

**PENGARUH ELEMEN KEBERHASILAN PROGRAM
TERHADAP MINAT AUDIEN MENONTON HITAM
PUTIH TRANS 7**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh
Haidar Naufaldy
2012120103

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
(Terakreditasi berdasarkan Keputusan BAN-PT
No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013)
BANDUNG
2018**

**THE INFLUENCE OF SUCCESSFUL PROGRAM
ELEMENTS ON AUDIENCE WATCHING INTENTION
TOWARDS HITAM PUTIH TRANS 7**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete the requirements of
a Bachelor Degree in Economics

By:

Haidar Naufaldy

2012120103

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
MANAGEMENT STUDY PROGRAM
(Accredited by the Decree of BAN – PT
No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013)
BANDUNG
2018**

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN



PERSETUJUAN SKRIPSI

**Pengaruh Elemen Keberhasilan Program Terhadap
Minat Audien Menonton Hitam Putih Trans 7.**

Oleh:

Haidar Naufaldy

2012120103

Bandung, Januari 2018

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,

Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si.

Pembimbing,

Leokadia Retno Adriani, Dra., M.Si.



PERNYATAAN:

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Haidar Naufaldy
Tempat, tanggal lahir : Surabaya, 03 September 1994
Nomor Pokok Mahasiswa (NPM) : 2012120103
Program Studi : Manajemen
Jenis naskah : Skripsi

Menyatakan skripsi dengan judul:

PENGARUH ELEMEN KEBERHASILAN PROGRAM TERHADAP MINAT AUDIEN MENONTON HITAM PUTIH TRANS 7

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan: Leokadia Retno Adriani, Dra., M.Si.

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apapun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut plagiat (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak manapun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta. lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.200juta.

Bandung,
Dinyatakan tanggal : 15 Januari 2018
Pembuat pernyataan : Haidar Naufaldy



(Haidar Naufaldy)

ABSTRAK

Menurut Morissan (2015:210) program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran apakah itu radio atau televisi. Terdapat suatu rumusan dalam dunia penyiaran yaitu program yang lebih baik akan mendapatkan pendengar atau penonton yang lebih banyak. Oleh karena itu penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Elemen Keberhasilan Program Terhadap Minat Audien Menonton Hitam Putih Trans 7.”

Variabel penelitian mengenai elemen keberhasilan program yang digunakan dalam penelitian mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Morissan. Menurut Morissan (2015:364), ada beberapa kualitas tertentu yang harus dimiliki suatu acara agar dapat berhasil. Untuk menciptakan program yang berhasil tersebut diperlukan keterampilan tertentu untuk dapat menggabungkan elemen-elemen kualitas tersebut. Namun demikian semua program yang sukses memiliki elemen-elemen yang mencakup konflik, durasi, kesukaan, konsistensi, energi, *timing*, dan tren. Sementara itu variabel penelitian mengenai minat menonton dikembangkan dari teori minat beli menurut Ferdinand (2006:129) yang meliputi minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif.

Penelitian ini menggunakan metode eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, observasi, wawancara, dan pencarian data sekunder. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden, menggunakan teknik judgemental sampling dengan kriteria audien yang telah menonton program Hitam Putih Trans 7 dalam satu minggu terakhir. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian persepsi audien terhadap dimensi durasi (X2), kesukaan (X3), dan konsistensi (X4) berada pada tingkatan sedang sementara persepsi terhadap dimensi konflik (X1), energi (X5), *timing* (X6), dan tren (X7) berada pada tingkatan positif. Secara keseluruhan persepsi audien terhadap elemen keberhasilan program berada pada tingkat positif. Persepsi audien terhadap minat menonton Hitam Putih Trans 7 juga berada pada tingkatan positif. Dimensi dari elemen keberhasilan program secara bersama-sama memiliki pengaruh sebesar 39,3% terhadap minat menonton audien (Y) sementara 60,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar elemen keberhasilan program. Dimensi konflik (X1), durasi (X2), kesukaan (X3), energi (X5), dan tren (X7) berpengaruh signifikan terhadap minat menonton audien (Y), masing-masing sebesar (-0,706), (-0,418), (0,060), (0,212), dan (-0,549), sementara dimensi konsistensi (X4) dan *timing* (X6) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menonton audien.

Kata kunci: Elemen keberhasilan program, Minat menonton audien.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan penelitian dengan judul “Pengaruh Elemen Keberhasilan Program Terhadap Minat Audien Menonton Hitam Putih Trans 7 “. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan. Penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih atas bantuan, motivasi, didikan, dan bimbingan yang diberikan kepada penulis selama ini secara tulus, antara lain kepada yang terhormat:

1. Keluarga inti penulis, yaitu kedua orang tua penulis Heri Agus Setyawan dan Fifi Afiyanti Triuspitorini serta adik penulis, Faris Bagaskara yang selalu mendoakan, mendukung, dan memotivasi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluarga besar penulis yang juga selalu memberikan kasih sayang, dukungan, doa, dan bantuan dalam kehidupan sehari-hari dan dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Ibu L. Retno Adriani, Dra., M.Si selaku dosen pembimbing dan dosen wali penulis yang telah menyediakan waktunya untuk membimbing, memberikan ilmu, serta masukan kepada penulis selama penulis melakukan kegiatan perkuliahan di Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan, yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan pelajaran kepada penulis selama masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
5. Ibu Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
6. Seluruh staf Tata Usaha, staf Perpustakaan, dan para pekerya Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.

7. Responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan memberikan masukan bagi penulis.
8. Sahabat-sahabat penulis semasa perkuliahan di Universitas Katolik Parahyangan Bandung, Indra Pratama, Robert Ignatius, Grady Mannuel, Jenzo Andika, Frans Immanuel, Fransiskus Bobby, Okta Bhakti, Deandra Adyssa yang selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi, canda tawa, dan bantuan kepada penulis.
9. Teman-teman grup perkuat pusat, Ignatius Bryan, Rizal Malik Suhada, Benny Yulanda, Adnan Prasetyo, Bimo Satria, Bintang Anugerah, Ahmad Karim, Leonardus Christian, Prana, Riadi Taufik, dan Riza Iqrami, Puja Mahardika. Yang membantu dalam penyusunan skripsi dan menghadirkan canda tawa yang dapat menghibur penulis baik selama masa perkuliahan maupun proses penyusunan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat penulis di rumah, Sapta Kurnia Putra, Dody Octa Rinaldi, Danny Achmad Fauzi, Dony Syarief Wijaya, Jehan Firizqi, Rizal Haris, dan Zaehan Rinaldi yang telah memotivasi dan menghibur penulis selama proses penyusunan skripsi.
11. Angela Indah selaku rekan penulis dalam proses penyusunan skripsi yang biasa menemani saat mengerjakan skripsi serta membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Aliyatin Nuriyah selaku teman penulis yang ikut membantu dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Sahabat-sahabat dari SMAN 4 Bandung, Salma Rahmani, Pia Livya, Arga Harier, Rifki Fauzan, Hilmi Aufa, Helmi Alvionita, Tanu Wijaya, Izzan, Ariani Chitra, dan Aulia Nur Amalia yang selalu memberikan semangat, canda tawa, dan motivasi bagi penulis.
14. Keluarga besar HMPSM periode 2013/2014 dan 2014/2015 yang telah memberikan pengalaman organisasi, arahan, dukungan, semangat, motivasi, canda tawa, dan bantuan-bantuan yang penulis butuhkan selama menjalani perkuliahan di Universitas Katolik Parahyangan.

15. Founder MG Digital Marketing Consultant, Fikri Gustin serta Meirna Afsari yang telah memberikan semangat untuk penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
16. Teman-teman Fakultas Ekonomi dari berbagai angkatan yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas dukungannya.
17. Seluruh keluarga besar Manajemen Universitas Katolik Parahyangan dari berbagai angkatan yang telah bersama-sama berjuang menjalani berbagai kegiatan kampus selama masa perkuliahan.
18. Vannisa Maharizky Maudi, S.E., selaku partner penulis, yang telah memberikan perhatian, motivasi, dukungan, waktu, bantuan, dan doa kepada penulis.
19. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya namun telah mendoakan, mendukung dan membantu penulis baik dalam masa perkuliahan maupun dalam proses penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan, kemampuan, serta prasarana. Namun penulis berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat dalam memberikan pengetahuan bagi pembaca. Atas segala kekurangan yang terdapat dalam penyusunan skripsi ini penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. Sekian dan terima kasih.

Bandung, Desember 2017

Haidar Naufaldy

DAFTAR ISI

	ABSTRAK	i
	KATA PENGANTAR	ii
	DAFTAR ISI.....	v
	DAFTAR TABEL.....	vii
	DAFTAR GAMBAR	viii
	DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB 1	PENDAHULUAN	1
	1.1. Latar Belakang Penelitian	1
	1.2. Identifikasi Masalah.....	6
	1.3. Tujuan Penelitian	6
	1.4. Manfaat Penelitian	6
	1.5. Kerangka Pemikiran.....	7
BAB 2	TINJAUAN PUSTAKA	12
	2.1. Program Siaran.....	12
	2.1.1 Jenis Program Siaran TV	12
	2.1.2. Program Informasi	13
	2.1.3. Program Hiburan	15
	2.2. Elemen Keberhasilan Program	17
	2.3. Minat Menonton.....	19
	2.4. Hubungan Elemen Keberhasilan Program dengan Minat Menonton	21
BAB 3	METODE DAN OBJEK PENELITIAN	22
	3.1. Metode Penelitian	22
	3.1.1. Populasi dan Sampel Penelitian	22
	3.1.2. Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	23
	3.1.3. Teknik Pengukuran Variabel.....	26
	3.1.4. Teknik Pengumpulan Data.....	27
	3.1.5. Uji Validitas dan Realibilitas Alat Ukur	29
	3.1.6. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	31
	3.2. Objek Penelitian.....	35
	3.3. Profil Responden.....	35

BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	40
	4.1. Analisis Elemen Keberhasilan Program Hitam Putih Trans 7.....	40
	4.1.1. Analisis Dimensi Konflik.....	41
	4.1.2. Analisis Dimensi Durasi	46
	4.1.3. Analisis Dimensi Kesukaan	55
	4.1.4. Analisis Dimensi Konsistensi	60
	4.1.5. Analisis Dimensi Energi	64
	4.1.6. Analisis Dimensi <i>Timing</i>	67
	4.1.7. Analisis Dimensi Tren	70
	4.2. Analisis Minat Audien Televisi Menonton Program Hitam Putih Trans 7	72
	4.3. Uji Asumsi Klasik Regresi Linier Berganda	75
	4.3.1. Uji Normalitas.....	76
	4.3.2. Uji Heterokedastisitas	76
	4.3.3. Uji Multikolinearitas	78
	4.4. Analisis Pengaruh Elemen Keberhasilan Program Terhadap Minat Audien Menonton Hitam Putih Trans 7.	78
	4.4.1. Model Regresi Linier Berganda Awal.	79
	4.4.2. Model Regresi Linier Berganda Baru.	83
	4.5. Ringkasan Hasil Analisis Data.....	87
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	92
	5.1. Kesimpulan	92
	5.2. Saran	95
	DAFTAR PUSTAKA	97
	LAMPIRAN.....	99
	RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	136

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Operasionalisasi Variabel X : Elemen Keberhasilan Program Hitam Putih Trans 7.....	24
Tabel 3.2.	Operasionalisasi Variabel Y : Minat Audien Menonton Hitam Putih Trans7.....	26
Tabel 3.3.	Hasil Uji Validitas	29
Tabel 3.4.	Hasil Uji Reliabilitas	31
Tabel 3.5.	Interpretasi Rata-rata Hitung	32
Tabel 3.6.	Jenis Kelamin Responden.....	35
Tabel 3.7.	Usia Responden	36
Tabel 3.8.	Pendidikan Terakhir Responden.....	36
Tabel 3.9.	Pekerjaan Responden.....	37
Tabel 3.10.	Program Talkshow Favorit Responden	38
Tabel 3.11.	Frekuensi Menonton Program Hitam Putih Trans 7 Tiap Minggu.....	38
Tabel 4.1.	Rata-rata Hitung Dimensi Konflik	41
Tabel 4.2	Rata-rata Hitung Dimensi Durasi	46
Tabel 4.3.	Rata-rata Hitung Dimensi Kesukaan	55
Tabel 4.4.	Rata-rata Hitung Dimensi Konsistensi	60
Tabel 4.5.	Rata-rata Hitung Dimensi Energi	65
Tabel 4.6.	Rata -rata Hitung Dimensi <i>Timing</i>	68
Tabel 4.7.	Rata-rata Hitung Dimensi Tren	71
Tabel 4.8.	Rata-rata Hitung Minat Menonton Program Hitam Putih Trans 7	73
Tabel 4.9.	Jumlah Pengikut Akun Instagram Berbagai Program Talkshow	75
Tabel 4.10.	Hasil Uji Multikolinearitas	78
Tabel 4.11.	Model Regresi Linier Berganda Awal.....	80
Tabel 4.12.	Perbandingan Nilai Signifikansi dan Nilai α Regresi Awal.....	83
Tabel 4.13.	Model Regresi Linier Berganda Baru.....	84
Tabel 4.14.	Perbandingan Nilai Signifikansi dan Nilai α Regresi Baru	86
Tabel 4.15.	Ringkasan Hasil Analisis Data	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Rata-rata Kualitas Program Televisi Indonesia	2
Gambar 1.2	Perbandingan Indeks Kualitas Kategori Program Televisi	3
Gambar 1.3	Peringatan KPI Terhadap Program Hitam Putih Trans 7	4
Gambar 1.4	Pemberitaan Mengenai Teguran KPI Terhadap Program Hitam Putih Trans 7.....	5
Gambar 1.5	Model Penelitian.....	11
Gambar 2.1	Jenis-jenis Program Televisi.....	13
Gambar 4.1.	Cuplikan Adegan Hitam Putih Trans 7 Yang Membahas Awkarin	42
Gambar 4.2.	Cuplikan Adegan Hitam Putih Trans 7 Yang Membahas Kronologis Penyiraman Air Keras Terhadap Pelari Lintas Alam	43
Gambar 4.3.	Cuplikan Adegan Ketika Pembawa Acara Hitam Putih Trans 7 Menyampaikan Banyaknya Orang Yang Tidak Suka Dengan Kehadiran Young Lex	44
Gambar 4.4.	Unggahan Cuplikan Adegan Program Hitam Putih Trans 7 Yang Menampilkan Young Lex Oleh Akun Instagram @officialhitamputiht7	45
Gambar 4.5.	Komentar Audien Yang Mengaku Mendapat Sudut Pandang Baru Dari Program Hitam Putih Trans 7	45
Gambar 4.6.	Cuplikan Adegan Hitam Putih Trans 7 Dengan Judul 3 Diva Serba Bisa.....	48
Gambar 4.7.	Cuplikan Adegan Hitam Putih Trans 7 Dengan Judul Jatuh Dan Bangkit	48
Gambar 4.8.	Unggahan Mengenai Cuplikan Adegan Program Hitam Putih Trans 7 Pada 15 Mei 2017 Oleh Akun Instagram @officialhitamputiht7	50
Gambar 4.9.	Unggahan Mengenai Cuplikan Adegan Program Hitam Putih Trans 7 Pada 24 Mei 2017 Oleh Akun Instagram @officialhitamputiht7	50
Gambar 4.10.	Komentar Mengenai Epsiode Yang Tayang Pada 15 Mei 2017	51
Gambar 4.11.	Komentar Mengenai Episode Yang Tayang Pada 24 Mei 2017	51
Gambar 4.12.	Komentar Audien Menanggapi Unggahan Akun @officialhitamputiht7 Mengenai Uus	53
Gambar 4.13.	Komentar Audien Menanggapi Unggahan Akun @officialhitamputiht7 Mengenai Atlet Yang Kesulitan Mencari Dana Agar Bisa Mengikuti Kejurnas	54
Gambar 4.14.	Cuplikan Adegan Kehadiran “Tim Cimol” dalam Program Hitam Putih Trans7.....	57

Gambar 4.15. Komentar Audien Mengenai Bintang Tamu Program Hitam Putih Trans 7.....	62
Gambar 4.16. Komentar Mengenai Program Hitam Putih Trans 7.....	63
Gambar 4.17. Komentar Mengenai Pembawa Acara Hitam Putih Trans 7	64
Gambar 4.18. Komentar Audien Mengenai Kasus Yang Menimpa Uus	70
Gambar 4.19. Penyebaran Data Pada Uji Normalitas	76
Gambar 4.20. Penyebaran Data Pada Uji Normalitas	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Wawancara Studi Pendahuluan	100
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian.....	102
Lampiran 3	Data Induk Kuesioner.....	107
Lampiran 4	Uji Validitas dan Realibilitas.....	128

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Kemajuan di bidang komunikasi yang didukung dengan pesatnya perkembangan teknologi telah memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses informasi. Salah satu hal yang menunjukkan kemajuan di bidang komunikasi dan pesatnya perkembangan teknologi adalah dengan hadirnya internet dalam kehidupan masyarakat. Kehadiran internet telah membuat arus informasi menjadi lebih cepat diterima oleh masyarakat.

Sebelum internet hadir dalam kehidupan masyarakat, informasi biasanya diperoleh masyarakat melalui media televisi, radio, dan media cetak. Namun dengan kehadiran internet, belakangan ini mulai muncul berbagai media alternatif bagi masyarakat dalam memperoleh informasi. Hal tersebut dapat dilihat dari munculnya berbagai jenis media sosial serta media berbasis internet lainnya yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk memperoleh informasi. Bahkan melalui berbagai media tersebut masyarakat tidak hanya dapat memperoleh informasi namun juga dapat bertukar informasi sehingga komunikasi yang terjalin tidak hanya berlaku searah namun dua arah.

Kehadiran internet dalam kehidupan masyarakat tersebut sesungguhnya dapat memberikan peluang sekaligus tantangan tersendiri bagi berbagai kalangan, salah satunya adalah bagi pelaku industri pertelevisian. Di satu sisi, kehadiran internet dapat memberikan peluang bagi pelaku industri pertelevisian karena dengan hadirnya internet hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh pelaku industri pertelevisian untuk menjangkau audien secara lebih luas. Namun di sisi lain, kehadiran internet juga membuat persaingan di industri media menjadi semakin ketat. Hadirnya berbagai layanan *streaming* adalah salah satu tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku industri media. Hal tersebut telah dirasakan oleh pelaku industri pertelevisian di berbagai negara dengan munculnya layanan *netflix*, *hulu*, dan

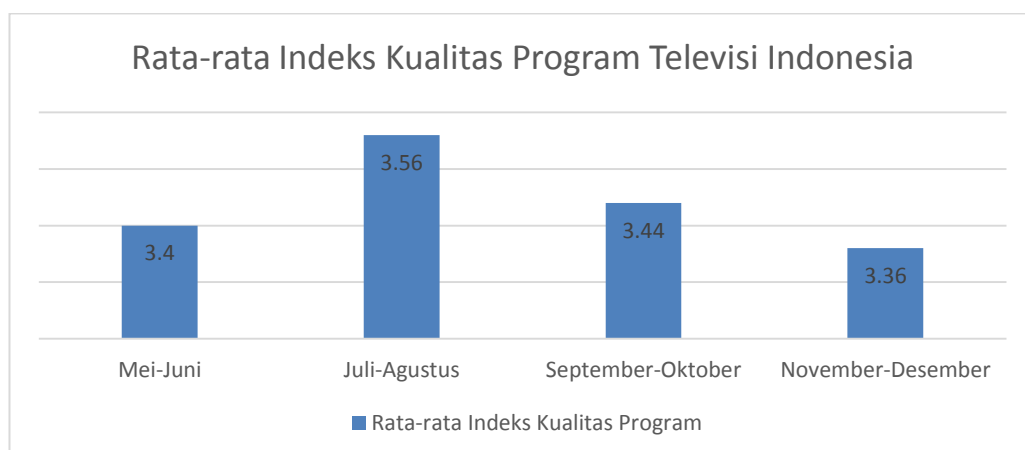
berbagai layanan sejenis dimana masyarakat dapat memilih program yang mereka inginkan untuk ditonton.

Persaingan dalam industri media yang semakin ketat membuat pelaku industri pertelevisian harus meningkatkan kualitas program yang mereka tampilkan. Peningkatan kualitas program tersebut harus dilakukan agar program yang ditayangkan di berbagai stasiun televisi dapat bersaing dengan berbagai layanan *streaming* dan media lainnya selain juga bersaing dengan sesama pelaku industri pertelevisian. Hal tersebut dikarenakan munculnya berbagai layanan *streaming* dan berbagai media yang menampilkan program tontonan dapat membuat masyarakat semakin selektif dalam menentukan program yang hendak mereka tonton. Hal tersebut juga berlaku bagi pelaku industri pertelevisian di Indonesia.

Di tengah persaingan dalam industri media yang semakin ketat, pelaku industri pertelevisian di Indonesia sudah seharusnya meningkatkan kualitas program yang ditayangkan di stasiun televisi mereka masing-masing. Namun sangat disayangkan survei yang dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) justru menunjukkan bahwa rata-rata kualitas program televisi di Indonesia belum bisa memenuhi standar yang ditetapkan. Hal tersebut dapat dilihat dari survei mengenai rata-rata indeks kualitas program siaran dari bulan Mei sampai Desember tahun 2016 yang dirilis oleh KPI.

Gambar 1.1

Rata-rata Kualitas Program Televisi Indonesia

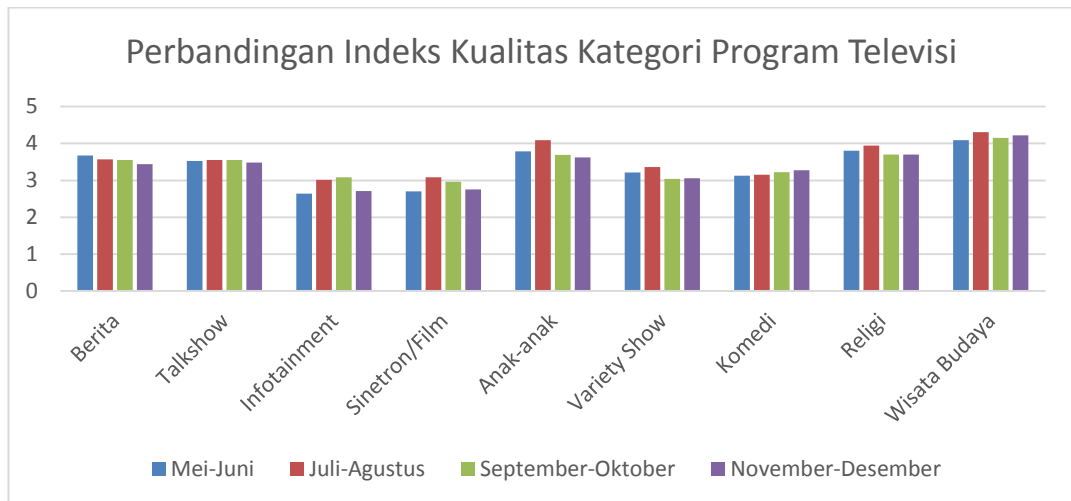


Sumber : Hasil Survei Indeks Kualitas Program Siaran Televisi Periode 5 Tahun 2016

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa indeks kualitas program televisi Indonesia pada bulan Mei sampai Desember 2016 masih berada dibawah angka empat yang merupakan standar kualitas program yang ditetapkan KPI dengan indeks maksimal berada di angka lima. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata kualitas program televisi di Indonesia belum bisa memenuhi standar kualitas. Dari berbagai kategori program televisi yang tayang di berbagai stasiun televisi di Indonesia tercatat hanya program dengan kategori wisata budaya yang secara konsisten dapat memenuhi standar kualitas yang ditetapkan KPI. Berikut ini adalah data mengenai indeks kualitas program televisi dari berbagai kategori program yang tayang di stasiun televisi Indonesia dari bulan Mei sampai Desember 2016.

Gambar 1.2

Perbandingan Indeks Kualitas Kategori Program Televisi



Sumber : Hasil Survei Indeks Kualitas Program Siaran Televisi Periode 5 Tahun 2016

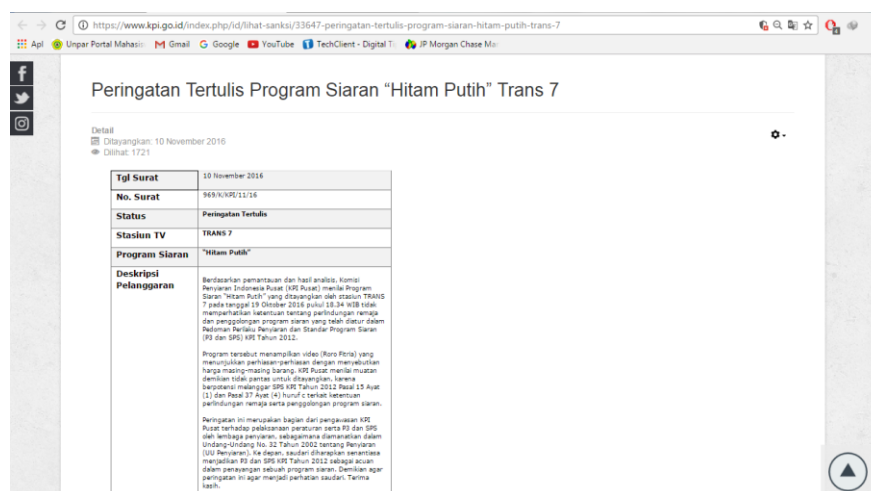
Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa salah satu kategori program televisi yang belum bisa memenuhi standar KPI adalah program televisi *talkshow*, padahal program televisi *talkshow* adalah salah satu program televisi yang digemari oleh masyarakat Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya program televisi dengan kategori *talkshow* yang ditayangkan di berbagai stasiun televisi nasional Indonesia. Program *talkshow* atau perbincangan adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas topik tertentu yang dipandu oleh pembawa acara (Morrison, 2015:222). Salah satu stasiun televisi yang telah sukses menayangkan program *talkshow* adalah Trans 7.

Sebagai salah satu televisi nasional Indonesia Trans 7 telah sukses menayangkan berbagai program dengan kategori *talkshow* bagi audien televisi Indonesia. Beberapa program *talkshow* Trans 7 bahkan sempat menjadi favorit audien televisi Indonesia misalnya program Empat Mata yang sempat digemari oleh audien televisi Indonesia sehingga kembali ditayangkan meskipun sudah dilarang tayang oleh KPI, serta program Hitam Putih. Namun dibalik kesuksesan program *talkshow*nya, program *talkshow* Trans 7 juga sering mendapatkan teguran dari pihak KPI sebagai pengawas penyiaran di Indonesia. Bahkan salah satu program *talkshow* Trans 7 yaitu Empat Mata sempat mendapatkan larangan tayang dari pihak KPI hingga akhirnya berganti nama menjadi Bukan Empat Mata. Setelah berganti nama pun program Bukan Empat Mata masih mendapatkan teguran dari KPI dalam beberapa episode penayangannya hingga untuk saat ini program tersebut tidak lagi tayang.

Program *talkshow* lain dari Trans 7 yang juga menjadi favorit bagi sejumlah audien televisi Indonesia adalah program Hitam Putih. Program Hitam Putih disenangi oleh audien televisi dikarenakan program tersebut dianggap dapat menghadirkan inspirasi bagi audiennya. Namun dalam beberapa episode yang ditayangkan, Hitam Putih juga sempat menimbulkan kontroversi di kalangan audien. Hal tersebut menyebabkan program Hitam Putih sempat beberapa kali mendapatkan teguran dari KPI karena menampilkan tayangan yang dianggap tidak pantas.

Gambar 1.3

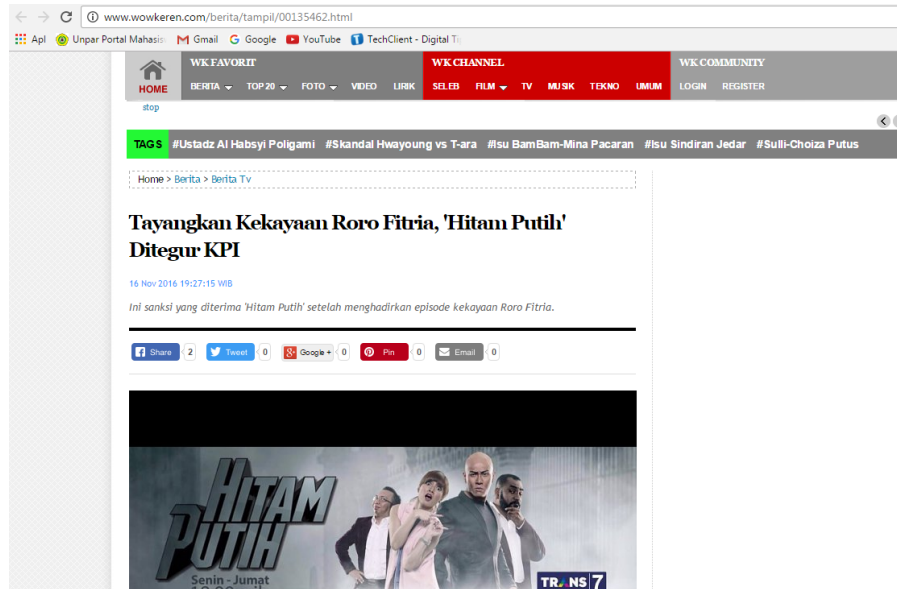
Peringatan KPI Terhadap Program Hitam Putih Trans 7



Sumber: www.kpi.go.id

Gambar 1.4

Pemberitaan Mengenai Teguran KPI Terhadap Program Hitam Putih Trans 7



Sumber: www.wowkeren.com

Untuk dapat meningkatkan kualitas program, berbagai program televisi yang tayang di Indonesia termasuk program Hitam Putih Trans 7 tentu harus memperhatikan program yang mereka tayangkan agar tidak menampilkan tayangan-tayangan yang tidak pantas. Menurut Morissan (2015:364), ada beberapa kualitas tertentu yang harus dimiliki suatu acara agar dapat berhasil. Untuk menciptakan program yang berhasil tersebut diperlukan keterampilan tertentu untuk dapat menggabungkan elemen-elemen kualitas tersebut. Namun demikian semua program yang sukses memiliki elemen-elemen yang mencakup: konflik, durasi, kesukaan, konsistensi, energi, timing, dan tren.

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai kualitas program Hitam Putih Trans 7, penulis melakukan wawancara awal kepada 20 responden yang merupakan audien dari program Hitam Putih Trans 7. Dari hasil wawancara awal tersebut, seluruh responden berpendapat bahwa masih terdapat elemen kualitas dalam program Hitam Putih Trans 7 yang dianggap kurang baik. Dari berbagai elemen kualitas tersebut elemen yang mendapat penilaian terburuk adalah elemen

konflik dengan 15 responden yang menyatakan bahwa elemen tersebut masih kurang baik dan elemen kesukaan dengan 17 responden yang menyatakan bahwa elemen tersebut masih kurang baik. Dari 20 responden yang diwawancarai seluruh responden juga menyatakan setuju bahwa elemen-elemen tersebut berpengaruh terhadap minat mereka untuk menonton program Hitam Putih Trans 7. Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Elemen Keberhasilan Program Terhadap Minat Audien Menonton Hitam Putih Trans 7.”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, berikut ini adalah identifikasi mengenai masalah yang akan dibahas dan diuji dalam penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi audien tentang elemen keberhasilan program Hitam Putih Trans 7?
2. Bagaimana minat audien televisi untuk menonton program Hitam Putih Trans 7?
3. Bagaimana pengaruh elemen kesuksesan program Hitam Putih Trans 7 terhadap minat audien menonton Hitam Putih Trans 7?

1.3. Tujuan Penelitian

Melalui penelitian yang dilakukan ini diharapkan penulis dapat mengetahui hal-hal sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana elemen keberhasilan program Hitam Putih Trans 7.
2. Mengetahui bagaimana minat menonton audien televisi untuk menonton program Hitam Putih Trans 7.
3. Mengetahui pengaruh elemen kesuksesan program Hitam Putih Trans 7 terhadap minat menonton audien televisi.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Diharapkan penelitian ini dapat memperluas dan memperdalam wawasan penulis serta dapat memberikan tambahan ilmu bagi penulis.

2. Bagi pihak Trans 7

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pihak Trans 7 agar dapat meningkatkan kualitas tayangannya sehingga pihak Trans 7 dapat memberikan tayangan yang lebih berkualitas bagi audien televisi di Indonesia.

3. Bagi akademisi dan pihak lain

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh pihak lain.

1.5. Kerangka Pemikiran

Persaingan di industri media khususnya bagi industri pertelevisian belakangan ini menjadi semakin ketat. Hal tersebut terjadi karena seiring dengan perkembangan di bidang teknologi, muncul pula berbagai media baru dalam penyebaran informasi. Perkembangan di bidang teknologi tersebut dapat dilihat dari meluasnya penggunaan internet oleh masyarakat. Meluasnya penggunaan internet kemudian melahirkan media baru yang berbasis digital dalam penyebaran informasi. Media baru tersebut diantaranya adalah media sosial, portal berita digital, serta layanan *streaming* dari berbagai aplikasi dan *website*. Perkembangan di bidang teknologi tersebut menimbulkan ancaman sekaligus peluang tersendiri bagi pelaku industri media khususnya bagi industri pertelevisian.

Sebelum internet digunakan secara luas oleh masyarakat Indonesia, televisi merupakan sumber informasi yang paling diandalkan oleh masyarakat. Hal tersebut dikarenakan televisi dapat menyampaikan informasi secara cepat dan jelas dibandingkan dengan media lainnya yang biasa digunakan oleh masyarakat sebelum kehadiran internet seperti media cetak dan radio. Dalam media cetak informasi hanya dapat disampaikan melalui tulisan dan gambar. Selain itu, waktu yang dibutuhkan oleh media cetak untuk menyampaikan informasi juga tergolong lambat apabila dibandingkan dengan media televisi yang dapat menayangkan suatu informasi secara langsung. Apabila dibandingkan dengan media penyiaran lain yaitu radio, media televisi juga dapat dikatakan lebih unggul karena melalui radio audien hanya dapat mendengarkan suara. Hal tersebut berbeda dengan media televisi yang dapat

menampilkan gambar bergerak beserta suaranya sehingga media televisi dapat menyampaikan informasi secara lebih jelas dibandingkan dengan radio.

Seiring dengan hadirnya internet dan penggunaannya yang semakin luas di masyarakat, muncul juga berbagai media baru dalam penyebaran informasi yang berbasis internet. Kehadiran internet tersebut memberikan ancaman tersendiri bagi industri pertelevisian Indonesia. Kini dengan adanya internet, masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi secara cepat. Terlebih hadirnya layanan *streaming* yang berbasis internet juga memberikan alternatif pilihan bagi audien untuk menyaksikan suatu program. Hal tersebut membuat persaingan di industri media khususnya dalam industri pertelevisian di Indonesia semakin ketat.

Dibalik ancaman yang timbul akibat adanya perkembangan teknologi sesungguhnya ada juga peluang yang dapat dimanfaatkan oleh pengelola stasiun televisi di Indonesia. Melalui internet stasiun televisi di Indonesia dapat menjangkau audien yang lebih luas. Hal ini telah dilakukan oleh beberapa stasiun televisi yang secara rutin mengupload tayangannya di media *streaming* seperti *youtube* dan media lainnya. Selain itu pengelola stasiun televisi juga dapat memanfaatkan media sosial untuk memberikan informasi mengenai program yang ditayangkannya. Bahkan sekarang hampir semua pengelola stasiun televisi juga menyediakan akses bagi audien mereka untuk menyaksikan program yang ditayangkan secara *live* melalui internet. Namun untuk dapat bersaing di industri pertelevisian pengelola stasiun televisi tidak hanya harus menyediakan akses bagi audien melainkan juga harus menyediakan program yang layak yang dapat menarik minat audien untuk menyaksikannya.

Menurut Morissan (2015:209), kata “program” berasal dari bahasa Inggris *programme* yang berarti acara atau rencana. Undang-undang penyiaran Indonesia tidak menggunakan istilah “program” untuk acara melainkan “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata “program” lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia dibandingkan kata “siaran” untuk mengacu pada pengertian acara. Program dapat dianalogikan sebagai produk yang dijual kepada pihak lain, dalam hal ini audien dan pemasang iklan.

Dalam model bisnis industri pertelevisian di Indonesia khususnya bagi stasiun televisi swasta yang menggunakan frekuensi publik, audien tidak perlu membayar sejumlah uang untuk dapat menikmati program yang disajikan oleh pengelola stasiun televisi yang tersedia selama audien memiliki sumber daya yang diperlukan untuk mengaksesnya. Oleh karena itu dalam model bisnis tersebut transaksi yang dilakukan antara audien sebagai konsumen dari sebuah program dengan pengelola stasiun televisi sebagai penyedia program bukanlah transaksi pembelian, melainkan kesediaan audien meluangkan waktunya untuk menonton suatu program. Dalam program yang ditayangkan oleh pengelola stasiun televisi biasanya terdapat iklan yang disisipkan saat program berlangsung, baik saat program sedang tayang maupun saat jeda komersial. Dari sanalah sumber penghasilan pengelola stasiun televisi berasal sehingga dalam model bisnis industri pertelevisian di Indonesia, pengelola stasiun televisi tidak hanya menjual program kepada audien namun juga kepada pemasang iklan. Meski begitu, audien tetaplah menjadi aspek yang paling penting bagi pengelola stasiun televisi. Hal tersebut dikarenakan pemasang iklan tidak akan tertarik untuk memasang iklan apabila tidak ada audien yang menyaksikan program yang ditampilkan

Menurut Kotler dan Keller (2012:27), terdapat sepuluh hal utama yang dapat dipasarkan oleh seorang pemasar, yaitu barang, jasa, pengalaman, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, ide, dan juga acara. Morissan (2015:172) menyatakan bahwa persaingan media penyiaran pada dasarnya adalah persaingan untuk merebut perhatian audien. Dalam era persaingan seperti sekarang ini setiap media penyiaran harus memiliki strategi yang jelas dalam merebut audien. Strategi merebut audien tersebut tidak berbeda dengan strategi pemasaran dalam arti yang luas.

Dengan persaingan yang semakin ketat seperti saat ini sudah seharusnya pengelola stasiun televisi dapat menciptakan program yang berkualitas agar dapat merebut perhatian audien. Namun berdasarkan data yang diperoleh dari survei yang dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), rata-rata kualitas program televisi di Indonesia belum bisa memenuhi standar yang ditetapkan. Hal tersebut dapat dilihat dari survei mengenai rata-rata indeks kualitas program siaran dari bulan Mei sampai Desember tahun 2016 yang dirilis oleh KPI. Berdasarkan data

dalam survei tersebut dapat diketahui bahwa indeks kualitas program televisi Indonesia pada bulan Mei sampai Desember 2016 masih berada dibawah angka empat yang merupakan standar kualitas program yang ditetapkan KPI dengan indeks maksimalnya berada di angka lima. Bahkan sejak bulan Juli hingga Desember 2016 angka tersebut cenderung mengalami penurunan dari 3,56 pada periode Juli-Agustus menurun ke angka 3,36 pada periode November-Desember 2016.

Untuk dapat meningkatkan kualitas program yang ditayangkan oleh pengelola stasiun televisi terdapat beberapa elemen kualitas yang harus diperhatikan oleh pengelola stasiun televisi dalam program mereka. Menurut Morissan (2015:364), ada beberapa kualitas tertentu yang harus dimiliki suatu acara agar dapat berhasil. Untuk menciptakan program yang berhasil tersebut diperlukan keterampilan tertentu untuk dapat menggabungkan elemen-elemen kualitas tersebut. Namun demikian semua program yang sukses memiliki elemen-elemen yang mencakup: konflik yaitu adanya benturan kepentingan atau benturan karakter di antara tokoh-tokoh yang terlibat, durasi yaitu kemampuan yang dimiliki suatu program untuk mempertahankan daya tariknya selama mungkin, kesukaan yang berarti daya tarik dari pemain atau pembawa acara dalam suatu program yang dapat membuat nyaman audien, konsistensi yaitu kemampuan suatu program untuk menghadirkan konten program yang dapat mempertahankan audien yang mereka tuju sejak awal, energi yaitu kualitas yang dapat memompa kecepatan cerita dan semangat ke dalam cerita dengan menampilkan gambar-gambar yang dapat menahan audien untuk berpaling, timing yaitu kesesuaian program dengan situasi zaman dan kondisi sosial masyarakat, dan tren yaitu kesesuaian program dengan berbagai hal-hal yang sedang berkembang di tengah masyarakat. Elemen-elemen kualitas tersebut disebut elemen keberhasilan program.

Menurut Morissan (2015:210) program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran apakah itu radio atau televisi. Terdapat suatu rumusan dalam dunia penyiaran yaitu program yang lebih baik akan mendapatkan pendengar atau penonton yang lebih banyak. Berdasarkan pemaparan tersebut maka dapat dikatakan bahwa program yang disajikan adalah faktor yang menarik minat audien untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran dan untuk dapat menarik

minat audien, pengelola stasiun penyiaran harus menyiapkan program yang berkualitas karena program yang lebih baik akan mendapatkan audien yang lebih banyak.

Minat menurut Shaleh (2004:262) adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Minat merupakan kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak timbulnya hasrat untuk melakukan kegiatan (Effendi, 2003:103). Minat terjadi dari perhatian atas obyek yang dianggap menarik atau berharga bagi dirinya, dan tidak hanya berlangsung sekali. Dengan kata lain, kecenderungan untuk menyelidiki apa yang dilakukan oleh seseorang lama kelamaan akan menimbulkan minat (Iskandar, 2010:48). Menurut Simamora (2002) minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap. Individu yang berminat terhadap suatu objek akan memiliki kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan objek tersebut. Dalam penelitian ini yang dimaksud sebagai objek dalam pengertian diatas adalah program televisi sehingga minat menonton dapat dikatakan sebagai suatu kecenderungan untuk bersikap atas program televisi yang diminati. Individu yang berminat terhadap suatu program akan memiliki hasrat untuk melakukan kegiatan agar dapat menonton program televisi yang diminatinya.

Berdasarkan hal-hal tersebut maka apabila program Hitam Putih Trans 7 memiliki elemen keberhasilan program yang baik diharapkan hal tersebut dapat mempengaruhi minat audien untuk menonton program Hitam Putih Trans 7. Oleh karena itu hipotesis dalam penelitian ini adalah elemen keberhasilan program Hitam Putih Trans 7 berpengaruh terhadap minat menonton audien. Dengan demikian model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.5
Model Penelitian



Sumber: Penulis