



PERSEPSI MAHASISWA FISIP UHAMKA

TERHADAP TAYANGAN *REALITY SHOW* 86 DI NET. TV

(EPISODE 29 MARET 2016)

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Sosial Bidang Ilmu Komunikasi

Diajukan Oleh :

Nama : Gessa Noor Iwansyah

Nim : 080605140

Peminatan : Penyiaran



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

JAKARTA, 2016

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Gessa Noor Iwansyah
NIM : 0806015140
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswa FISIP Uhamka Terhadap Tayangan
Reality Show 86 di NET. TV (Episode 29 maret 2016)

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan **BUKAN PLAGIAT**. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini adalah **PLAGIAT**, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 17 Mei 2016

Yang menyatakan,


Gessa Noor Iwansyah

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Proposal : Persepsi Mahasiswa FISIP UHAMKA Terhadap Tayangan
Reality Show 86 di NET. TV (Episode 29 Maret 2016)

Nama : Gessa Noor Iwansyah

NIM : 0806015140

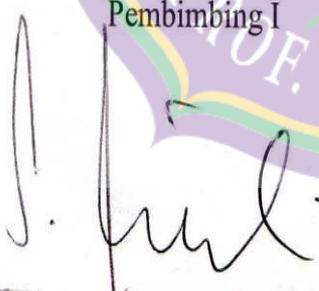
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Penyiaran

Telah diperiksa dan disetujui
untuk mengikuti ujian skripsi oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II


Said Ramadhan, S.Sos, M.Si

Tanggal : 3 juni 2016


Dr. Maryono Basuki, M.Si

Tanggal : 18 Mei 2016

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Perspsi Mahasiswa Fisip Uhamka Terhadap Tayangan *Reality show* 86 di NET. TV (Episode 29 Maret 2016)

Nama : Gessa Noor Iwansyah

NIM : 0806015140

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Penyiaran

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Sabtu 18 Juni 2016, dan dinyatakan **LULUS**.

Penguji I



Dr. Sri Mustika, M.Si

Tanggal: 28/7/16

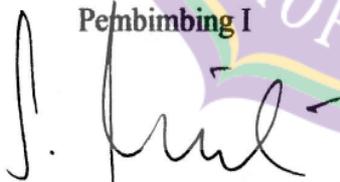
Penguji II



Farhan Muntafa, S.Si, M.Stat

Tanggal:

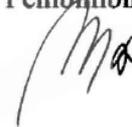
Pembimbing I



Said Ramadhan, S.Sos., M.Si

Tanggal:

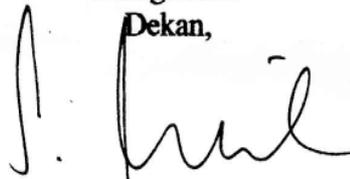
Pembimbing II



Dr. Maryono Basuki, M.Si

Tanggal:

Mengetahui
Dekan,



Said Ramadhan. S. Sos., M.Si

ABSTRAK

Nama : Gessa Noor Iwansyah
Nim : 0806015140
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswa FISIP UHAMKA Terhadap Tayangan
Reality show 86 di NET. TV (Episode 29 Maret 2016)

Halaman :

NET. yang merupakan singkatan dari *News and Entertainment Television* adalah sebuah stasiun televisi berjaringan di Indonesia yang resmi diluncurkan pada 26 Mei 2013. NET. menggantikan siaran terestrial Spacetoon Indonesia yang sebagian sahamnya telah diambil alih oleh Grup Indika. Berbeda dengan Spacetoon yang acaranya ditujukan untuk anak-anak, program-program NET. ditujukan kepada keluarga dan pemirsa muda. Salah satu programnya adalah *Reality show* 86, yaitu program NET. Yang berkerjasama dengan Kepolisian Republik Indonesia, Program atau tayangan 86 hadir dan di dalam program tersebut pemirsa diajak melihat keseharian beberapa anggota kepolisian, 86 adalah tayangan yang sarat akan pesan dan makna.

Penelitian ini meneliti tentang persepsi Mahasiswa FISIP UHAMKA terhadap tayangan 86 di NET. TV. Adapun tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa FISIP UHAMKA terhadap tayangan *Reality show* 86 di NET. TV (episode 29 maret 2016).

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori Kognitif, karna teori ini memfokuskan pada pengalaman dan pengetahuan. Penelitian ini menggunakan paradigm postpositivisme dan pendekatan kuantitatif sedangkan metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FISIP UHAMKA Jakarta selatan, dengan jumlah sampel sebanyak 76 orang responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *sampling* probabilitas.

Hasil penelitian menggambarkan bahwa persepsi mahasiswa FISIP UHAMKA terhadap tayangan 86 di NET. TV mencapai 4501 pada kategori positif yang berarti persepsi mahasiswa FISIP UHAMKA terhadap tayangan 86 di NET. TV adalah baik atau cukup baik.

Penelitian ini di harapkan berkontribusi terhadap teori Kognisi (Cognition Theory) terutama untuk diterapkan pada program-program atau tayangan yang ditayangkan di stasiun tv indonesia, khususnya tayangan yang menyajikan program yang edukatif dan inspiratif.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahillobbil alamin,

Puji syukur panjatkan Kehadirat Allah SWT, yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, yang telah memberikan rahmat-Nya serta melimpahkan kasih sayang-Nya yang tidak bisa terbalaskan, sehingga akhirnya penulis bisa menyusun skripsi yang berjudul **“Persepsi Mahasiswa Fisip UHAMKA Terhadap Tayangan 86 di NET. TV (Episode 29 maret 2016)”**.

Dalam kesempatan ini ingin menyampaikan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang turut membantu terwujudnya skripsi ini terutama kepada:

1. Said Ramadhan, S. Sos, M. Si., Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, sekaligus dosen pembimbing pertama saya
2. Dr. Sri Mustika, M. Si., Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.
3. Dini Wahdiyati, S. Sos., M.I. Kom., Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.
4. Dr. Maryono Basuki, M.Si, sebagai dosen pembimbing kedua saya.
5. Farhan Muntafa, M. Stat., yang telah memberikan semangat kepada saya dalam kegiatan skripsi ini.

6. Nurlina Rahman, S.Pd. M.Si, yang telah memberikan semangat ke sayadalam kegiatan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammdiyah Prof. Dr. Hamka.
8. Untukkedua orang tuaku tercinta, terimakasih atas segala doa, cinta, dan dukungannya baik moril maupun materil selama ini.
9. Saudara Elginabo dan saudara Jefrinnal yang telah membantu saya dalam kegiatan skripsi ini.
10. Seluruh rekan mahasiswa dan mahasiswi FISIP UHAMKA.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam membantu penulisan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, dengan senang hati menerima kritik dan saran yang bersifat membangun, demi kesempurnaan dimasa yang akan datang.

Semoga penulisan skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis dan pembaca, khususnya Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. Semoga penulisan skripsi ini dapat memberikan wawasan luas bagi pengetahuan pembaca.

Jakarta, 6 februari 2016

Gessa Noor Iwansyah

0806015140

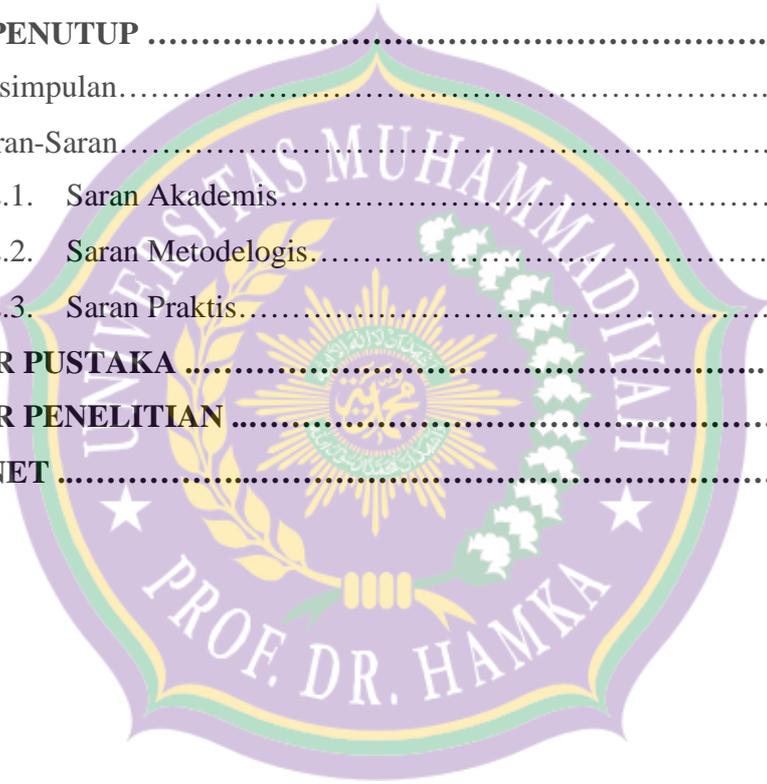
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABLE	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	14
1.3. Pembatasan Masalah	15
1.4. Tujuan Masalah	15
1.5. Signifikasi Penelitian	15
1.5.1. Signifikasi Akademis	15
1.5.2. Signifikasi Metodologis	15
1.5.3. Signifikasi Praktis	16
1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian	16

1.7.	Sisitematika Penulisan	16
BAB II LANDASAN TEORI		18
2.1.	Paradigma Penelitian	18
2.2.	Hakikat Komunikasi	19
2.2.1.	Pengertian Komunikasi	19
2.2.2.	Fungsi Komunikasi	20
2.2.3.	Model Komunikasi	21
2.2.4.	Media Komunikasi	23
2.2.5.	Konteks Komunikasi	24
2.2.6.	Elemen Komunikasi	26
2.3.	Penyiaran	27
2.3.1.	Sifat Media Penyiaran	28
2.4.	Komunikasi Massa	31
2.4.1.	Karakteristik Komunikasi Massa	34
2.4.2.	Fungsi Komunikasi Massa	36
2.4.3.	Bentuk Komunikasi Massa	37
2.5.	Televisi.....	45
2.5.1.	Karakteristik Televisi	46
2.5.2.	Program Siaran	48
2.5.3.	Tahapan Produksi	50
2.5.3.1.	Tahapan Pra Produksi	51
2.5.3.2.	Tahapan Produksi	52
2.5.3.3.	Tahapan Pasca Produksi	52
2.5.4.	Jenis-Jenis Program Televisi	52
2.6.	<i>Reality Show</i>	55
2.6.1.	Bentuk-Bentuk Tayangan <i>Reality Show</i>	56
2.6.2.	Unsur-Unsur <i>Reality Show</i>	59
2.7.	Khalayak	59
2.7.1.	Khalayak Sasaran Siaran Televisi	60
2.8.	<i>Reality Show</i> 86	61

2.9.	Persepsi	62
2.9.1.	Tahap Stimulasi	63
2.9.2.	Tahap Atensi	63
2.9.3.	Tahap Interpretasi	64
2.9.4.	Tahap Kognisi	64
2.10.	Teori Kognisi (<i>Cognition Theory</i>)	66
2.11.	Definisi Konsep dan Definisi Operasional	69
2.11.1.	Definisi Konsep	69
2.11.2.	Operasional Konsep	71
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		82
3.1.	Pendekatan, Jenis Penelitian dan Metode Penelitian	82
3.1.2.	Pendekatan Penelitian	83
3.1.3.	Jenis Penelitian	83
3.1.4.	Metode Penelitian	85
3.2.	Populasi	85
3.3.	Sampel	86
3.4.	Teknik Pengambilan Sampel	86
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	88
3.6.	Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	89
3.6.1.	Uji Validitas	89
3.6.2.	Reliabilitas Alat Ukur	90
3.7.	Teknik Analisis Data	90
3.8.	Lokasi, Waktu dan Penelitian	91
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		93
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	93
4.1.1.	Profil NET. TV	93
4.1.2.	Visi dan Misi NET. TV	96
4.1.3.	Budaya Perusahaan	97
4.1.4.	<i>Target Audience</i>	97
4.1.5.	Program Acara NET. TV	98

4.1.6.	Logo NET. TV	105
4.1.7.	Tayangan <i>Reality Show</i> 86 di NET. TV	107
4.1.8.	Logo <i>Reality Show</i> 86 di NET. TV	108
4.1.9.	Mahasiswa FISIP UHAMKA	109
4.2.	Hasil Penelitian	110
4.3.	Pembahasan	129
4.3.1.	Persepsi Mahasiswa FISIP UHAMKA Terhadap Tayangan <i>Reality Show</i> 86 di NET. TV (Episode 29 Maret 2016)	129
4.3.2.	Relevansi Dengan Teori Kognisi	130
BAB V	PENUTUP	134
5.1.	Kesimpulan.....	134
5.2.	Saran-Saran.....	134
5.2.1.	Saran Akademis.....	135
5.2.2.	Saran Metodologis.....	135
5.2.3.	Saran Praktis.....	135
DAFTAR PUSTAKA		136
DAFTAR PENELITIAN		137
INTERNET		138



DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 Sifat Media Penyiaran	29
TABEL 2.2 Operasionalisasi Konsep	71
TABEL 2.3 Tayangan <i>Reality Show</i> 86 di NET. TV (Episode 29 Maret 2016) .	72
TABEL 2.4 Tabel Definisi Operasional Variable “ Persepsi Tayangan <i>Reality Show</i> 86 di NET. TV (Episode 29 Maret 2016) “	79
TABEL 3.1 Jumlah Mahasiswa FISIP UHAMKA 2013 – 2015	88
TABEL 3.2 Jadwal Penelitian	92
TABEL 4.1 Menurut Pengamatan Anda, Polisi Sebagai Tokoh Utama Dalam Tayangan <i>Reality Show</i> 86 Menggambarkan Realita Sesungguhnya.....	110
TABEL 4.2 Menurut Pendapat Anda, Polisi Sebagai Tokoh Utama Dalam Tayangan <i>Reality Show</i> 86 Menggambarkan Realita Sesungguhnya	112
TABEL 4.3 Anda Memahami Polisi Sebagai Tokoh Utama Dalam Tayangan <i>Reality Show</i> 86 Menggambarkan Realita Sesungguhnya	113
TABEL 4.4 Anda Menyimpulkan Polisi Sebagai Tokoh Utama Dalam Tayangan <i>Reality Show</i> 86 Menggambarkan Realita Sesungguhnya	114
TABEL 4.5 Menurut Pengamatan Anda, Adegan Menangkap Kurir Narkoba dan Penertiban Lalu Lintas, Menggambarkan Keseriusan Polri Dalam Mengemban Tanggung Jawab Melindungi dan Memelihara Ketertiban Masyarakat	115
TABEL 4.6 Menurut Pendapat Anda, Adegan Menangkap Kurir Narkoba dan Penertiban Lalu Lintas, Menggambarkan Keseriusan Polri Dalam Mengemban Tanggung Jawab Melindungi dan Memelihara Ketertiban Masyarakat	116

TABEL 4.7	Anda Memahami Adegan Menangkap Kurir Narkoba dan Penertiban Lalu Lintas, Merupakan Keseriusan Polri Dalam Mengemban Tanggung Jawab Melindungi dan Memelihara Ketertiban Masyarakat	117
TABEL 4.8	Anda Menyimpulkan Adegan Menangkap Kurir Narkoba dan Penertiban Lalu Lintas, Merupakan Keseriusan Polri Dalam Mengemban Tanggung Jawab Melindungi dan Memelihara Ketertiban Masyarakat	118
TABEL 4.9	Menurut Pengamatan Anda, Karakter Polisi yang Tegas, Amanah dan Bertanggung Jawab Dalam Tayangan Reality Show 86 Adalah Sesuai Kenyataan	119
TABEL 4.10	Menurut Pendapat Anda, Karakter Polisi yang Tegas, Amanah dan Bertanggung Jawab Dalam Tayangan Reality Show 86 Adalah Sesuai Kenyataan	120
TABEL 4.11	Anda Memahami Karakter Polisi yang Tegas, Amanah dan Bertanggung Jawab Dalam Tayangan Reality Show 86 Adalah Sesuai Kenyataan	121
TABEL 4.12	Anda Menyimpulkan Karakter Polisi yang Tegas, Amanah dan Bertanggung Jawab Dalam Tayangan Reality Show 86 Adalah Sesuai Kenyataan	122
TABEL 4.13	Menurut Pengamatan Anda, Pemilihan Lokasi Dalam Tayangan Reality Show 86 Adalah Tepat	123
TABEL 4.14	Menurut Pendapat Anda, Pemilihan Lokasi Dalam Tayangan Reality Show 86 Adalah Tepat	124
TABEL 4.15	Menurut Pemahaman Anda, Pemilihan Lokasi Dalam Tayangan Reality Show 86 Adalah Tepat	125
TABEL 4.16	Anda Menyimpulkan Pemilihan Lokasi Dalam Tayangan Reality Show 86 Adalah Tepat	126

TABEL 4.17 Kuisisioner “ Persepsi Tayangan *Reality Show* 86 di NET. TV
(Episode 29 Maret 2016) “ 127



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi Laswell	21
Gambar 4.1 Logo NET. TV	105
Gambar 4.2 Logo NET HD, digunakan pada 18 Mei 2013 sampai sekarang	106
Gambar 4.3 Logo NET Versi Olahraga	106
Gambar 4.4 Logo <i>Reality Show</i> 86 “ Hati-hati Melanggar Hukum Anda Masuk TV “	108
Gambar 4.5 Logo <i>Reality Show</i> 86	109



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kehidupan manusia tak luput dari keberadaan manusia lainnya. Sebagai makhluk sosial, kepentingan setiap individu manusia memiliki kesamaan. Namun kepentingan tersebut disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing individu. Salah satu kepentingan manusia adalah komunikasi.

Dalam era modern saat ini, komunikasi sangat erat kaitannya dengan dunia teknologi. Pada awalnya, komunikasi dilakukan oleh manusia tanpa melalui perantara. Namun, pada saat ini komunikasi dapat dilakukan melalui perantara, yaitu dengan teknologi. Teknologi komunikasi semakin berkembang dari waktu ke waktu. Perkembangan teknologi saat ini membuat komunikasi yang dilakukan manusia menjadi lebih mudah dari sebelumnya. Jarak yang jauh bukan lagi masalah yang berarti bagi manusia untuk melakukan komunikasi yang efektif. Komunikasi yang efektif sendiri adalah komunikasi yang terdapat *feedback* atau timbal balik dari komunikan (penerima).

Perkembangan teknologi juga terjadi pada konteks komunikasi massa. Pada saat ini komunikasi massa sudah sangat berkembang, dapat dilihat dari perkembangan pada dunia penyiaran. Dunia penyiaran merupakan salah satu bagian dari konteks komunikasi massa. Didalam dunia penyiaran terdapat dua aspek, yaitu penyiaran radio dan penyiaran televisi. Penyiaran radio terlebih

dahulu muncul daripada penyiaran televisi. Sejarah ditemukannya radio dimulai dari Inggris dan Amerika Serikat. Donald McNicol dalam bukunya *Radio's Conguest of Space* menyatakan bahwa terkalahkannya ruang angkasa dengan radio dimulai tahun 1802 oleh Dane.

Radio yang digunakan sebagai alat atau media komunikasi massa (*broadcasting*) mula-mula diperkenalkan oleh David Sarnoff pada tahun 1915. Kemudian Le De Forrest melalui eksperimen siaran radionya telah menyiarkan kampanye pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 1916, sehingga ia dikenal sebagai pelopor radio siaran (Riswandi, 2009:8).

Menurut catatan Agee et.al, siaran percobaan televisi di AS dimulai pada tahun 1920-an. Para ilmuwan terus menerus mengembangkan teknologi komunikasi televisi. Tahun 1948 merupakan tahun penting dalam dunia pertelevisian dengan dikembangkannya televisi komersial di AS. Sejak saat itu televisi mengalami perkembangan yang pesat dan berpengaruh luar biasa terhadap khalayak (Riswandi, 2009:9-10).

Menurut Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002, penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. Televisi dibagi menjadi empat jenis, yaitu televisi nasional, televisi swasta, televisi berlangganan, dan televisi komunitas.

Televisi berasal dari dua kata yang berbeda asalnya, yaitu *tele* (bahasa Yunani) yang berarti jauh dan *visi* (*vision*) berarti penglihatan, dengan demikian televisi yang dalam bahasa Inggris *television* diartikan dengan melihat jauh.

Melihat jauh di sini diartikan dengan gambaran dan suara yang diproduksi di suatu tempat dengan demikian kita pahami bahwa televisi adalah salah satu bentuk media massa yang melancarkan suara dan gambar yang diproduksi dari kenyataan yang disiarkan melalui gelombang elektromagnetik sehingga dapat diterima oleh pesawat televisi.

Televisi merupakan media yang dapat mendominasi komunikasi massa, karena sifatnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak. Televisi memiliki kelebihan dari media massa lainnya karena bersifat audio dan visual (didengar dan dilihat), dapat menggambarkan kenyataan, dan secara langsung dapat menyajikan peristiwa yang sedang terjadi kepada setiap pemirsa dimana pun berada.

Fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya, yakni memberi informasi, mendidik, menghibur dan membujuk. Televisi sendiri memiliki 3 (tiga) karakteristik, yaitu 1) **Audiovisual**, Televisi memiliki kelebihan yang dapat didengar sekaligus dapat dilihat (*audiovisual*), 2) **Berpikir dalam gambar**, Pihak yang bertanggung jawab atas kelancaran acara televisi adalah pengarah acara. Bila ia membuat naskah acara atau membaca naskah acara, ia harus berpikir dalam gambar (*think in picture*) dan 3) **Pengoperasian lebih kompleks**, Pengoperasian televisi lebih kompleks dan lebih banyak melibatkan orang.

Media massa khususnya televisi memiliki pengaruh yang begitu besar terhadap perkembangan informasi yang ada di masyarakat kita. Sebut saja mulai dari informasi politik, ekonomi, *fashion* dan sebagainya. Hal ini karena televisi merupakan media yang paling mudah diakses oleh sebagian masyarakat

Indonesia. Spesialisasi stasiun televisi menjadi ciri khas mereka dalam menggaet jumlah khalayak.

Khalayak dapat berupa individu, kelompok dan masyarakat. Istilah khalayak media berlaku *universal* dan secara sederhana dapat diartikan sebagai sekumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar atau pemirsa berbagai media.

Indonesia saat ini memiliki banyak stasiun televisi. Akibatnya, persaingan di industri televisi saat ini semakin ketat. Tidak seperti dekade 90-an yang hanya didominasi oleh satu stasiun televisi nasional, TVRI, dan lima stasiun televisi swasta, RCTI, SCTV, TPI, INDOSIAR, dan ANTV. Setelah dekade 90-an, mulai muncul stasiun televisi baru seperti, TRANS TV, TV7 yang kemudian berganti nama menjadi TRANS 7, METRO TV, GLOBAL TV, dan TV ONE, yang kemudian juga diikuti oleh stasiun TV baru yaitu KOMPAS TV, RAJAWALI TV, dan NET. TV serta berbagai stasiun televisi lokal.

Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya sangat beragam. Pada dasarnya apa saja bisa dijadikan program untuk ditayangkan di televisi selama program itu menarik dan disukai audien, dan selama tidak bertentangan dengan kesusilaan, hukum dan peraturan yang berlaku. Pengelola stasiun penyiaran dituntut untuk memiliki kreativitas seluas mungkin untuk menghasilkan berbagai program yang menarik. Masing-masing stasiun televisi mempunyai format yang sangat beragam, mulai dari program acara berita, musik, *talk show* dan lain-lain. Mereka bersaing untuk menyajikan program-program yang berkualitas dan menghibur. Hal ini di

maksudkan agar tayangan yang disajikan mendapat perhatian dari khalayak luas, sehingga meningkatkan rating dan *audience share* program tersebut.

Saat ini *reality show* merupakan program hiburan yang banyak di tayangkan oleh stasiun-stasiun televisi di Indonesia. Sesuai dengan namanya maka program ini mencoba menyajikan suatu situasi seperti konflik, persaingan atau hubungan berdasarkan realitas yang sebenarnya, sehingga menyajikan situasi sebagaimana apa adanya dengan kata lain program ini mencoba menyajikan situasi keadaan yang nyata (*real*), dengan cara yang sealamiah mungkin tanpa rekayasa. Tapi seiring perkembangan *reality show* menjadi sebuah acara yang bisa di masukan dalam berbagai model acara televisi. Popularitas program *reality show* sangat menonjol belakangan ini, bahkan beberapa program yang sebenarnya tidak realitas pun ikut-ikutan menggunakan nama atau jargon *reality show* untuk mendongkrang daya jualnya. Tingkat *reality show* yang di sajikan dalam reality show bermacam-macam, mulai dari yang benar-benar realistik seperti *hidden camera*, hingga yang terlalu banyak rekayasa, namun tetap menggunakan nama *reality show* (Morrisan, 2008 : 219). Diawali dengan program *reality show* “ Katakan Cinta ” di stasiun RCTI, yang kemudian diikuti oleh stasiun televisi lain yang menyiarkan program serupa seperti “ Harap Harap Cemas (H2C) ”, “ *Playboy Kabel* ”, dan “ Tolong ” di SCTV “ *Paranoid* ” di Trans TV, dan “ Orang Pinggiran ” dan “ Jika aku Menjad i” di Trans7 dan lain-lain. Bahkan, beberapa stasiun televisi menjadikan *reality show* sebagai program unggulan.

NET. TV dengan taglinenya “ **Televisi Masa Kini** ” merupakan salah satu alternatif tontonan hiburan layar kaca. NET.TV hadir dengan format dan konten

program yang berbeda dengan stasiun TV lain. Sesuai dengan perkembangan teknologi informasi NET. TV hadir sebagai stasiun televisi swasta sangat baru yang menyuguhkan program-program acara yang memikat pemirsa televisi. Secara konten, tayangan NET. TV berbeda dengan tayangan televisi yang sudah ada, sesuai semangatnya, tayangan berita NET wajib menghibur dan sebaliknya, tayangan hiburan NET harus mengandung fakta, bukan rumor atau gosip. Secara tampilan, NET muncul dengan gambar yang lebih tajam dan warna yang lebih cerah. NET. TV telah menggunakan sistem *full high definition* (FULL-HD) dari hulu hingga ke hilir.

NET. TV bekerja sama dengan kepolisian Negara Republik Indonesia menghadirkan program bergenre *reality show* yang diberi nama 86, ditayangkan pada pukul 21.00 WIB. Nama 86 sendiri berasal dari kode sandi kepolisian Negara Republik Indonesia yang berarti “Dimengerti” atau dalam bahasa Inggris adalah *roger that*. Program 86 merupakan bentuk komunikasi massa. Komunikasi massa menurut menurut Effendy (2009:6) “komunikasi massa terbatas pada proses penyebaran pesan melalui media massa, yakni surat kabar, radio televisi, film, majalah, dan buku ; tidak mencakup proses komunikasi tatap muka “,

Tayangan 86 merupakan *reality show*, Menurut John Vivian dalam bukunya “*The Media of Communication*” yang menyebut pengertian *reality show* adalah “program acara yang dibintangi oleh orang-orang yang bukan aktor atau aktris, tetapi walaupun demikian program acara tersebut masih diatur oleh skenario yang ditulis produser. *Reality show* ini tidak hanya memberi informasi dan menghibur khalayak, namun juga bersifat edukatif (berkenaan dengan

pendidikan) dan inspiratif yaitu mengedukasi pemirsa di Indonesia tentang peran dan pekerjaan keseharian kepolisian yang sering kali menjadi pertanyaan di tengah-tengah masyarakat. Diantara nya maraknya kasus yang berhubungan dengan citra polisi seperti perwira menengah maupun tinggi polri yang terlibat korupsi dan pencucian uang, penembakan antara sesama polisi, bentrok antara polisi dan mahasiswa atau KPK ataupun kasus polisi-polisi yang tertangkap menggunakan narkoba, aksi suap menyuap sogok menyogok dalam sebuah perkara maupun tindak pidana, aksi salah tangkap polisi, kekerasan dan lain-lain yang terjadi akhir-akhir ini. Singkatnya acara ini tampaknya ingin mematahkan persepsi masyarakat yang selama ini agak negative terhadap kinerja kepolisian.

Program atau tayangan 86 hadir dan di dalam program tersebut pemirsa diajak melihat keseharian beberapa anggota kepolisian, 86 adalah tayangan yang sarat akan pesan dan makna. Tayangan ini hadir setiap senin sampai jum'at pada pukul 21:00 WIB sampai 21:30 WIB dan sabtu dan minggu pada pukul 21:00 WIB sampai 22:00 WIB. Acara 86 juga merupakan tontonan yang segar dan dapat memacu adrenalin. Sebab, pemirsa dapat mengikuti kegiatan dan tugas-tugas polisi dalam melindungi, mengayomi dan melayani masyarakat, menyaksikan kejadian yang sesungguhnya terjadi dilapangan.

Program acara ini merupakan program *reality show* yang tergolong baru dan *fresh* dibandingkan acara TV yang lainnya. Di tengah maraknya program TV yang menayangkan *reality show* yang bernuansa mistis, sensualitas dan lain-lain belakangan ini, program acara 86 ini membawa nafas baru bagi penikmat acara *reality show*.

Melalui tayangan 86 kita dapat mengikuti aksi polisi indonesia dalam penggerebekan, dan kita juga di ajak untuk menyaksikan kejadian yang sesungguhnya yang terjadi di lapangan serta melihat sedikit sisi lain dari kehidupan pribadi polisi sebagai manusia biasa dan kedekatan mereka dengan keluarga, mereka, kelompok maupun masyarakat, yakni penonton secara realitas seolah-olah ikut dibawa bersama kepolisian dalam tugasnya sehari-hari, Dengan harapan agar masyarakat dapat lebih bijak dalam memahami dan menaati peraturan-peraturan yg berlaku, dan agar masyarakat indonesia dapat lebih menyadari pentingnya berdisiplin dalam mematuhi aturan-aturan yang berlaku serta menghargai kepolisian dengan cara mulai mendisiplinkan dari kita sendiri serta tidak melakukan apa-apa (hal-hal) yang di larang oleh negara dan hukum. Tayangan 86 memperlihatkan pekerjaan polisi indonesia mulai dari kegiatan yang ringan hingga adegan yang mendebarkan, seperti mendisiplinkan pengguna lalulintas, sampai kasus berat seperti penggerebekan, hingga pengungkapan peredaran narkoba. Termasuk kasus-kasus yang menjadi pemberitaan dan perbincangan dimedia massa dan masyarakat.

Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri) adalah Kepolisian Nasional di Indonesia, yang bertanggung jawab langsung di bawah Presiden. Polri mengemban tugas-tugas kepolisian di seluruh wilayah Indonesia. Polri dipimpin oleh seorang Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia (Kapolri). Sejak 17 April 2015, jabatan Kapolri saat ini dipegang oleh Jenderal Polisi Badrodin Haiti.

Indonesia secara normatif-konstitusional adalah negara berdasarkan hukum, atau yang sering disebut sebagai negara hukum. Ditengah-tengah itu,

polisi merupakan salah satu pilar yang penting, karna badan tersebut mempunyai peranan yang sangat penting dalam mewujudkan janji-janji hukum menjadi kenyataan. Kita dapat melihat pada era Reformasi telah melahirkan paradigma baru dalam segenap tatanan kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara yang ada dasarnya memuat koreksi terhadap tatanan lama dan penyempurnaan kearah tatanan indonesia baru yang lebih baik. Paradigma baru tersebut antara lain supermasi hukum, hak azasi manusia, demokrasi, transparansi dan akuntabilitas yang diterapkan dalam praktek penyelenggara pemerintahan negara termasuk didalamnya penyelenggaraan fungsi Kepolisian.

Pengidentifikasian polisi sebagai birokrasi kontrol sosial memang memberi deskripsi mengenai polisi itu. Polisi seyogyanya kita lihat tidak hanya menjalankan kontrol sosial saja, melainkan juga memberi pelayanan dan interpretasi hukum secara konkrit, yaitu melalui tindakan-tindakannya. Dengan kontrol sosial, pelayanan dan agen interpretasi tersebut menjadi lebih lengkaplah bahwa polisi mewujudkan janji-janji hukum.

Tetapi pengidentifikasian yang demikian itu masih belum juga memuaskan untuk melihat apa dan siapa polisi itu, apa yang dikerjakannya dan lain sebagainya, secara lebih seksama. Dirasakan, bahwa badan yang namanya polisi itu tidak bisa hanya dilihat sebagai aparat atau birokrasi penegakan hukum belaka. Apabila kita mendekati dan menelaahnya secara sosiologis, cukup banyak “ misteri ” yang terkandung dalam pekerjaan polisi. Artinya, ia tidak bisa diukur dengan ukuran hukum.

Penegakan hukum, penjagaan keamanan, dan ketertiban masyarakat serta pelayanan dan pengayoman masyarakat adalah tugas pokok polisi sebagai profesi mulia, yang aplikasinya harus berakibat pada asas legalitas, undang-undang yang berlaku dan hak azasi manusia. Atau dengan kata lain harus bertindak secara professional dan memegang kode etik secara ketat dan keras, sehingga tidak terjerumus kedalam perilaku yang dibenci masyarakat .

Apabila kita menyadari bahwa polisi merupakan ujung tombok penegakan hukum, yang berarti polisilah yang secara langsung berhadapan dengan masyarakat, dan khususnya, pelanggar hukum dalam usaha menegakan hukum. Dengan demikian, bagaimana perilaku polisi dengan cara-cara kotor dan korup, maka secara otomatis masyarakatpun memandang hukum sebagai sesuatu yang kotor dan korup, juga andaikan kepolisian dikerjakan dengan baik, maka wajah hukum pun akan dipandang baik. Karena itu, pandangan masyarakat tentang polisi akan membawa implikasi pada pandangan mereka terhadap hukum. Pekerjaan kepolisian yang tertanam kedalam masyarakat dapat kita lihat bagaimana struktur sosial, kultural dan ideologis telah menentukan pemberian tempat kepada polisi dalam masyarakatnya, bagaimana ia diterima oleh masyarakat, dan bagaimana ia harus bekerja.¹

Sekilas program 86 bisa jadi dipersepsikan sebagai bentuk Pencitraan yang dilakukan Polri dengan menunjukkan kinerjanya secara langsung di depan

¹Sumber:<https://mardalli.wordpress.com/2009/05/23/profesionalisme-polisi-republik-indonesia-di-mata-masyarakat-sebagai-profesi-hukum> Di akses pada tanggal 25 Februari 2016 pukul 10.42 WIB.

televisi. Namun di samping itu, nilai edukatif dari tayangan ini juga sangat berfungsi dari terjalannya komunikasi antara Polri dengan khalayak.

Program *reality show* 86 tayang setiap senin sampai jum'at pukul 21:30 WIB di NET. TV yang mana jam tayang tersebut termasuk *Late Prime Time* dalam *dayparting* program televisi masuk dalam kategori penonton kelas A,B,C,D,E .

Dari sinilah masalah muncul dan menarik perhatian peneliti untuk meneliti dengan judul “ Persepsi Mahasiswa FISIP UHAMKA Terhadap Tayangan *Reality show* 86 di NET.TV (episode 29 maret 2016) ”, peneliti memilih episode 29 maret karna pengumpulan dan pengolahan data nya di lakukan di bulan februari dan maret, dan di episode ini konten beritanya yaitu penertiban berlalu-lintas dan pemberantasan kurir-kurir narkoba yang menjadi permasalahan di Negri ini.

Karna sesuai dengan segmentasi target *reality show* ini di tujukan kepada pemirsa muda dan keluarga, dan berdasarkan data dari NET. TV mahasiswa merupakan salah satu segmen pemirsa yang memiliki presentase cukup besar, yakni sebesar 25,9 %. Karna pertimbangan tersebut lah maka peneti menjadikan Mahasiswa FISIP UHAMKA sebagai populasi. Alasan lain karna setelah melakukan survey maka di peroleh hasil sebagian besar dari mereka mengetahui tayangan 86 di NET. TV, jadi mereka mengetahui apa dan bagaimana tampilan serta isi dari tayangan acara 86 sehingga memudahkan bagi peneliti baik dari segi waktu, jarak dan biaya untuk mengetahui bagaimana persepsi mereka terhadap tayangan 86 di NET TV.

Dan peneliti berasumsi bahwa Mahasiswa Ilmu Komunikasi merupakan penonton potensial yang mempunyai kapasitas untuk memberikan pernyataan kritis dan penilaian terhadap sebuah program televisi dan tentunya mahasiswa komunikasi sudah mendapat pengetahuan mengenai teori-teori komunikasi dan media, jadi tidak melihat tayangan televisi seperti orang awam. Dan tak bisa di pungkiri Peranan media terutama televisi sangat besar, media sebagai alat komunikasi massa dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan tersendiri bagi mahasiswa, serta hal tersebut menjadi acuan bagi peneliti untuk mengetahui bagaimana persepsi mereka terhadap tayangan 86 yang merupakan bagian dari komunikasi massa. Dan yang paling penting persepsi mahasiswa FISIP UHAMKA sebagai khalayak yang mempelajari komunikasi massa terhadap Fenomena tayangan seperti 86 (tayangan yg berkerja sama dengan kepolisian republik indonesia) yang ada di media massa, dalam penelitian ini, yaitu televisi.

Persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman. Kunci untuk memahami persepsi terletak pada pengenalan bahwa persepsi itu merupakan suatu penafsiran terhadap situasi, dan bukannya suatu pencatatan yang benar terhadap situasi. Krech (dalam Thoha, 2000:124) menyebut bahwa persepsi adalah suatu proses kognitif yang kompleks dan menghasilkan suatu gambar unik tentang kenyataan yang barangkali berbeda dari kenyataannya.

Menurut Mulyana (2000:16), semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antar individu, semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi, dan

sebagai konsekuensi nya semakin cenderung membentuk kelompok identitas atau kelompok budaya.

Rakhmat (1996:49) mengemukakan, persepsi merupakan bagian dari komunikasi intra personal. Menurutnya pengolahan informasi komunikasi intra personal meliputi, sensasi, persepsi, memori dan berpikir. Sensasi adalah proses menangkap stimuli. Persepsi ialah proses memberi makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru, dengan kata lain, persepsi mengubah sensasi menjadi informasi.

Di samping itu, demikian Rakhmat (1996:51) persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberi makna pada stimuli inderawi (sensori stimuli). Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori.

Untuk perbandingan penelitian ini, penulis telah melakukan penelusuran terhadap referensi penelitian sebelumnya, di antaranya adalah :

1. Persepsi khalayak terhadap tayangan *Inbox* Surya Citra Televisi (SCTV) oleh kartika Nur Widayawati (2004) Universitas Muhamadiyah Prof. DR. HAMKA. Teori yang digunakan adalah teori persepsi. Hasil penelitian dipaparkan dan secara statistik dengan menggunakan table. Dari pengolahan data tersebut lalu tahap pengujian hipotesis munggunakan uji beda NPat tests uji z man-whitney dan wilcoxon menunjukkan bahwa hipotesis diterima penelitian ini

menghasilkan persepsi siswa perempuan lebih positif dari pada persepsi siswa laki laki terhadap tayangan *Inbox* di SCTV.

2. Persepsi mahasiswa Fisip Uhamka terhadap tayangan Opera Van Java di TRANS 7 oleh Anindhita Novi Sagitha (200) Universitas Muhamadiyah Prof. DR. HAMKA.. Teori yang digunakan adalah teori *individual differences theory*. Dari hasil penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan mengenai persepsi mahasiswa Fisip Uhamka terhadap tayangan Opera Van Java di TRANS 7. Peneliti menyimpulkan bahwa persepsi mahasiswa Fisip Uhamka terhadap tayangan Opera Van Java positif. Tidak terdapat perbedaan antara signifikan mahasiswa Fisip Uhamka laki-laki dan perempuan nilai signifikansinya 0,397. Hasil penelitian menunjukkan tayangan Opera Van Java memiliki nilai hiburan. Karena selalu menyajikan cerita-cerita yang variatif baik yang terjadi di sekitar masyarakat maupun dongeng.
3. Persepsi supporter Persija Jakarta dan Persib Bandung terhadap film Romeo and Juliet oleh Resti Dwi Lestari (2009) Universitas Mercu Buana. Teori yang digunakan adalah *stimulus organism response*. Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi supporter Persija Jakarta dan Persib Bandung terhadap film Romeo and Juliet adalah bersifat positif dengan jumlah 32 responden (50%) untuk respon dari *The Jak Mania* dan sangat negatif dengan jumlah 22 responden (55%) dari *the Viking*.

Berdasarkan penjelasan di atas dan referensi penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk membahas tentang Persepsi terhadap tayangan *Reality show* 86 di NET. TV. Peneliti tertarik untuk membahas hal tersebut karena peneliti

ingin melihat sikap kognitif, afektif dan konatif dari mahasiswa tersebut terhadap tayangan tersebut.

1.2. Rumusan masalah

Perumusan masalah dilakukan agar permasalahan tetap berada pada lingkup yang sesuai serta selalu terarah, diperlukan beberapa pertanyaan yang membatasi masalah ini, sehingga dapat dicapai solusi yang tepat pada pokok permasalahan. Adapun pertanyaan yang peneliti ajukan adalah:

Bagaimana Persepsi Mahasiswa FISIP UHAMKA terhadap tayangan *Reality show* 86 di NET. TV (Episode 29 Maret 2016) ?

1.3. Pembatasan masalah

Peneliti membatasi masalah yang akan diteliti agar lebih mudah dan fokus, penelitian ini hanya fokus terhadap Persepsi Mahasiswa FISIP terhadap tayangan *Reality show* 86 di NET. TV (Episode 29 maret 2016), khalayak yang akan diteliti hanyalah mahasiswa FISIP UHAMKA.

1.4. Tujuan penelitian

Berdasarkan perumusan masalah penelitian, maka tujuan penelitian ini ialah :

Untuk mengetahui persepsi Mahasiswa FISIP UHAMKA terhadap tayangan 86 *Reality show* di NET. TV (Episode 29 Maret 2016).

1.5. Signifikansi masalah

1.5.1. Signifikansi Akademis

Penelitian ini dapat memberikan sumbangan/kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi dan memperluas wawasan terutama dalam bidang penyiaran, khususnya televisi yang menjadi media massa yang paling berpengaruh bagi kehidupan masyarakat serta menguatkan keberlakuan Teori Kognisi (*Cognition Theory*).

1.5.2. Signifikansi Metodologis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan terhadap perkembangan penelitian dalam pendekatan kuantitatif dengan paradigma postpositivisme dan jenis penelitian deskriptif.

1.5.3. Signifikansi Praktis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi NET. TV dan perusahaan televisi lainnya tentang bagaimana membuat dan mempertahankan sebuah program yang berkualitas sehingga dapat bermanfaat untuk khalayak.

1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

Kelemahan dalam penelitian ini adalah tidak meneliti efek dan keterbatasan hanya melihat persepsi Mahasiswa FISIP UHAMKA dalam penayangan *reality show* 86 di NET. TV.

1.7. Sistematika Penulisan

penulisan skripsi yang dibuat peneliti adalah agar mudah dalam menyampaikan informasi dan pokok-pokok pikiran, penulis menyusun skripsi ini secara sistematis yang dibagi dalam tiga bab dengan susunan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan mengenai latar belakang masalah penelitian, serta berisi rumusan masalah penelitian, batasan masalah penelitian, tujuan penelitian, kelemahan dan keterbatasan penelitian, dan signifikansi penelitian.

BAB II KERANGKA TEORI

Bab ini menguraikan perspektif atau paradigma yang digunakan penulis dalam penelitian, konsep-konsep dan teori-teori yang menjadi landasan pokok dalam penelitian. pengertian persepsi, definisi konsep dan definisi operasional.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, metode pengumpulan data, lokasi dan waktu penelitian.

BAB IV HASIL dan PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi penelitian, deskripsi hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2004. *Komunikasi Massa*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- _____. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Aaker, A. David dan John. G. Mayers. 1986. *Advertising Management 2nd edition*. New Delhi: Prentice Hall Ltd.
- Baran, Stanley J. 2010. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Hamidi. 2007. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang: Press.
- Kriyantono, Rakhmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Morissan, 2008. *Manajemen Media Penyiaran; Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- _____. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- McQuail, Denis. 1987. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar, edisi kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rakhmat, Jalaludin. 2007. *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Robins P, Stephen. 1996. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Prenhallindo.
- Riswandi, 2009. *Dasar-dasar Penyiaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Salim, Agus. 2006. *Teori & Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfa Beta.
- Wahyudi, JB. 1996. *Jurnalistik Radio dan Televisi*. Jakarta: Grafiti.
- Vardiansyah, Dani. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- John vivian, *The Media Of Communication*
- Effendy, 2009. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Nur Widayawati, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta 2004 dengan judul *Persepsi khalayak terhadap tayangan Inbox Surya Citra Televisi (SCTV)*
- Anindhita Novi Sagitha, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta 2007 dengan judul *Persepsi mahasiswa Fisip Uhamka terhadap tayangan Opera Van Java di TRANS 7*.
- Resti Dwi Lestari, Universitas Mercu Buana, Jakarta (2009) dengan judul *Persepsi supporter Persija Jakarta dan Persib Bandung terhadap film Romeo and Juliet*.