pandangannya sendiri komunikator bisa menjawab pertanyaannya.

---

<sup>28</sup> Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara.1993).h.12

4. Sikap, komunikator harus mempunyai sikap yang baik, dan sopan santun sehingga komunikate nyaman dalam penyampaian komunikator.

5. Memiliki daya tarik dalam arti ia memiliki kemampuan untuk melakukan perubahan sikap/penambahan pengetahuan bagi/pada diri komunikan.

Persepsi adalah proses sikap yang mempunyai peranan penting di dalam komunikasi seseorang. Persepsi berarti bahwa orang yang berbeda dapat menanggapi pesan yang sama dengan cara yang berbeda. Tidak ada seorang komunikator yang dapat mengansumsi bahwa sebuah pesan akan mempunyai ketetapan makna untuk semua penerima pesan atau terkadang pesan tersebut mempunyai makna yang sama pada semua penerima pesan. Proses menerima dan menafsirkan pesan ada banyak model komunikasi yang sering disebut. Penyandiaan-balik (*decoding*) adalah sebuah proses yang melibatkan persepsi atau meliputi rangsangan dalam *decoding* sebuah pesan komunikasi massa<sup>29</sup>.

---

<sup>29</sup> *Op. Cit.* Werner J. Saverin dan James W. Tankard, h.84

## **BAB III**

### **DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN**

#### **A. Sejarah Berdirinya UIN Raden Fatah Palembang**

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Raden Fatah Palembang diresmikan pada tanggal 13 november 1964 di Gedung Dewan Perwakilan Rakyat Propinsi Sumatera Selatan, berdasarkan surat keputusan Menteri Agama Nomor 7 tahun 1964 tanggal 22 oktober 1964<sup>30</sup>.

Berdirinya IAIN Raden Fatah juga erat kaitannya dengan keberadaan lembaga-lembaga pendidikan tinggi agama islam yang ada di Sumatera Selatan dengan IAIN Sunan Kalijaga di Yogyakarta dan IAIN Syarif Hidayatullah di Jakarta. Cikal bakal IAIN awalnya digagas oleh tiga orang ulama, yaitu: K.H.A. Rasyid Sidik, K.H. Husin Abdul Mu'in dan K.H. Siddik Adim pada saat berlangsung muktamar Ulama se Indonesia di Palembang tahun 1957.

Gagasan tersebut mendapat sambutan luas baik dari pemerintah maupun peserta muktamar. Pada hari terakhir muktamar, tanggal 11 september 1957 dilakukan peresmian pendirian Fakultas Hukum Islam dan Pengetahuan Masyarakat yang diketuai oleh K.H.A. Gani Sindang Muchtar Effendi sebagai sekretaris. Setahun kemudian dibentuk Yayasan Perguruan Tinggi Islam Sumatera Selatan (Akte Notaris

---

<sup>30</sup> Jalaludin, Dies Natalis Emas: 50 Tahun IAIN Raden Fatah 1964-2014, (Palembang: Rafah Press)

No. 49 tanggal 16 juli 1958) yang pengurusnya terdiri dari pejabat pemerintah, ulama dan tokoh-tokoh masyarakat.

Pada tahun 1975 s.d tahun 1995 IAIN Raden Fatah memiliki 5 Fakultas, tiga fakultas di Palembang, yaitu fakultas Syariah, fakultas Tarbiyah dan fakultas Ushuludin. Dan dua fakultas lagi ada di Bengkulu, yaitu fakultas Ushuludin di Curup dan fakultas Syariah di Bengkulu. Sejalan dengan kebijakan pemerintah dalam upaya pengembangan kelembagaan perguruan tinggi agama islam, maka pada tanggal 30 juni 1997 yang masing-masing kedua fakultas ditingkatkan statusnya menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN), yaitu STAIN Curup dan STAIN Bengkulu.

Dalam perkembangan berikutnya IAIN Raden Fatah membuka dua fakultas baru, yaitu Fakultas Adab dan Fakultas Dakwah. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama R.I Nomor 103 tahun 1998 tanggal 27 februari 1998. Cikal bakal fakultas Adab dimulai dari pembukaan dan penerimaan mahasiswa Pogram Studi (Prodi) Bahasa dan Sastra Arab dan Sejarah Kebudayaan Islam pada tahun Akademik 1995/1996.

Pada tahun 2015 IAIN resmi berganti nama menjadi UIN Raden Fatah Palembang dan memiliki enam fakultas dengan bertambahnya satu fakultas yaitu Ekonomi dan Bisnis Islam dengan membuka Jurusan / Program Studi yang ada diantaranya Ekonomi Islam (EKI) dan D3 perbankan Syariah (DPS).

## **B. Sejarah Berdirinya Fakultas Dakwah dan Komunikasi**

Keberadaan Fakultas Dakwah tidak terlepas dari Fakultas Ushuludin IAIN Raden Fatah Palembang, dimana sejak tahun 1976 Fakultas Ushuludin telah mengembangkan jurusan yang sebelumnya hanya ada satu jurusan saja yaitu Perbandingan Agama, ditambah satu jurusan yaitu Dakwah.

Seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka diperlukan adanya pengembangan Fakultas dilingkungan IAIN Raden Fatah Palembang, sehubungan dengan hal tersebut menjelang tahun Akademik 1995/1996 Fakultas Ushuludin jurusan Dakwah membentuk program studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) dan Bimbingan Islam (BPI).

Sebagai langkah awal untuk pendirian Fakultas Dakwah, maka dilaksanakanlah rapat senat Fakultas Ushuludin pada tanggal 13 Februari 1995. Dari hasil rapat tersebut ditetapkan tim persiapan pendirian Fakultas Dakwah dengan SK Dekan Nomor : In/4/111.2/Pp.07.660/1995 tanggal 16 februari 1995 dengan personil sebagai berikut:

Ketua : Drs. Komarudin Sahar  
Sekretaris : Drs. Taufik Akhyar  
Anggota : 1. Drs. H. M. Yamin Maris  
          1. Drs. H. Abdullah Yahya  
          2. Drs. Thohlon Abdul Rauf

3. Drs. H. Saifullah Rasyid, MA

4. Drs. Turmudzi DS

Selanjutnya pada tanggal 10 agustus 1995 Fakultas Ushuludin IAIN Raden Fatah Palembang kembali mengadakan sidang senat dengan hasil keputusan bahwa: pada tahun Akademik 1995/1996 mahasiswa yang akan mendaftar Jurusan Dakwah adalah sebagai mahasiswa program studi KPI dan BPI. Mahasiswa inilah yang merupakan cikal bakal mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Raden Fatah Palembang.

Upaya usaha untuk mendirikan Fakultas Dakwah selanjutnya yaitu dengan membentuk pengolah program sebagai berikut:

Ketua pengolah	: Drs. Komarudin Sahar
Sekretaris	: Drs. H. M. Kamil Kamal
Anggota	: 1. Drs. H. Thohlon Abdul Rauf 2. Drs. Basyaruddin Hamdan 3. Drs. Asmawi

Sebagai usaha untuk mempercayai proses pendirian Fakultas Dakwah dan Adab dilingkungan IAIN Raden Fatah Palembang, dibentuklah tim gabungan pendirian Fakultas Dakwah dan Adab, dengan SK Rektor Nomor: XXXIII Tahun 1995. Personilnya sebagai berikut:

Ketua	: Drs. H. M. Yamin Maris
-------	--------------------------

Sekretaris : Drs. H. Saifullah Rasyid, MA

Anggota : 1. Drs. H. Ali Ahmad Zen

2. Drs. Komarudin Sahar

3. Dr. J. Suyuti Pulungan, MA

Dalam pertemuan ini gabungan tersebut dengan Rektor IAIN Raden Fatah Drs. H. Moh. Said, MA disepakati bahwa kedua Fakultas yang akan didirikan itu hendaklah mempersiapkan mahasiswa-mahasiswanya dan menyusun proposal untuk dikirm ke Menteri Agama RI guna merealisasikannya.

Langkah berikutnya tim menyebarkan angket ke pesantren-pesantren serta MAN/MAS yang ada diwilayah Sumatera Selatan. Disamping itu, dilakukan juga studi banding ke IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, IAIN Sunan Gunung Jati Bandung serta IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta pada tanggal 1-9 desember. Dari Fakultas Dakwah diwakili oleh Dr. Komarudin Sahar dan Drs. H. M. Kamil Kamal kesemuanya dilakukan dalam rangka studi kelayakan berdirinya Fakultas Dakwah.

Berdasarkan hasil angket dan studi banding yang telah dilaksanakan tersebut, maka dibuatlah proposal dan kemudian diajukan kepada Menteri Agama RI. Disamping itu, Rektor IAIN Raden Fatah telah mengeluarkan SK No.b/II-i/up/212/1997 tanggal 14 september 1997 tentang struktur badan pengolahan persiapan Fakultas Dakwah IAIN Raden Fatah Palembang, yakni sebagai berikut:

Ketua : Dr. Aflatun Muchtar, MA

Wakil ketua : Drs. Komarudin Sahar

Wakil ketua : Drs. H. M. Kamil Kamal

Anggota : Mirawan Fasta, S.Ag

Ahmad Darmawan

Pada tahun akademik 1997/1998 badan pengolah persiapan Fakultas dakwah mulai mempersiapkan jadwal kuliah. Disamping itu, dosen-dosen fakultas Ushuludin mengadakan konsolidasi dengan para mahasiswa Fakultas Ushuludin Jurusan Dakwah angkatan 1995/1996 dan 1996/1997 dengan membagi dua jurusan yaitu Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) dan Jurusan Bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI).

Pada tanggal 27 februari 1998 dengan SK Menteri Agama RI No. 103 tahun 1998 berdirilah Fakultas Dakwah di IAIN Raden Fatah pada tanggal 13 juli 1998.

Berdasarkan SK Rektor Nomor :IN/4/1.2/KP.07.6/140/1998 tanggal 14 mei 1998. Ditetapkan pelaksana harian tugas dekan Fakultas Dakwah IAIN Raden Fatah dan pembantu-pembantunya yaitu:

Dekan Fakultas Dakwah : Dr. Aflatun Muchtar, MA

Pembantu Dekan I : Drs. H. M. Kamil Kamal

Pembantu Dekan II : Dra. Dalinur M. Nur

Pembantu III : Drs. Komarudin Sahar

Sedangkan pengangkatan staf jurusan ditetapkan dengan SK Rektor Nomor: In/4/1.2/Kp.07.6/145/1998 sebagai berikut:

Ketua jurusan KPI : Dr. M. Amin S

Sekretaris jurusan KPI : Dra. Hamidah, M. Ag

Ketua Jurusan BPI : Drs.M. Musrin HM

Sekretaris Jurusan BPI : Dra. Eni Murdiati

Akan tetapi, jabatan struktural tersebut tidak berlangsung lama karena Dr. Aflatun Muchtar, MA sebagai Dekan Fakultas Dakwah terpilih sebagai Pembantu Rektor bidang kemahasiswaan. Oleh karena itu, sebagai pelaksana tugas harian Dekan ditunjuklah DRS. Kamil Kamal.

Dengan keluarnya SK Menteri Agama RI tentang Dekan dan Pembantu Dekan Fakultas Dakwah, maka secara definitifve terhitung mulai tanggal 4 oktober 2000, kepemimpinan Fakultas Dakwah sebagai berikut:

Dekan Dakwah : Drs. H. M. Kamil Kamal

Pembantu Dekan I : Drs. M. Amin S

Pembantu Dekan II : Dra. Dalinur M. Nur

Pembantu Dekan III : Drs. Komaruddin Sahar

Karena Drs. M. Amin S yang menjabat PD I Fakultas Dakwah dan Dra. Hamidah M.Ag mengikuti program S3 di IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta, maka posisi kajar dan sekjur KPI tidak ada yang terisi. Untuk mengatasi hal ini, Drs. M. Amin S merangkap jabatan, sebagai PD I dan Kajar KPI dan untuk sekjur dipilhlah Dra. Choiriyah. Berikutnya setelah Dra. Hamidah, M. Ag kembali, maka ia diusulkan untuk menjadi kajar KPI menggantikan posisi Drs. M. Amin S

Fakultas merupakan tempat pemahaman teknis Dakwah. Melalui kelompok pengajaran ini, mahasiswa diharapkan memahami dan mampu mengaplikasikan metode-metode berdakwah dengan baik. Awalnya fakultas Dakwah mempunyai dua jurusan yaitu Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) dan Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI).

Namun seiring berjalannya waktu dan semakin banyak peminatnya fakultas ini berubah menjadi fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Pada tanggal 9 maret 2010, pihak fakultas mengajukan surat dengan nomor In. 03/1.1/Kp.07.6/300/2010 dengan tujuan meminta fakultas Dakwah berubah sebutan menjadi fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Tanggal 31 desember 2010 pihak institut mengeluarkan Surat Keputusan dengan nomor in.03/v/Kp.01.2/108/2010. Fakultas Dakwah berubah sebutan menjadi Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Namun, surat keputusan ini berlaku mulai

terhitung dari tanggal 1 Januari 2011. Dengan ketentuan bahwa apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini akan diadakan pembetulan sebagaimana mestinya.

Fakultas Dakwah dan Komunikasi awalnya hanya mempunyai 2 jurusan yaitu Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) dan Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI). Namun, pada tahun 2010 fakultas ini sesuai dengan perkembangannya, menambah dua jurusan yaitu Sistem Informasi (SI) dan Jurnalistik. Dan pada tahun 2015 fakultas ini menambah satu jurusan lagi yaitu Ilmu Komunikasi. Kemudian, pada tahun 2016 fakultas inipun menambah dua jurusan baru lagi yaitu Manajemen Dakwah (MD) dan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI).

## **2. Visi Misi dan Tujuan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**

Visi Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Menjadi pusat pengembangan dan penyebaran (Dakwah) Islam melalui sumber daya manusia yang berintegritas tinggi sesuai bidangnya, berwawasan global, berkarakter islami dan berakhlak mulia.

Misi Fakultas Dakwah dan Komunikasi

1. Mengembangkan kompetensi mahasiswa dalam bidang Komunikasi Penyiaran Islam, Bimbingan Konseling Islam, Jurnalistik dan Sistem Informasi.

2. Mengintegrasikan ilmu-ilmu keislaman dan ilmu-ilmu sosial dan sains sehingga dapat dikemas dalam bingkai komunikasi yang efektif, bimbingan konseling islami, jurnalistik prophetik dan sistem informasi yang komprehensif.
3. Meningkatkan *capacity building* tenaga pendidik dan tenaga kependidikan serta memaksimalkan sumber belajar.
4. Meningkatkan fungsi dan peran media dalam penyebarluasan nilai-nilai keislaman, baik media cetak, penyiaran, informasi elektronik melalui web maupun konseling langsung kepada sasaran.

#### Tujuan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Menghasilkan sarjana yang memiliki wawasan keislaman komprehensif maupun mengembangkan diri dalam mendakwahkan Islam sesuai dengan bidang-bidangnya, komunikasi, bimbingan dan konseling, jurnalistik dan sistem informasi. Serta memiliki jaringan yang luas, terbuka dan responsive terhadap perubahan sosial dan senantiasa berakhlak mulia.

## **C. Jurusan / Program Studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi**

### 1. Visi dan Misi Prodi Komunikasi Penyiaran Islam

#### Visi Komunikasi Penyiaran Islam

Menjadi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam tahun 2018 sebagai pusat pengembangan dan penyebaran (Dakwah) islam melalui sumber daya manusia yang berintegrasi tinggi sesuai bidang, berwawasan global, berkarakter islami dan berakhlak mulia.

#### Misi Komunikasi Penyiaran Islam

- 1) Mengembangkan kompetensi mahasiswa dalam bidang komunikasi penyiaran islam, sebagai juru dakwah maupun meningkatkan fungsi dan peran media dalam penyebarluasan nilai-nilai keislaman.
- 2) Mengintegrasikan ilmu-ilmu keislaman dengan ilmu-ilmu sosial dan sains sehingga dapat dikemas dalam bingkai komunikasi yang efektif, dengan melakukan riset dan pengembangan tentang Komunikasi Penyiaran Islam (KPI).
- 3) Meningkatkan *capacity building* tenaga pendidik dan tenaga kependidikan serta memaksimalkan sumber belajar dan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan berbagai lembaga pemerintah maupun swasta.

### 2. Visi Misi Prodi Bimbingan Penyuluhan Islam

#### Visi Bimbingan Penyuluhan Islam

Menjadi program studi Bimbingan dan Konseling Islam tahun 2018 profesional dalam pengembangan keahlian dibidang Bimbingan Konseling,

Penyuluhan dan Psikoterapi Islam untuk membangun nilai-nilai individu, keluarga, institusional dan sosial sesuai dengan misi utama dakwah islam.

Misi Bimbingan Penyuluhan Islam

- 1) Melakukan studi tentang bimbingan konseling, penyuluhan dan psikoterapi islam baik sebagai ilmu maupun sebagai gejala aktifitas manusia untuk merumuskan konsep-konsep baru dibidang ke-BKI-an.
- 2) Melakukan riset dan pengembangan tentang bimbingan konseling, penyuluhan dan psikoterapi islam untuk menemukan relevansi dan nilai guna dimasyarakat. Menyiapkan tenaga professional dalam bidang bimbingan konseling, penyuluhan dan psikoterapi islam untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan berbagai lembaga pemerintah maupun swasta.

### 3. Visi Misi Prodi Jurnalistik

Visi Jurnalistik

Menjadi tempat mencetak anak bangsa yang agamis dan bertanggung jawab atas pengembangan masyarakat berdasarkan potensi dan pengetahuan akademik serta terampil (professional) dibidang jurnalistik 2015

Misi Jurnalistik

- 1) Melaksanakan dan mengembangkan pendidikan dan pengajaran ilmu jurnalistik terutama radio, film, televisi, dan surat kabar.

- 2) Melakukan penelitian dalam media massa yang didasarkan dengan nilai-nilai resmi.
- 3) Melakukan pengabdian kepada masyarakat terutama dalam profesi jurnalistik baik elektronik maupun media cetak.

#### 4. Visi dan Misi Prodi Sistem Informasi

##### Visi Sistem Informasi

Menghasilkan lulusan yang unggul dan berkelanjutan di Bidang Teknologi Informasi, khususnya Sistem Informasi pada tahun 2015 yang berstandar nasional berkarakter islami dan beakhlak mulia.

##### Misi Sistem Informasi

- 1) Melaksanakan dan mengembangkan pendidikan dan pengajaran ilmu sistem informasi.
- 2) Melakukan penelitian dalam media yang didasarkan dengan nilai-nilai islam.  
Melakukan pengabdian kepada masyarakat terutama dalam profesi TIK dengan menggunakan media yang berbasis teknologi.

#### 5. Visi dan Misi Prodi Ilmu Komunikasi

##### Visi Ilmu Komunikasi

Menjadi program studi ilmu komunikasi yang kompetitif dan unggul, berstandar internasional, berwawasan nasional dan berkarakter islami.

### Misi Ilmu Komunikasi

- 1) Menghasilkan sarjana ilmu komunikasi yang memiliki keunggulan pada persaingan ditingkat global dan berwawasan nasional serta berkarakter islami.
- 2) Mengembangkan dan melakukan integrasi keilmuan komunikasi dengan keislaman melalui pendidikan, pengajaran dan penelitian.
- 3) Menghasilkan sarjana ilmu komunikasi yang memiliki landasan moral keagamaan dalam pengembangan dan penerapan ilmu komunikasi.

Memberikan kontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat melalui peningkatan pengelolaan sumber daya manusia (SDM) yang komunikatif dan islami.

#### **D. Keadaan Sarana dan Prasarana Fakultas Dakwah dan Komunikasi**

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang bila ditinjau dari perkembangan fisik cukup maju, berkat adanya perhatian dari menunjang pelaksanaan kerja. Perkembangan ini dapat dilihat dari segi gedung yang permanen, ruang Dekan, ruang Pembantu Dekan, ruang Kajar, ruang TU, ruang Kantor, ruang Dosen, ruang Seminar.

Dalam suatu lembaga perguruan tinggi fakultas Dakwah dan Komunikasi, sarana dan prasarana mutlak harus ditingkatkan demi tercapainya tujuan organisasi. Untuk lebih jelasnya keadaan sarana dan prasarana fakultas dakwah dan komunikasi dapat dilihat dari tabel berikut ini:

**TABEL 7. Keadaan sarana dan prasarana fakultas Dakwah dan Komunikasi**

**UIN Raden Fatah Palembang**

No	Jenis sarana prasarana	jumlah	keterangan
1	Ruang Dekan	1	Baik
2	Ruang Wakil Dekan	3	Baik
3	Ruang Tamu	1	Baik
4	Ruang Kajar	4	Baik
5	Ruang TU	1	Baik
6	Ruang Kantor	1	Baik
7	Musholah	1	Baik
8	Ruang Seminar	1	Baik
9	Ruang Laboratorium SI	2	Baik
10	Perpustakaan	1	Baik
11	Ruang BEM	1	Baik
12	Ruang Kuliah	17	Baik
13	Ruang Radio	1	Baik
14	Penerangan Listrik	-	Listrik/PLN
15	Air bersih	-	PDAM
16	WC	12	Baik
17	Ruang Multimedia dan AC	1	Baik

18	Absensi Pegawai	1	Baik
19	Komputer	-	-

Sumber: BAK fakultas Dakwah

Berdasarkan tabel diatas dapat dipahami bahwa sarana dan prasarana fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang, dapat dikategorikan baik dan lengkap. Keadaan sarana dan prasarana demikian sangat mendukung untk mencapai tujuan organisasi, walaupun sarana dan prasarana tersebut mutlak selalu ditingkatkan kualitasnya dan kuantitasnya sehingga dapat sejalan dan sesuai dengan perkembangan zaman.

## **6. Keadaan Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi**

Pada tahun Akademik 1997/1998 badan pengelola persiapan fakultas Dakwah dan Komunikasi mulai mempersiapkan jadwal kuliah. Disamping itu, dosen-dosen fakultas Ushuludin jurusan Dakwah angkatan 1995/1996 dan 1997/1998 dengan membagi dua jurusan yaitu Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) dan Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI). Berdasarkan SK Rektor Nomor: IN/4/1.2/kp.07.6/140/1998 tanggal 14 mei 1998.

Sedangkan pengangkatan staf jurusan ditetapkan dengan SK Rektor Nomor: IN/4/1.2/kp.07.6/145/1992 sebagai berikut:

Katua jurusan KPI : Drs. M. Amin S

Sekretaris jurusan KPI : Dra. Hamidah, M.Ag

Ketua Jurusan BPI : Drs. M. Musrin HM

Sekretaris jurusan BPI : Dra. Eni Murdiati

Karena Dr. Aflatun Muchtar, MA yang menjabat sebagai Dekan Fakultas Dakwah UIN Raden Fatah terpilih sebagai Pembantu Rektor I UIN Raden Fatah bidang kemahasiswaan. Sehingga pelaksanaan tugas harian Dekan ditunjuklah Drs. H. Kamil Kmal

Dengan keluarnya SK Menteri Agama RI tentang Dekan dan Pembantu Dekan Fakultas Dakwah, maka secara definitifve terhitung mulai tanggal 4 oktober 2000, kepemimpinan Fakultas Dakwah sebagai berikut:

Dekan Dakwah : Drs. H. M. Kamil Kamal

Pembantu Dekan I : Drs. M. Amin S

Pembantu Dekan II : Dra. Dalinur M. Nur

Pembantu Dekan III : Drs. Komaruddin Sahar

Karena Drs. M. Amin S yang menjabat PD I Fakultas Dakwah dan Dra. Hamidah M.Ag mengikuti program S3 di IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta, maka posisi kajur dan sekjur KPI tidak ada yang terisi. Untuk mengatasi hal ini, Drs. M. Amin S merangkap jabatan, sebagai PD I dan Kajur KPI dan untuk sekjur dipilhlah Dra. Choiriyah. Berikutnya setelah Dra. Hamidah, M. Ag kembali, maka ia diusulkan untuk menjadi kajur KPI menggantikan posisi Drs. M. Amin.

Dengan selesainya masa tugas Drs. H.M Kamil Kamal sebagai Dekan fakultas Dakwah, maka berdasarkan SK Rektor terhitung mulai tanggal 26 agustus 2004 sampai sekarang jabatan Dekan dijabat oleh

Adapun susunan kepemimpinan fakultas Dakwah dan Komunikasi tahun 2012 sebagai berikut:

Dekan fakultas Dakwah	: Dr. Kusnadi, MA
Wakil Dekan I	: Achmad Syarifudin, MA
Wakiil Dekan II	: Drs. Aminullah Cik Sohar, M.Pd.I
Wakil Dekan III	: Drs. M. Amin Sihabuddin, M.Hum
Kajur KPI	: Manalullaili, M. ED
Kajur BPI	: Neni Noviza, M.Pd
Kajur Jurnalistik	: Sumaina Duku, M.Si
Kajur Sistem informasi	: Fenny Purwani, M.Kom
Kajur Ilmu Komunikasi	: Yenzizal, S. Sos., MS.I

#### **E. Sejarah berdirinya jurusan Jurnalistik**

Jurusan jurnalistik merupakan salah satu jurusan yang ada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Pada awalnya jurnalistik hanya bagian dari mata kuliah khusus atau konsentrasi ilmu yang ada dalam jurusan komisi penyiaran islam (KPI). Namun, dengan perkembangannya kemudian pada tahun 2019 jurnalistik memecah menjadi salah satu jurusan (prodi) sesuai surat keputusan (SK) yang diturunkan oleh direktur jendral pendidikan islam nomon:DJ.I/787/2009 pada

tanggal 23 Desember 2009 maka resmi menjadi jurusan atau program studi (prodi)<sup>31</sup>.

## **1. Tujuan, Visi dan Misi Jurusan Jurnalistik**

### 1) Tujuan

- a) Mencetak sarjana dibidang jurnalistik yang memiliki kemampuan akademi secara komprehensif dan berakhlak mulia
- b) Menjadikan program jurnalistik sebagai pusat penelitian yang unggul dalam bidang kajian dan penelitian dibidang media cetak dan elektroknik dalam bingkai dakwah islam
- c) Menjadikan program jurnalistik yang mampu mengolah dan mengembangkan usaha pemberitaan media cetak atau elektroknik (kurikulum dan silabus fakultas dakwah dan komunikasi tahun 2010-2011)

### 2) Visi

Menjadi tempat mencetak anak bangsa yang agamis dan bertanggung jawab atas pengembangan masyarakat berdasarkan potensi dan pengetahuan akademi serta terampil (professional) dibidang jurnalistik 2015

### 3) Misi

- a) Melaksanakan dan mengembangkan pendidikan dan pengajaran ilmu jurnalistik radio, flim, televise, dan surat kabar

---

<sup>31</sup> Dokumentasi prodi jurnalistik fakultas dakwah dan komunikasi

- b) Melakukan penelitian dalam media massa yang didasarkan dengan nilai-nilai
- c) Melakukan pengabdian kepada masyarakat terutama dalam profesi jurnalistik baik elektronik maupun media cetak.

## 2. Keadaan Mahasiswa Jurnalistik

Keadaan mahasiswa jurusan jurnalistik dapat dilihat pada table berikut:

**Tabel 8. Data Mahasiswa Jurnalistik**

<b>Tahun Ajaran Akademi</b>	<b>Total Mahasiswa</b>
2010/2011	14
2011/2012	22
2012/2013	94
2013/2014	71
2014/2015	123
2015/2016	147
<b>JUMLAH</b>	<b>471</b>

Sumber: Data Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Uji instrumen

##### 1. Uji Validitas

Penelitian ini memiliki 56 item. 30 item untuk variabel persepsi terhadap pembawa acara “Kick Andy” (X) dan 26 item untuk variabel minat menonton *talkshow* “Kick Andy” (Y). Untuk mengetahui valid atau tidaknya item bisa dilihat pada nilai *corrected item total correlation*. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka item dinyatakan tidak valid, sedangkan jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka dinyatakan valid.

Uji validitas ini menggunakan  $r$  tabel *product moment* dengan taraf signifikan sebesar 0,05 dengan rumus *degree of freedom* yaitu  $df = n$  (jumlah sampel) - 2, maka  $df = 35 - 2 = 33$  sehingga diperoleh  $r$  tabel 0,333. Berikut hasil uji validitas :

**Tabel 9. Hasil Uji Validitas X**

Item	Corrected Item Total Correlation	r Tabel	Keterangan
Item 1	680	0,333	Valid
Item 2	540	0,333	Valid
Item 3	722	0,333	Valid
Item 4	492	0,333	Valid
Item 5	647	0,333	Valid

Item 6	454	0,333	Vvalid
Item 7	727	0,333	Valid
Item 8	643	0,333	Valid
Item 9	367	0,333	Valid
Item 10	681	0,333	Valid
Item 11	589	0,333	Valid
Item 12	343	0,333	Valid
Item 13	672	0,333	Valid
Item 14	416	0,333	Valid
Item 15	674	0,333	Valid
Item 16	496	0,333	Valid
Item 17	721	0,333	Valid
Item 18	661	0,333	Valid
Item 19	479	0,333	Valid
Item 20	747	0,333	Valid
Item 21	470	0,333	Valid
Item 22	-115	0,333	Tidak Valid
Item 23	684	0,333	Valid
Item 24	-0.95	0,333	Tidak Valid
Item 25	-0.80	0,333	Tidak Valid
Item 26	743	0,333	Valid

Item 27	623	0,333	Valid
Item 28	369	0,333	Valid
Item 29	-195	0,333	Tidak Valid
Item 30	-191	0,333	Tidak Valid

Sumber : Diolah dengan SPSS 16 (Desember 2016)

**Tabel 10. Hasil Uji Validitas Variabel Y**

<b>Item</b>	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	r Tabel	Keterangan
Item 1	927	0,333	Valid
Item 2	866	0,333	Valid
Item 3	852	0,333	Valid
Item 4	858	0,333	Valid
Item 5	843	0,333	Valid
Item 6	654	0,333	Valid
Item 7	807	0,333	Valid
Item 8	847	0,333	Valid
Item 9	861	0,333	Valid
Item 10	869	0,333	Valid
Item 11	821	0,333	Valid
Item 12	-0.30	0,333	Tidak Valid

Item 13	780	0,333	Tidak Valid
Item 14	-0.38	0,333	Tidak Valid
Item 15	838	0,333	Valid
Item 16	-284	0,333	Tidak Valid
Item 17	904	0,333	Valid
Item 18	841	0,333	Valid
Item 19	-109	0,333	Tidak Valid
Item 20	833	0,333	Valid
Item 21	-100	0,333	Tidak Valid
Item 22	-302	0,333	Tidak Valid
Item 23	911	0,333	Valid
Item 24	859	0,333	Valid
Item 25	886	0,333	Valid
Item 26	926	0,333	Valid

Sumber : Diolah dengan SPSS 16 (Desember 2016)

Berdasarkan data pada tabel 9 dan 10 tersebut dapat dilihat bahwa setelah dilakukan uji validitas dengan bantuan program *SPSS 16* diperoleh nilai pada *corrected item total correlation* untuk variabel x terdapat 25 pertanyaan yang nilai *corrected item total correlation* lebih besar dari r tabel sementara 5 pernyataan *corrected item total correlation* lebih kecil dari r tabel, sehingga 5 pernyataan dianggap tidak valid dan dinyatakan gugur hingga tidak dapat digunakan sebagai angket.

Sementara nilai pada *corrected item total correlation* untuk variabel Y terdapat 20 pernyataan yang nilai *corrected item total correlation* lebih besar dari r tabel sementara 6 pernyataan *corrected item total correlation* lebih kecil dari r tabel, sehingga 6 pernyataan tidak valid dan dianggap gugur hingga tidak dapat digunakan sebagai angket. Maka berdasarkan hasil uji validitas yang diperoleh dapat disimpulkan masing-masing instrument variabel. X terdapat 25 pernyataan dan variabel Y terdapat 20 pernyataan yang valid dan dapat digunakan sebagai angket.

## 2. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, langkah selanjutnya menguji reliabilitas variabel terhadap pembawa acara (X) dan variabel minat menonton *Talkshow* “Kick Andy” (Y) dengan menggunakan SPSS 16 dan rumus *Cronbach's alpha*, jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 maka variabel tersebut dinyatakan reliabel dan memunihi syarat sebagai alat ukur pengambilan data penelitian, sebaliknya jika *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,60 variabel tidak dapat digunakan. Berikut hasil uji reliabilitas.

**Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X Dan Y**

<b>Variabel</b>	<b>Item pernyataan</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Pembawa Acara (X)</b>	25 pernyataan	0,750	Valid
<b>Minat Menonton <i>Talkshow</i> “Kick Andy” (Y)</b>	20 pernyataan	0,769	Valid

Sumber : diolah dengan spss 16 (desember 2016)

Dari hasil analisis diatas didapatkan nilai Alpha Pembawa Acara (X) sebesar 0,750, maka disimpulkan bahwa butir-butir instrument penelitian tersebut reliabilitas dengan nilai tersebut lebih besar dari 0,60 ( $0,750 > 0,60$ ), sedangkan hasil analisis nilai Alpha pada Minat Menonton *Talkshow* “Kick Andy” sebesar 0,769, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrument penelitian tersebut reliabilitas dengan nilai tersebut lebih besar dari r table 0,60 ( $0,769 > 0,60$ ). Maka kesimpulannya nilai Alpha persepsi pembawa acara dengan minat menonton dinyatakan valid.

## B. Hasil penelitian

### 1. Analisis Variabel Persepsi Mahasiswa Terhadap Pembawa Acara

Untuk mengetahui bagaimana korelasi antara persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara dengan minat menonton *talkshow* “Kick Andy” di Metro TV. Maka dilakukan analisis skor data untuk variabel X dengan rumus TSR (Tinggi, Sedang, Rendah). Berikut skor data yang diperoleh.

**Tabel 12. Skor Data Variabel X**

#### Persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara

<b>Koresponden (N)</b>	<b>Pembawa Acara (X)</b>
1	83
2	88
3	89
4	88
5	71
6	103
7	85
8	79
9	83
10	91

11	87
12	102
13	94
14	97
15	62
16	110
17	106
18	80
19	116
20	60
21	93
22	86
23	93
24	98
25	105
26	100
27	95
28	70
29	75

30	92
31	125
32	100
33	75
34	86
35	125
<b>Total ( <math>\Sigma</math> )</b>	<b>3192</b>

Setelah mengetahui jumlah skor data dari angket persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara “Kick Andy” (variabel X) pada tabel 13. Kemudian akan dianalisis guna mencari mean, standar deviasi dan TSR, untuk memudahkan analisis data variabel kemudian data yang telah diperoleh akan disusun dalam distribusi frekuensi. Berikut tabel penolong distribusi frekuensi.

**Tabel 13. Distribusi Frekuensi**

**Persepsi Mahasiswa Terhadap Pembawa Acara “Kick Andy” (X)**

No	Interval	F	X	FX	X <sup>2</sup>	F(X <sup>2</sup> )
1	60 – 69	2	64	128	4096	8192
2	70 – 79	5	74	370	5476	27380
3	80 – 89	10	84	840	7056	70560

4	90 – 99	8	94	752	8836	70688
5	100 – 109	6	104	624	10816	64896
6	110 – 119	2	114	228	12996	25992
7	120 – 129	2	124	248	15376	30752
<b>Total <math>\Sigma</math></b>		<b>35</b>	<b>658</b>	<b>3190</b>	<b>64652</b>	<b>298460</b>

Dari tabel distribusi rekuensi pada tabel diatas, selanjutnya akan dicari mean atau rata-rata hitung, dengan rumus berikut:

$$M = \frac{\Sigma FX}{\Sigma F}$$

Keterangan:

M = Mean (rata-rata hitung)

$\Sigma FX$  = jumlah rata-rata (hasil perkalian frekuensi dan nilai tengah interval)

$\Sigma F$  = jumlah frekuensi

$$M = \frac{\Sigma FX}{\Sigma F} = \frac{3190}{35} = 91.14$$

Dari hasil perhitungan diatas diketahui mean atau rata-rata hitung dari jumlah skor persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara “Kick Andy” yaitu 91.51 setelah hasil mean diperoleh, selanjutnya akan dicari standar deviasi dengan rumus berikut:

$$SD = \sqrt{\frac{\varepsilon FX^2 - \frac{(\varepsilon FX)^2}{\varepsilon F}}{\varepsilon F}}$$

$$SD = \sqrt{\frac{298460 - \frac{(3190)^2}{35}}{35}} \quad SD = \sqrt{\frac{298460 - \frac{10176100}{35}}{35}}$$

$$SD = \sqrt{\frac{298460 - 290745}{35}} = \sqrt{\frac{7715}{35}} = \sqrt{22.04} = 4.69$$

Dari perhitungan standar deviasi diatas diperoleh nilai untuk standar deviasi yaitu 4.97, selanjutnya akan ditentukan TSR (tinggi, sedang, rendah) untuk persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara “Kick Andy” (X) sebagai berikut:

$$M + SD = 91.14 + 4.69 = 95$$

—————→ S

$$M - SD \text{ s/d } M + SD = 86 \text{ s/d } 95$$

—————→ R

$$M - SD = 91.14 - 4.69 = 86$$

Penjelasan dari perhitungan TSR (tinggi, sedang, rendah) diatas maka dapat dilihat bahwa untuok skor nilai 95 keatas adalah tergolong tinggi, untuk skor nilai antara 86 sampai dengan 95 termasuk dalam golongan sedang, sedangkan untuk skor nilai 86 kebawah termasuk dalam golongan rendah. Dari hasil TSR (tinggi, sedang, rendah) tersebut akan disusun dalam bentuk distribusi frekuensi dan persentase pada setiap kategori. Hal ini dappat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 14. Distribusi Frekuensi dan persentase T-S-R**  
**Persepsi Mahasiswa Terhadap Pembawa Acara “Kick Andy”**

<b>Persepsi Mahasiswa Terhadap Pembawa Acara “Kick Andy” (X)</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Tinggi	12	34.3%
Sedang	14	40.0%
Rendah	9	25.7%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara yang tergolong dalam kategori tinggi atau dalam istilah lain positif sebesar 34.3% yaitu 12 responden, kategori sedang atau netral sebesar 40.0% yaitu 14 responden, dan kategori rendah atau negatif sebesar 25.7% yaitu 9 responden, dengan demikian dapat diartikan bahwa persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara tergolong dalam kategori sedang atau dengan kata lain netral yaitu pada taraf persentase 40.0 % dengan jumlah 14 responden (mahasiswa). Dengan banyaknya pilihan koresponden pada pernyataan butir ke 7 yaitu, saya setuju, Andy F. Noya memiliki pengalaman dan jam terbang yang tinggi di dunia *broadcasting* dengan jumlah 727 data *item total correlation valid*.

## 2. Analisis Variabel Minat Menonton *Talkshow* “Kick Andy” di Metro TV

(Variabel Y)

Untuk mengetahui bagaimana minat menonton talkshow “Mata Najwa” di MetroTv (variabel Y). Maka data yang telah diperoleh akan di analisis dengan rumus TSR (Tinggi, Sedang, Rendah). Berikut skor data variable Y.

**Tabel 15. Skor Data**

**Minat Menonton talkshow “Kick Andy” di MetroTv (Y)**

<b>Koresponden (N)</b>	<b>Minat Menonton (Y)</b>
1	91
2	46
3	88
4	89
5	88
6	60
7	80
8	77
9	75
10	10
11	60
12	77
13	80
14	81
15	68
16	80
17	79
18	62
19	80
20	80
21	60

22	78
23	100
24	40
25	71
26	24
27	40
28	80
29	91
30	81
31	69
32	40
33	80
34	48
35	60
<b>Total (<math>\Sigma</math>)</b>	<b>2353</b>

Jumlah skor data yang telah diperoleh dari angket minat menonton talkshow “Kick Andy” di MetroTv pada tabel 17. Kemudian akan di analisis guna mencari mean, standar deviasi dan TSR, untuk memudahkan analisis data variabel kemudian data yang telah diperoleh akan disusun dalam distribusi frekuensi. Berikut tabel penolong distribusi frekuensi

**Tabel 16. Distribusi Frekuensi**

**Minat Menonton *Talkshow* “Kick Andy” di Metro TV (Y)**

No	Interval	F	X	FX	X <sup>2</sup>	F(X <sup>2</sup> )
1	24 – 35	1	29	29	841	841
2	36 – 47	4	41	164	1681	6724
3	48 – 59	1	53	53	2809	2809

4	60 – 71	9	65	585	4225	38025
5	72 – 83	14	77	1078	5929	83006
6	84 – 95	5	89	445	7921	39605
7	96 – 107	1	101	101	10201	10201
<b>Total (Σ)</b>		35	455	2455	33607	181211

Dari tabel distribusi rekuensi pada tabel diatas, selanjutnya akan dicari mean atau rata-rata hitung, dengan rumus berikut:

$$M = \frac{\sum FX}{\sum F}$$

Keterangan:

M = Mean (rata-rata hitung)

$\sum FX$  = jumlah rata-rata (hasil perkalian frekuensi dan nilai tengah interval)

$\sum F$  = jumlah frekuensi

$$M = \frac{\sum FX}{\sum F} = \frac{2455}{35} = 70.14$$

Dari hasil perhitungan diatas diketahui mean atau rata-rata hitung dari jumlah skor Minat Menonton “Kick Andy” yaitu 71.37 setelah hasil mean diperoleh, selanjutnya akan dicari standar deviasi dengan rumus berikut:

$$SD = \sqrt{\frac{\varepsilon FX^2 - \frac{(\varepsilon FX)^2}{\varepsilon F}}{\varepsilon F}}$$

$$SD = \sqrt{\frac{181211 - \frac{(2455)^2}{35}}{35}} \quad SD = \sqrt{\frac{181211 - \frac{6027025}{35}}{35}}$$

$$SD = \sqrt{\frac{181211 - 602702}{35}} = \sqrt{\frac{421491}{35}} = \sqrt{12.04} = 3.46$$

Dari perhitungan standar deviasi diatas diperoleh nilai untuk standar deviasi yaitu 4.97, selanjutnya akan ditentukan TSR (tinggi, sedang, rendah) untuk Minat Menonton “Kick Andy” (Y) sebagai berikut:

$$M + SD = 70.14 + 3.46 = 73$$

—————→ S

$$M - SD \text{ s/d } M + SD = 66 \text{ s/d } 73$$

—————→ R

$$M - SD = 70.14 - 3.46 = 66$$

Penjelasan dari perhitungan TSR (tinggi, sedang, rendah) diatas maka dapat dilihat bahwa untuok skor nilai 73 keatas adalah tergolong tinggi, untuk skor nilai antara 66 sanpai dengan 73 termasuk dalam golongan sedang, sedangkan untuk skor nilai 66 kebawah termasuk dalam golongan rendah. Dari hasil TSR (tinggi, sedang, rendah) tersebut akan disusun dalam bentuk distribusi frekuensi dan persentase pada setiap kategori. Hal ini dappat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 17. Distribusi Frekuensi dan persentase T-S-R**

**Minat Menonton *Talkshow* “Kick Andy” di Metro Tv**

<b>Minat Menonton “Kick Andy” (X)</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Tinggi	5	14.3%
Sedang	20	57.1%
Rendah	10	28.6%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa minat menonton *talkshow* “*Kick Andy*” yang tergolong dalam kategori tinggi atau dalam istilah lain positif sebesar 14.3% yaitu 5 responden, kategori sedang atau netral sebesar 57.1% yaitu 20 responden, dan kategori rendah atau negatif sebesar 28.6% yaitu 10 responden, dengan demikian dapat diartikan bahwa minat menonton *talkshow* “*Kick Andy*” tergolong dalam kategori sedang atau dengan kata lain netral yaitu pada taraf persentase 57.1 % dengan jumlah 20 responden. Dengan banyaknya pilihan koresponden pada pernyataan butir ke 1 yaitu, saya mengetahui siapa nama pembawa acara dalam *talkshow* “*Kick Andy*” dengan jumlah 927 data *item total correlation valid*.

### 3. Hubungan Persepsi Mahasiswa Terhadap Pembawa Acara Dengan Minat Menonton “Kick Andy” di Metro TV

untuk mengetahui hubungan antara persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara dengan minat menonton “kick andy” di metro tv, dilakukan uji korelasi dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*. Namun sebelumnya untuk memudahkan perhitungan maka dibuatlah table jumlah skor data yang diperoleh dari 35 responden, sebagai berikut:

**Tabel 18. Jumlah Skor Data Penelitian**

No	X	Y	XY	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>
1	83	91	7553	6889	8281
2	88	46	4048	7744	2116
3	89	88	7832	7921	7744
4	88	89	7832	7744	7921
5	71	88	6248	5041	7744
6	103	60	6180	10609	3600
7	85	80	6800	7225	6400
8	79	77	6083	6241	5929
9	83	75	6225	6889	5625
10	91	70	6370	8281	4900
11	87	60	5220	7569	3600
12	102	77	7854	10404	5929
13	94	80	7520	8836	6400
14	97	81	7857	9409	6561
15	62	68	4216	3844	4624
16	110	80	8800	12100	6400
17	106	79	8374	11236	6241
18	80	62	4960	6400	3844
19	116	80	9280	13456	6400
20	60	80	4800	3600	6400
21	93	60	5580	8649	3600
22	86	78	6708	7396	6084
23	93	100	9300	8649	10000

24	98	40	3920	9604	1600
25	105	71	7455	11025	5041
26	100	24	2400	10000	576
27	95	40	3800	9025	1600
28	70	80	5600	4900	6400
29	75	91	6825	5625	8281
30	92	81	7452	8464	6561
31	125	69	8625	15625	4761
32	100	40	4000	10000	1600
33	75	80	6000	5625	6400
34	86	48	4128	7396	2304
35	125	60	7500	15625	3600
<b>Total</b>	<b>3192</b>	<b>2473</b>	<b>223345</b>	<b>299046</b>	<b>185067</b>

Uji hipotesis korelasi antara persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara dengan minat menonton “Kick Andy” di MetroTv untuk menguji ada tidaknya hubungan (korelasi) antara Persepsi Mahasiswa Terhadap pembawa acara dengan Minat Menonton *Talkshow* “Kick Andy” di MetroTv dapat di gunakan dengan rumus korelasi *product moment* secara manual sebagai berikut :

**Tabel 19. Hasil Uji Korelasi**

		persepsi	Minat
persepsi	Pearson Correlation	1	.242
	Sig. (2-tailed)		.646
	N	35	35
minat	Pearson Correlation	.0242	1
	Sig. (2-tailed)	.646	
	N	35	35

Sumber: diolah dengan SPSS 16 (Desember 2016)

Dari hasil komputerisasi SPSS 16 perhitungan korelasi antara persepsi mahasiswa terhadap minat menonton ‘Kick Andy’ di Metro TV adalah sebesar 0,242 atau  $r = 0,242$ .

Selain menggunakan bantuan SPSS 16, untuk menguji ada tidaknya hubungan (korelasi) antara persepsi mahasiswa dengan minat menonton ‘Kick Andy’ di Metro Tv juga dilakukan perhitungan manual menggunakan rumus korelasi product moment secara manual sebagai berikut :

$$r_{\text{hitung}} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{(n \cdot \sum X^2) - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{\text{hitung}} = \frac{35(223345) - (3192) \cdot (2473)}{\sqrt{\{(35 \cdot (299046)) - (3192)^2\} \cdot \{35 \cdot (185067) - (2473)^2\}}}$$

$$r_{\text{hitung}} = \frac{7817075 - 7893816}{\sqrt{(10466610 - 10188864) \cdot (6477345 - 6115729)}}$$

$$r_{\text{hitung}} = \frac{76741}{\sqrt{100437397536}}$$

$$r_{\text{hitung}} = \frac{76741}{3169185976493}$$

$$r_{\text{hitung}} = 0,242$$

Dari perhitungan nilai korelasi perhitungan manual diatas diperoleh nilai korelasi antara persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara dengan

minat menonton *talkshow* “Kick Andy” di MetroTV adalah sebesar 0,242 atau  $r = 0,242$  (lemah). Nilai  $r$  bermakna bahwa ada hubungan antara persepsi terhadap pembawa acara dengan minat menonton. Namun hubungan tersebut lemah.

### **C. Pembahasan**

Pribadi yang berbeda-beda membuat perbedaan pula dalam mempersepsikan orang lain. Hal ini disebabkan oleh faktor internal, yaitu mencakup fisiologis, perhatian, kebutuhan, pengalaman dan ingatan serta suasana hati. Dan faktor eksternal, Adapun yang meliputi faktor-faktor eksternal, yaitu: ukuran dan penempatan dari obyek (Stimulus), warna dari obyek, keunikan dan kekontrasan obyek, intensitas dan kekuatan stimulus, serta motion/gerakan dari stimulus.

Persepsi terhadap pembawa acara sendiri merupakan sebuah stimulus terhadap objek yang akan menimbulkan ketertarikan/respon yang berubah menjadi sebuah minat untuk menonton. Sebuah riset yang dilakukan oleh *Robert Baron* dan *Donny Byrne* mengatakan bahwa komunikator yang populer dan menarik akan lebih efektif daripada komunikator yang tidak populer dan tidak menarik. Hal ini membuktikan bahwa persepsi individu terhadap obyek berperan penting, Bahkan terkadang gaya berkomunikasi dari komunikator menjadi lebih penting dari konten komunikasi tersebut.

Dari hasil analisis data sebelumnya, dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus TSR (tinggi, sedang, rendah) diketahui bahwa jumlah skor masing-masing responden dengan skor nilai 95 ke atas dikategorikan dalam kategori tinggi dengan kata lain Positif, nilai skor 86 – 95 dikategorikan dalam kategori sedang atau netral, dan skor nilai 86 kebawah dikategorikan dalam kategori rendah atau negatif. Kemudian setelah disusun dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dan persentase diperoleh nilai persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara berada dalam taraf persentase 40.0% dengan jumlah 14 koresponden. Dengan demikian dapat diartikan bahwa persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara tergolong dalam kategori sedang atau dengan kata lain kategori netral.

Sementara itu, minat memiliki hubungan yang erat dengan dorongan dalam diri individu yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi atau terlibat pada suatu yang di minatnya. Salah satu dorongan dalam diri persepsi yang merupakan salah satu aspek kognitif dari sikap. Setelah dilakukan analisis data dengan rumus TSR (tinggi, sedang, rendah) diketahui bahwa jumlah skor masing-masing koresponden dengan skor nilai 73 keatas dikategorikan dalam kategori tinggi, nilai skor 66 – 73 dikategorikan dalam kategori sedang, sementara skor nilai 73 kebawah dikategorikan dalam kategori. Kemudian setelah disusun dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dan persentase diperoleh nilai minat menonton *talkshow* “Kick Andy” di MetroTv

berada dalam taraf persentase 57.1 % dengan jumlah 20 koresponden. Hal tersebut menunjukkan bahwa minat menonton talkshow “Kick Andy” di MetroTv tergolong dalam kategori sedang

Kemudian pada perhitungan nilai korelasi antara persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara dengan minat menonton diperoleh nilai sebesar 0,242 atau  $r = 0,242$ . Dari hasil ini maka akan dilakukan interpretasi hasil uji korelasi tersebut. Untuk melakukan interpretasi kekuatan hubungan antara kedua variabel dapat dilakukan dengan melihat angka koefisien korelasi hasil perhitungan dengan menggunakan kriteria sebagai berikut.

1. Jika angka koefisien korelasi menunjukkan 0, maka kedua variabel tidak memiliki hubungan.
2. Jika angka koefisien korelasi mendekati 1, maka kedua variabel memiliki hubungan semakin kuat
3. Jika angka koefisien korelasi mendekati 0, maka kedua variabel memiliki hubungan semakin lemah
4. Jika angka koefisien korelasi sama dengan 1, maka kedua variabel memiliki hubungan linier sempurna positif
5. Jika angka koefisien korelasi sama -1, maka kedua variabel memiliki hubungan linier sempurna negatif

Dari kriteria-kriteria interpretasi nilai korelasi diatas dapat kita lihat bahwa nilai korelasi yang telah diperoleh sebesar  $r = 0,242$  maka persepsi

mahasiswa terhadap pembawa acara dengan minat menonton *talkshow* “Kick Andy” di MetroTv memiliki hubungan yang lemah. Namun demikian nilai korelasi dan kekuatan hubungan kedua variabel tetap berada dalam nilai koefisien korelasi sesuai dengan kaidah nilai yang seharusnya  $(r) = -1 \leq 0 \leq 1$ .

Sehingga apabila kita lihat dari hasil yang diperoleh posisi  $r$  hitung hubungan persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara dengan minat menonton *talkshow* “Kick Andy” di MetroTv diperoleh nilai 0,242 atau  $r = 0,242$  adalah berada pada posisi mendekati nol (0). Hal ini berarti bahwa terdapat hubungan antara kedua variabel tersebut, namun dengan kekuatan hubungan yang lemah.

Sedangkan untuk arah hubungan dinyatakan dalam bentuk positif (+) dan negatif (-). Sehingga posisi  $r$  hitung pada korelasi antara persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara dengan minat menonton *talkshow* “Kick Andy” di MetroTv yaitu 0,242 atau  $r = 0,242$  adalah berada pada posisi nilai koefisien korelasi nol (0) dengan arah hubungan korelasi adalah positif (+). Hal ini berarti bahwa ada korelasi antara persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara dengan minat menonton *talkshow* “Kick Andy” di MetroTv, tetapi memiliki hubungan yang lemah. Korelasi positif (+) mengandung makna arah hubungan yang searah, artinya apabila variabel X naik, maka variabel Y naik, begitu sebaliknya.

Adapun untuk melihat signifikansi kedua variabel dapat dilihat dari hasil analisis *correlations* (tabel ) dengan melihat nilai Sig.(2-tailed). Jika nilai Sig.(2-

tailed)  $< 0,05$ , maka kedua variabel dianggap signifikan. Keputusan yang diambil berdasarkan nilai probabilitas, jika (Sig)  $> \alpha$  maka  $H_0$  diterima, namun jika (Sig)  $< \alpha$  maka  $H_0$  ditolak. Berdasarkan nilai signifikansi antara persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara (X) dengan minat menonton *talkshow* “Kick Andy” di MetroTv (Y) nilai signifikan yang didapat sebesar 0,646. Apabila dilihat nilai Sig.(2-tailed) yang diperoleh yaitu  $0,646 > 0,05$ . Dengan demikian dapat diartikan bahwa antara kedua variabel persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara (variabel X) dan minat menonton *talkshow* “Kick Andy” di MetroTv (variabel Y) terdapat korelasi yang signifikan.

Kemudian apabila dikembalikan kepada interval kekuatan hubungan dapat dilihat pula pada nilai koefisien korelasi pada tabel berikut. yaitu tabel interval korelasi bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan kedua variabel.

**Tabel 20. Tingkat Korelasi dan kekuatan Hubungan<sup>32</sup>**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 - 0,199	Sangat lemah
0,20 - 0,399	Lemah
0,40 - 0,599	Cukup
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat kuat

Berdasarkan tingkat korelasi dan kekuatan hubungan (lihat tabel 21) hasil uji korelasi antara persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara dengan minat menonton

---

<sup>32</sup> Siregar, Syofian, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Bumi Aksara). h.337

talkshow “Kick Andy” di MetroTv sebesar 0,242 atau  $r = 0,242$ . Maka nilai 0,242 atau  $r = 0,242$  dapat dikatakan bahwa kekuatan hubungan antara kedua variabel masuk dalam kategori sangat lemah . Artinya kedua variabel persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara dengan minat menonton *talkshow* “Kick Andy” memiliki korelasi (hubungan) namun hubungan tersebut dikategorikan dalam korelasi yang sangat lemah.

Menurut analisis data di atas maka setiap *Talkshow* dari variabel pembawa acara tidak selalu menarik minat menonton, karena masih banyak faktor untuk menarik minat *Talkshow* tersebut, salah satunya dapat berupa, tema yang di sajikan dan isi materi pembahasan dalam sebuah *talkshow* itu sendiri.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Persepsi mahasiswa angkatan 2012-2013 fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Raden Fatah (UIN) Palembang terhadap pembawa acara, diperoleh nilai persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara berada dalam taraf persentase persentase 40.0%% dengan jumlah 14 responden. Dengan demikian dapat diartikan bahwa persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara tergolong dalam kategori sedang atau dengan kata lain kategori netral.
2. Minat menonton *talkshow* “Kick Andy” Program acara di Metro TV diperoleh hal yang serupa dalam taraf persentase 57.1% dengan jumlah 20 Responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa minat menonton *Talkshow* “Kick Andy” di metro TV tergolong dalam kategori sedang.
3. Korelasi antara persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara (variabel X) dengan minat menonton *talkshow* “Kick Andy” di Metro TV (variabel (Y)), diperoleh nilai sebesar 0.242 yang dapat dikatakan kedua variabel memiliki hubungan yang sangat lemah. Kemudian jika dilihat dari nilai signifikan diperoleh nilai signifikan sebesar 0.646

dengan taraf signifikan 5% atau 0.05, maka  $0.646 > 0.05$ . dengan kata lain bahwa hipotesis ( $H_a$ ) yang menyatakan adanya hubungan antara persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara dengan minat menonton “Kick Andy”, diterima, sedangkan hipotesis ( $H_o$ ) lainnya ditolak. Sementara untuk arah hubungan antara kedua variabel adalah positif. Artinya dari hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa semakin tinggi (positif) persepsi mahasiswa terhadap pembawa acara semakin tinggi minat menonton *talkshow* “Kick Andy” di Metro TV. Begitu sebaliknya.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penelitian memberikan saran-saran, yakni:

1. Pembawa acara Andy F. Noya sudah pas dalam *Talkshow* “Kick Andy” untuk membawakan acara tersebut. Terlebih *talkshow* yang dibawakannya sudah menjadi nominasi *talkshow* terbaik. Tetapi ternyata pembawa acara saja tidak cukup untuk menarik simpati para penonton. Karena itu, sebagai penonton tidak hanya melihat pembawa acaranya saja, sehingga hal-hal yang harus di perhatikan bisa berupa kreadibilitas yaitu pengetahuan dan wawasan yang luas sebagai pembawa acara, tema yang di sampaikan, penguasaan panggung dan lain sebagainya. Sehingga dapat meningkatkan daya tarik tersendiri untuk para penonton

2. Secara akademis, peneliti merasa penelitian ini jauh dari kata sempurna. Hal ini disebabkan beberapa faktor. Antara lain kekurangan dari diri dan pengetahuan peneliti. Peneliti mengalami kesulitan ketika membuat teknis SPSS serta pembuatan data koresponden. Sehingga peneliti berharap kepada mahasiswa yang ingin meneliti selanjutnya untuk memakai rumus atau teori yang berbeda dengan penelitian ini sehingga hasilnya sedikit memuaskan

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu. Psikologi Umum. Rineka Cipta. Jakarta. 2003
- Cangara, hafied h. pengantar ilmu komunikasi. Grafindo. Jakarta. 2006
- Dennis, fitriyan g. bekerja sebagai news presenter. Esensi erlangga group. Jakarta. 2008
- Efendy, Uchjana Onong. Ilmu Komunikasi Teori. Erlangga. Jakarta. 2005
- hidayat, dedy nur. Pengantar komunikasi massa. Grafindo persada. Jakarta. 2007
- jaya brilianto k. berguru news anchor pada andy f. noya. Republika penerbit. Jakarta. 2014
- kuswandi, wawan. Komunikasi massa, analisis interaktif budaya massa. Rineka cipta. Jakarta. 2008
- mabruri kn, anton. “panduan penulis naskah tv”. Grasindo. Jakarta.
- Mondry. Pemahaman teori dan praktik jurnalistik. Ghaliia yudistira. Jakarta. 2008
- Morissan. Jurnalistik televise mutakhir. Kencana. Jakarta. 2010
- Morrisan. Psikologi komunikasi. Ghalia Indonesia. Bogor. 2013
- Mulyana, deddy. Ilmu komunikasi suatu pengantar. Remaja rosdakarya. Bandung 2008
- Nurudin. Pengantar komunikasi massa. Pt rajagrafindo persada. Jakarta. 2013

Rakhmat, jalaludin. Metode penelitian komunikasi. Remaja rosdakarya. Bandung. 2012

Morissan, Manajemen Media Penyiaran : strategi mengelola radio dan televise, Prenada Media Group, Jakarta. 2011

Widjaja, Komunikasi dan Hubungan Masyarakat, Bumi Aksara, Jakarta. 1993

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Alfabeta. Bandung. 2015

Werner J. Severin dan James W. Tankard, Jr, Teori Komunikasi, Fajar Interpratama Offset, Jakarta. 2007

Bob Schieffer, Menjadi Jurnalis TV Handal dan Profesional, PT Gelora Aksara Pratama. 2009

Andy F. Noya, Andy's Corner, PT bentang Pustaka, Yogyakarta. 2008