



**PERSEPSI IBU RUMAH TANGGA KOMPLEK MARINIR
RW 06 DEPOK TERHADAP TAYANGAN RUMAH UYA DI
TRANS7**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial Bidang Ilmu Komunikasi

Diajukan oleh:

Nama : VincaYunita Sari

NIM : 1206017002

Peminatan : Penyiaran



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF DR HAMKA
JAKARTA, 2017**

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

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vinca Yunita Sari
NIM : 1206017002
Peminatan : Penyiaran
Judul Skripsi : Persepsi Ibu Rumah Tangga Komplek Marinir RW 06
Depok Terhadap Tayangan Rumah Uya di TRANS7

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 dikemudian hari terbukti skripsi saya ini adalah PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya atau dicabutnya gelar akademik saya.

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

Jakarta, Januari 2017

Yang menyatakan



Tanda tangan
Vinca Yunita Sari

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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Persepsi Ibu Rumah Tangga Komplek Marinir RW 06
Depok Terhadap Tayangan Rumah Uya Di Trans7
Nama : Vinca Yunita Sari
Nim : 1206017002
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.

Farhan Muntafa S.Si., M.Stat.

Tanggal: 13-01-2017

Tanggal: 12-01-2017

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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Persepsi Ibu Rumah Tangga Komplek Marinir RW 06
Depok Terhadap Tayangan Rumah Uya Di Trans7
Nama : Vinca Yunita Sari
Nim : 1206017002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran

Telah dipertahankan dihadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan
pada hari selasa, tanggal 31 Januari 2017
dan dinyatakan LULUS


Dr. Maryono Basuki, M.Si

Penguji 1


Tanggal: 07-12-2017



Said Ramadhan, S.Sos., M.Si.

Pembimbing I

Tanggal: 17-02-2017


Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si.

Penguji II

Tanggal: 17-02-2017



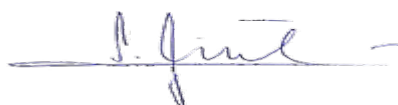
Farhan Muntafa S.Si., M.Stat.

Pembimbing II

Tanggal: 23-02-2017

Mengetahui

Dekan



Said Ramadhan, S.Sos., M.Si.

ABSTRAK

Judul : Persepsi Ibu Rumah Tangga Komplek Marinir RW 06 Depok Terhadap Tayangan Rumah Uya di TRANS7
Nama : Vinca Yunita Sari
NIM : 1206015021
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Halaman : 80 + xviii halaman + 12 tabel + 3 gambar + 14 lampiran + 35 bibliografi

Kata Kunci: Persepsi, Rumah Uya

Rumah Uya merupakan sebuah tayangan *talkshow* di salah satu televisi swasta yang ditayangkan pada sore hari di TRANS7. Masalah yang diangkat dalam program ini berasal dari para penontonnya, acara yang diangkat berupa kejadian yang tidak jauh dari kehidupan yang kita alami setiap harinya seperti, mencari solusi konflik pribadi, teman, sahabat dan pasangan (pacar dan suami-isteri). Penelitian ini mengkaji persepsi ibu rumah tangga komplek marinir RW 06 Depok terhadap tayangan Rumah Uya di Trans7

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah kognitif. Psikologi kognitif adalah pendekatan psikologi yang memusatkan perhatian pada cara merasakan, mengolah, menyimpan dan merespon informasi. Teori kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsikan khalayak (Rakhmat, 2007:208).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan metode survei deskriptif. Populasi penelitian ini adalah ibu rumah tangga komplek Marinir RW 06 Depok yang berjumlah 1475. Sampel penelitian 94 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket dan studi pustaka. teknik pengolahan data, uji validitas, dan reabilitas dilakukan dengan bantuan output SPSS.

Teori kognitif sebagai dasar dalam penentuan tingkah laku dalam tayangan Rumah Uya yang menghasilkan sebuah respon dari objek penelitian, dari penelitian yang dilakukan di komplek Marinir RW 06 Depok menghasilkan persepsi pada ibu rumah tangga komplek Marinir RW 06 Depok termasuk dalam kategori netral.

Persepsi menonton tayangan Rumah Uya yang berada pada kategori netral, menunjukkan bahwa ibu rumah tangga komplek Marinir RW 06 Depok terhadap tayangan Rumah Uya tergolong baik, atau tetap dapat diterima oleh ibu rumah tangga komplek Marinir RW 06 Depok. Persepsi menonton yang berada pada kategori netral bisa disebabkan beberapa faktor, antara lain pengaruh posisi: *host* membawakan acara dengan cara menghibur para penontonnya dengan pembawaan yang sangat santai. Serta pengaruh negatifnya terlalu mengekspose masalah pribadi, *host* terlalu memprovokasi narasumber yang dapat menambah keruh suasana, penuh sumpah serapah yang dilontarkan oleh *host*.

Mayoritas responden menilai persepsi mengenai tayangan Rumah Uya pada kategori netral yang mencapai frekuensi 62,5%.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya bagi kita semua. Dan tidak lupa pula penulis panjatkan shalawat serta salam kepada junjungan kita yakni baginda Rasulullah SAW. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Persepsi Ibu Rumah Tangga Komplek Marinir RW 06 Depok Terhadap Tayangan Rumah Uya Di Trans7”.

Berkat bantuan dan dukungan dari semua pihak, penulis berhasil menyelesaikan skripsi. Untuk itu penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada :

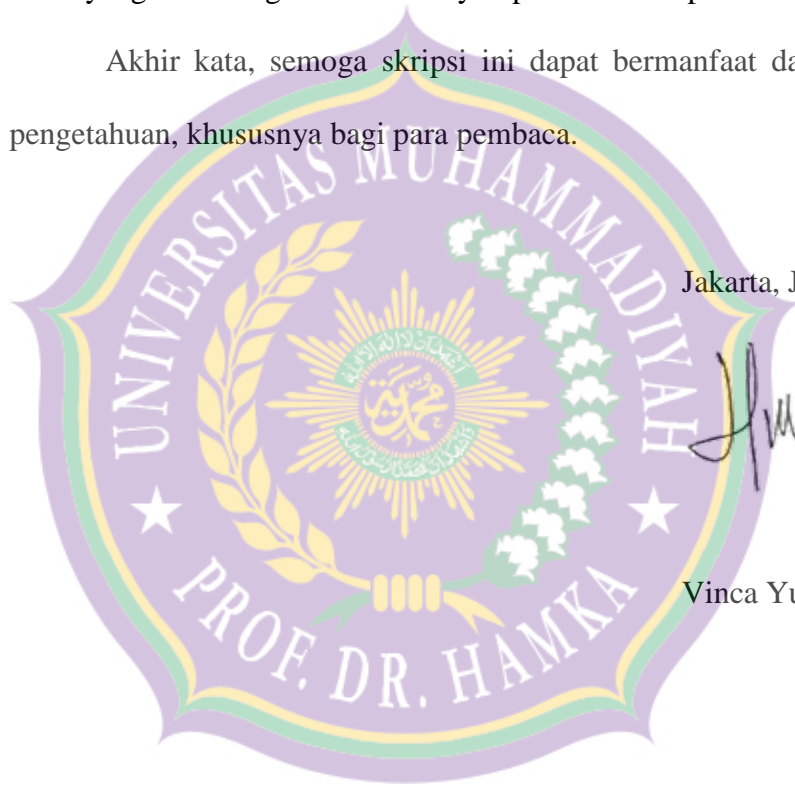
1. Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Kedua orang tua tercinta, Siti Mumtahirah dan Sunoto. Kakak-kakakku Nur Ika Damayekti dan Fevi Rianti Saputri serta keluarga besar tercinta yang telah memberi dukungan, doa dan semangat sampai skripsi ini selesai.
3. Said Ramadhan, S.Sos., M.Si selaku Dekan FISIP UHAMKA serta selaku dosen pembimbing I skripsi. Penulis mengucapkan banyak terimakasih yang tak terhingga.
4. Dr. Sri Mustika, M.Si selaku Wakil Dekan FISIP UHAMKA
5. Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom selaku Kepala Program Studi (Kaprodi) Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA

6. Farhan Muntafa, S.Si., M.Stat selaku dosen pembimbing II, penulis mengucapkan banyak terimakasih telah membimbing, memberi masukan, saran, keluangan waktu dan ilmu berharga yang telah disampaikan kepada peneliti.
7. Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si selaku dosen pembimbing akademis sekaligus sebagai penguji, penulis mengucapkan banyak terimakasih atas bimbingan dan saran-sarannya dalam melaksanakan perkuliahan.
8. Dr. Maryono Basuki, M.Si. selaku dosen penguji, penulis mengucapkan banyak terimakasih.
9. Dosen-dosen FISIP UHAMKA. Terima kasih atas ilmu yang telah diberikan selama perkuliahan berlangsung.
10. Kepada Staf FISIP UHAMKA yang telah membantu penulis dalam mengurus prosedur skripsi.
11. Desyanti Dwi, Inda Supriyanti, Indira Dwi, Mutiara Dwi dan Trie Anjali, sahabat-sahabatku yang telah memberikan dukungan, doa dan semangat sampai skripsi ini selesai.
12. Teman-teman terbaikku di FISIP UHAMKA (Moza Hanum, Bramantyo Dwi, Renaldy Iqramullah, Aulia Metha, Rizki Indah, Nur Habibi) terima kasih sudah menjadi kawan yang baik, selalu memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

13. FISIP UHAMKA Angkatan 2012, serta senior-senior FISIP UHAMKA yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi.
14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini mungkin terdapat kekurangan, maka dari itu penulis bersikap terbuka jika terdapat kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan, khususnya bagi para pembaca.



Jakarta, Januari 2017

Vinca Yunita Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Pembatasan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Signifikansi Penelitian	10
1.5.1. Signifikansi Akademis	10
1.5.2. Signifikansi Metodologis	11
1.5.3. Signifikansi Praktis	11
1.6. Sistematika Penulisan	11
BAB II KERANGKA TEORI	13
2.1. Paradigma Penelitian	13
2.2. Hakikat Komunikasi	15
2.2.1. Definisi Komunikasi	16
2.2.2. Model Komunikasi	17
2.2.3. Unsur Komunikasi	19
2.2.4. Fungsi Komunikasi	20
2.3. Komunikasi Massa	21

2.3.1. Definisi Komunikasi Massa	21
2.3.2. Karakteristik Komunikasi Massa	21
2.3.3. Fungsi Komunikasi Massa	24
2.3.4. Komponen Komunikasi Massa	25
2.3.5. Hambatan Komunikasi Massa	25
2.4. Penyiaran	28
2.4.1. Definisi Penyiaran	28
2.4.2. Media Penyiaran	29
2.4.3. Sifat Penyiaran	30
2.5. Televisi	32
2.5.1. Sejarah Singkat Televisi	32
2.5.2. Siaran Televisi di Indonesia	32
2.5.3. Fungsi Televisi	34
2.5.4. Karakteristik Televisi	34
2.6. Jenis Program Televisi	35
2.7. <i>Talkshow</i>	37
2.8. Rumah Uya	38
2.9. Persepsi	39
2.10. Teori Kognitif	41
2.11. Definisi Konsep dan Operasional Konsep	44
2.11.1. Definisi Konsep	44
2.11.2. Operasional Konsep	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	49
3.1. Pendekatan, Jenis, Metode Penelitian	49
3.1.1. Pendekatan Penelitian	49
3.1.2. Jenis Penelitian	50
3.1.3. Metode Penelitian	51
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	52
3.2.1. Populasi	52
3.2.2. Sampel	53

3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel	54
3.3. Teknik Pengumpulan Data	56
3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas	58
3.5. Teknik Analisa Data	63
3.6. Lokasi dan Waktu Penelitian	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	66
4.1.1. Profil TRANS7	66
4.1.2. Visi dan Misi	67
4.1.3. Dewan Komisaris	68
4.1.4. Dewan Direktur	68
4.1.5. <i>Talkshow</i> Rumah Uya	68
4.2. Deskripsi Lokasi Penelitian	70
4.3. Hasil Penelitian	70
4.4. Pembahasan	76
BAB V PENUTUP	79
5.1. Kesimpulan	79
5.2. Saran-Saran	79
5.2.1. Saran Akademis	80
5.2.2. Saran Metodologis	80
5.2.3. Saran Praktis	80
DAFTAR PUSTAKA	xiv

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Sifat Media Penyiaran	30
Tabel 2.2 Definisi Konsep Persepsi	45
Tabel 2.3 Unsur Tayangan	45
Tabel 2.4 Operasional Konsep	47
Tabel 3.1 Kerangka Sampling	55
Tabel 3.2 Case Processing Sumary Variabel Persepsi	58
Tabel 3.3 Uji Reliabilitas Variabel Persepsi	59
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Persepsi	60
Tabel 3.5 Jadwal Penelitian dan Penyusunan Skripsi	65
Tabel 4.1 Persepsi Menonton Tayangan Rumah Uya di Trans7	70
Tabel 4.2 Deskripsi Interval variabel Persepsi Mennton	73
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Persepsi Menonton	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model lasswell	18
Gambar 4.1 Logo Trans7	66
Gambar 4.2 Logo Rumah Uya	68



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Media massa di Indonesia saat ini mulai berkembang dengan baik, tidak hanya dibidang pemberitaan dan pendidikan, berbagai macam program hiburan banyak bermunculan seiring meningkatnya konsumsi masyarakat terhadap program hiburan yang cukup tinggi. Media massapun mengalami perkembangan yang begitu cepat. Salah satu kebutuhan manusia baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat adalah kebutuhan akan informasi.

Media massa yang dianggap paling mempengaruhi khalayak dalam hal penyampaian informasi adalah televisi. Kemajuan teknologi televisi membuat semuanya menjadi dekat, mudah dilihat dan didengar. Media televisi mampu memberikan berbagai informasi dari berbagai belahan dunia yang cepat, aktual dan tepat ke pemirsa.

Televisi dapat memberi pengaruh besar dalam kebutuhan masyarakat, khususnya sebagai pemenuhan kebutuhan informasi dan hiburan. Televisi merupakan salah satu media yang efektif bagi masyarakat karena jangkauannya yang luas dan dapat menembus berbagai lapisan masyarakat, sehingga televisi sering ditempatkan sebagai “sahabat” yang dapat menemani kegiatan sehari-hari para penontonnya. Dengan banyaknya masyarakat yang menghabiskan waktu di depan televisi, hal tersebut memicu para pemilik

modal untuk berlomba-lomba dalam melebarkan sayapnya ke industri pertelevisian. Maka, hal inilah yang menjadi faktor banyaknya bermunculan stasiun televisi. Banyaknya jumlah stasiun televisi, menyebabkan pertelevisian semakin kompetitif menyajikan program-programnya.

Televisi menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia, banyak orang yang menghabiskan waktunya lebih lama dengan pesawat televisi dibandingkan dengan waktu yang digunakan untuk mengobrol dengan keluarga atau pasangan mereka. Televisi menjadi cermin perilaku masyarakat dan televisi menjadi candu. Televisi membujuk kita untuk mengonsumsi lebih banyak dan lebih banyak lagi. Televisi memperlihatkan bagaimana kehidupan orang lain dan memberikan ide tentang bagaimana kita menjalani hidup ini. Ringkasnya televisi mampu memasuki relung-relung kehidupan kita lebih dari yang lain. (Mulyana, 2003:4)

Pengaruh televisi terhadap sistem komunikasi tidak lepas dari pengaruh terhadap aspek-aspek kehidupan pada umumnya. Bahwa televisi menimbulkan pengaruh terhadap kehidupan masyarakat Indonesia sudah banyak yang mengetahui dan merasakannya. Tetapi sejauh mana pengaruh yang positif dan sejauh mana pengaruh yang negatif belum diketahui banyak.

Menurut Prof Dr. R. Mar'at dari UNPAD mengatakan acara televisi umumnya mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi, dan perasaan para penonton, ini adalah hal yang wajar. Jadi bila ada hal-hal yang mengakibatkan penonton terharu, terpesona, atau latah bukanlah hal yang istimewa, sebab salah satu pengaruh psikologi dari televisi seakan-akan menghipnotis penonton

sehingga seolah-olah mereka hanyut dalam keterlibatan pada kisah atau peristiwa yang dihadirkan televisi. (Effendy, 2003: 191-192).

Kebutuhan penonton yang demikian besar menonton berbagai acara di stasiun televisi mendorong semua stasiun televisi berlomba-lomba menyuguhkan acara yang menarik. Hiburan-hiburan di televisi saat ini sangat beragam, mulai dari acara musik, film asing maupun lokal, sinetron, komedi, *talkshow*, *reality show* hingga kuis.

Program-program yang disajikan televisi memiliki banyak keanekaragaman, selain memberikan informasi, televisi juga memberikan hiburan bagi penontonnya. Program informasi misalnya, berita, *feature*, infotainment, dokumenter, dan *talkshow*, sedangkan program yang bersifat hiburan meliputi sinetron, quiz, game show, dan *reality show* (Morissan, 2009 : 208)

Diantara banyaknya tayangan hiburan untuk pemirsa di televisi, tayangan talkshow merupakan tayangan program yang banyak ditampilkan oleh stasiun televisi swasta. *Talkshow* saat ini sudah menjadi bagian dari kehidupan kita. Suka tidak suka, pasti kita akan tahu minimal pernah mendengarnya.

Hampir setiap harinya stasiun televisi baik stasiun swasta maupun televisi pemerintah selalu menayangkan *talkshow*, yaitu sebuah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipadu oleh seorang pembawa acara (*host*).

Pada umumnya masyarakat lebih tertarik bukan pada apa yang masyarakat lakukan pada media, tetapi kepada apa yang dilakukan media pada masyarakat

luas. Kita ingin tahu bukan untuk apa kita membaca surat kabar dan menonton televisi, tetapi bagaimana surat kabar dan televisi menambah pengetahuan, mengubah sikap atau menggerakkan perilaku kita. Inilah yang disebut efek komunikasi massa.

Dalam buku psikologi komunikasi Donald K. Robert beranggapan bahwa efek hanyalah “perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa. Tentu saja membatasi efek media massa”, baik yang berkaitan dengan pesan maupun dengan media itu sendiri. Menurut Steven M. Chaffee (dalam buku psikologi komunikasi) ini adalah pendekatan pertama dalam melihat efek media massa. Pendekatan kedua ialah melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa – penerimaan informasi. Perubahan sikap, dan perubahan perilaku atau dengan istilah lain, perubahan kognitif, afektif, behavioral. (Rakhmat, 2005: 214)

Pada efek kognitif terjadi bila ada perubahan yang terjadi pada apa yang diketahui, difahami, atau dipersepsikan khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi. Efek afektif timbul bila ada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap, atau nilai.

Pada penelitian ini penulis akan meneliti salah satu stasiun televisi swasta yaitu TRANS7, pada stasiun ini penulis sangat tertarik pada program *talkshow* “**Rumah Uya**” yang ditayangkan setiap hari senin sampai jum’at pukul 17:00 sampai 18:00 WIB, yang mana tayangan ini termasuk *Evening time* dalam

dayparting program televisi dan termasuk dalam kategori penonton kelas A, B, C, D, E yang dimana anak-anak, perempuan, semua umur/audien mulai besar.

Rumah Uya merupakan sebuah tayangan *talkshow*, tayangan ini di pandu oleh Uya Kuya. Masalah yang diangkat dalam program ini berasal dari para penontonnya, acara yang di angkat berupa kejadian yang tidak jauh dari kehidupan yang kita alami setiap harinya. Para penonton yang ingin dibantu oleh Uya Kuya dalam menyelesaikan masalahnya hanya cukup mengirimkan surat elektronik (e-mail) kepada tim produksi Rumah Uya, masalah yang diangkat tidak terfokus pada isu-isu tertentu. Biasanya Uya Kuya yang selalu ikut dalam penyortiran surat, memilih masalah-masalah yang sederhana. Bagaimana masalah yang sederhana tersebut diangkat dan diselesaikan dengan cara yang menyentuh menjadi tantangan baginya.

Genre dalam tayang ini yaitu Remaja (13+)¹, tetapi penonton yang didominasi dengan ibu-ibu berjilbab layaknya ibu-ibu pengajian didatangkan untuk menambah suasana terkesan meriah. Sehingga acara ini terkesan segmentasinya ibu-ibu, padahal narasumber yang selalu diundang kebanyakan anak-anak muda. Dalam segmentasi tersebut juga terdapat ustazah yang berada ditengah-tengah penonton, dalam acara tersebut ustazah berperan untuk memberi nasihat kepada bintang tamu.

Di dalam acara ini juga melihatkan seorang *host* lebih sebagai seorang provokator yang membuat konflik baru dan tidak menyelesaikan masalah. Dengan konsep tayangan seperti itu, sudah pasti tidak cocok dilihat oleh anak-

¹ https://id.m.wikipedia.org/wiki/Rumah_uya dikutip pada tanggal 27 Agustus 2016 pukul 21:16 WIB

anak. Tetapi di sini Rumah Uya tayang pada waktu dimana anak-anak sangat gemar menonton televisi pada waktu tersebut.

Program acara Rumah Uya memiliki dampak yang cukup besar apabila waktu tayangnya yang tetap pada sore hari. Program acara ini dapat merubah pola pikir pada anak-anak yang diperlihatkan masalah-masalah dalam program acara ini.

Para orang tua dapat melihat perubahan anak pada tumbuh kembangnya karena orang tua lah yang lebih tau perkembangan anak-anaknya di rumah. Program ini bisa menginspirasi ibu rumah tangga dan dapat mengetahui kondisi emosional anak-anak jaman sekarang dan bagaimana orang tua menyikapinya. Selain orang tua dapat mengetahui emosional anak-anak, orang tua juga dapat mengetahui masalah apa saja yang sering terjadi di kalangan anak muda.

Ibu rumah tangga memiliki keseharian yang lebih banyak di dalam rumah, dan biasanya televisilah yang menjadi andalan ibu rumah tangga untuk menghibur dan mendapatkan informasi. Sementara itu penelitian ini menggunakan ibu rumah tangga sebagai sampel karena komplek marinir RW 06 Depok merupakan salah satu komplek perumahan dengan lingkungan yang homogen, dimana diperumahan tersebut cenderung memiliki status sosial yang sama. Sehingga pola hubungan dan interaksi yang terbentuk dalam komplek marinir akan berbeda dengan masyarakat yang hidup di perumahan heterogen karena pola pikir dan pola didik yang di terapkan pun berbeda. Sehingga penelitian ini dianggap penting karena ingin melihat bagaimana persepsi ibu rumah tangga di komplek marinir Depok.

Tetapi tayangan Rumah Uya menggambarkan dengan tayangan yang heterogen dimana tayangan tersebut pesannya bersifat umum dengan menggambarkan berbagai macam konflik yang di tampilkan. Sehingga penulis ingin tahu bagaimana tayangan Rumah Uya di kompleks marinir RW 06 Depok.

Menurut *rating* dan *share* Audience Nilsen Measurement bulan Oktober 2016 menyebutkan untuk kategori *talkshow*, Rumah Uya memimpin dengan perolehan rating 2.2 dan share 11,9%.²

Sebelumnya telah dilakukan penelitian mengenai persepsi terhadap suatu program acara televisi. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang dimaksud:

1. Dhany Riyadi, 2012 (penyiaran) Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka dengan judul Persepsi Warga Swadarma Raya Kampung Baru RW 02 Kelurahan Ulujami Jakarta Selatan Terhadap Tayangan *Reality Show* Jika Aku Menjadi di Trans TV. Teori yang digunakan adalah Teori Kognisi dan Teori *Individual Difference*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan positif terhadap tayangan reality show jika aku menjadi di TRANS TV dilihat dari segi jenis kelamin, yaitu antara laki-laki dan perempuan bahwa tayangan *reality show* Jika Aku Menjadi di TRANS TV tidak signifikan (tidak berpengaruh), dan tidak menyebabkan timbulnya persepsi. Positif yang dimaksud adalah bahwa tayangan tersebut memang benar apa adanya tanpa melihat *scrip* atau sesuai dengan tealita yang terjadi.

² <https://www.instagram.com/p/BLOhIKuhd28/> diakses 22 Oktober 2016 pukul 21:23

2. Rahmat Riyanto, 2011 (penyiaran) Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka dengan judul Tingkat Kepercayaan Mahasiswa FISIP UHAMKA Terhadap Program Reality Show Uya Emang Kuya di SCTV. Teori yang digunakan Teori Kognisi, Teori Perbedaan Individu dan Teori Kategori Sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa FISIP UHAMKA mempercayai unsur-unsur dari tayangan Uya Emang Kuya dilihat dari jenis kelamin bahwa tayangan Uya Emang Kuya signifikan, sehingga perbedaan jenis kelamin menyebabkan perbedaan kepercayaan terhadap tayangan Uya Emang Kuya di SCTV.
3. Wika Triwulan, 2013 (broadcasting) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul Persepsi Ibu Rumah Tangga Rw 03 Kemandoran Jakarta Selatan Pada Program Titian Iman O Chanel. Teori yang digunakan persepsi dan S-O-R. Hasil penelitian menunjukkan “Persepsi Ibu Rumah Tangga Rw 003 Kemandoran Jakarta Selatan Yang Positif Pada Program Titian Iman O Chanel” berarti bahwa program Titian iman mendapatkan penilaian persepsi yang positif.
4. Yeni Prawesti, 2013 (broadcasting) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta. Judul Persepsi Ibu Rumah Tangga Warga Kampung Basmol Rt 009 Rw 012 Kelurahan Rawa Buaya Dalam Figur Waria di Televisi. Teori SOR, kesimpulan dari perhatian, penafsiran, pengetahuan dan persepsi ibu rumah tangga warga terhadap

figur waria di televisi sangat positif, hal ini terlihat dari presentase akumulasi persepsi ibu rumah tangga warga kampung basmol RT 009 RW 012 kelurahan rawa buaya dalam figur waria di televisi sebesar 96%.

Terdapat perbedaan dan kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, persamaan dari penelitian sebelumnya yaitu, pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif, teknik pengambilan data yang digunakan yaitu menggunakan teknik angket dan teori lainnya yang digunakan yaitu Persepsi dan Teori Kognitif. Penelitian ini meneliti tentang tayangan Rumah Uya di TRANS7, selain itu unit populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga kompleks marinir RW 06 Depok.

Berdasarkan penjelasan di atas dan referensi penelitian terdahulu, maka penulis tertarik untuk membahas tentang persepsi ibu rumah tangga kepada program *talkshow* Rumah Uya di TRANS7, penulis tertarik membahas hal tersebut karena program Rumah Uya ditayangkan di TRANS7 dan penulis ingin melihat bagaimana persepsi ibu rumah tangga kompleks Mariner RW 06 Depok terhadap tayangan Rumah Uya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Persepsi Ibu Rumah Tangga Komplek Mariner RW 06 Depok Terhadap Tayangan *Talkshow* Rumah Uya Di TRANS7”

1.3.Pembatasan Masalah

Untuk menghindari ruang lingkup yang terlalu luas sehingga menghasilkan uraian yang sistematis, maka peneliti membatasi masalah yang diteliti. Pembatasan masalah ditujukan agar ruang lingkup penelitian dapat lebih jelas, terarah sehingga tidak mengaburkan penelitian. Penelitian ini terfokus pada tayangan *talkshow* Rumah Uya di TRANS7 hanya melihat Persepsi ibu rumah tangga kompleks marinir RW 06 Depok terhadap tayangan *talkshow* Rumah Uya di TRANS7.

1.4.Tujuan Penelitian

Dilihat dari perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi ibu rumah tangga kompleks marinir RW 06 Depok terhadap tayangan Rumah Uya di TRANS7.

1.5. Signifikansi Penelitian

1.5.1. Signifikansi Akademis

Menurut penulis, penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi dan dokumentasi ilmiah untuk perkembangan ilmu pengetahuan terutama dalam bidang komunikasi, bagaimana mengeksplor ilmu sosial dalam membentuk karakter masyarakat dengan baik ditinjau dari tayangan yang bermoral demi terbentuknya generasi yang baik untuk negara Indonesia.

1.5.2. Signifikansi Metodologis

Secara metodologis, penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dimana pendekatan kuantitatif merupakan meneliti dengan cara obyektif sesuai dengan keadaan dilapangan.

1.5.3. Signifikansi Praktis

Penelitian ini dapat membawa wawasan baru khususnya bagi penulis maupun mahasiswa juga masyarakat tentang bagaimana persepsi ibu rumah tangga terhadap tayangan *talkshow*.

1.6. Sistematika Penulisan

Agar mudah dalam menyampaikan informasi dan pokok-pokok pikiran, penulis menyusun proposal skripsi ini secara sistematis yang dibagi dalam tiga (3) bab dengan susunan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini penulis menjelaskan meliputi latar belakang masalah, pembatasan dan perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II KERANGKA TEORI

Bab ini penulis menjelaskan paradigma positivisme, hakikat komunikasi, penyiaran, televisi, teori, hipotesis, penelitian, dan definisi konsep serta oprasionalisasi konsep

BAB III METODELOGI PENELITIAN

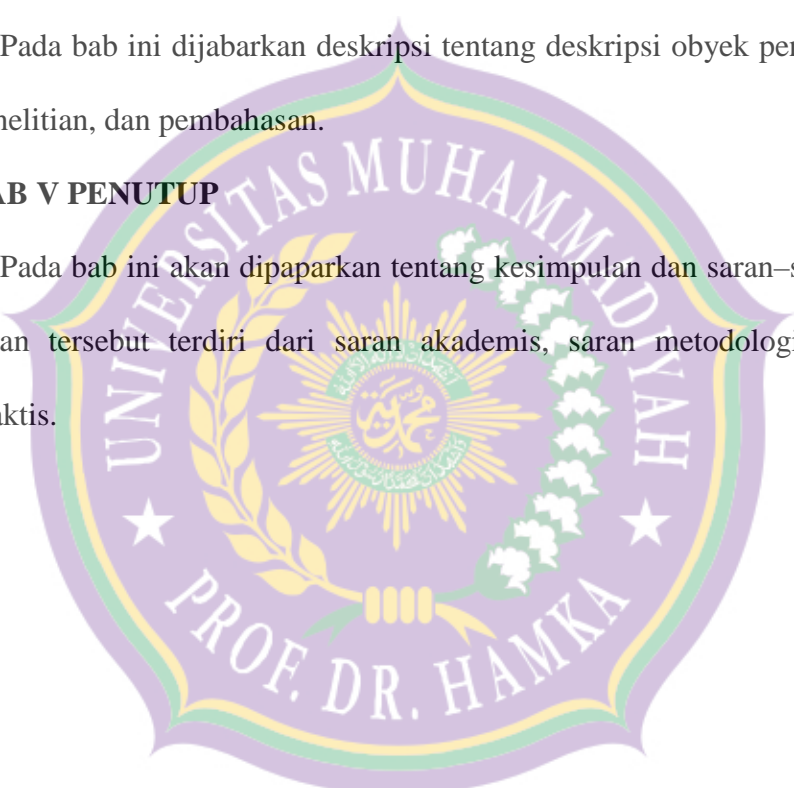
Bab ini berisi metodologi penelitian yang digunakan. Mencakup tentang pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dijabarkan deskripsi tentang deskripsi obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini akan dipaparkan tentang kesimpulan dan saran-saran. Saran-saran tersebut terdiri dari saran akademis, saran metodologis dan saran praktis.



DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Isbandi R. 1994. *Psikologi, pekerjaan sosial dan ilmu kesejahteraan sosial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ardianto, Elvinaro dan Lukiat Komala Erdinaya. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Baran, Stenly J, dan Davis, Denik K. 2010. *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- _____. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Hanurawan, Fattah. 2012. *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- Lutters, Elizabeth. 2004. *Kunci Sukses Menulis Skenario*. Jakarta : Grasindo.
- Muda, Deddy Iskandar. 2003. *Jurnalistik Televisi*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Margono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Martono, Nanang. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT Raja Grafindo
- Morissan dan Andy Corry. 2009. *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta : Ramdina Prakarsa.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Naratama. 2006. *Menjadi Sutradara Televisi*. Jakarta: Grasindo.
- Nurudin. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Prasetijo, Ristiyanti. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Rahman, Nurlina. 2015. *Sukses Menjadi Pewara/ MC*. Jakarta : Uhamka Press.

- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Romli, Asep Syamsul M. 2012. *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa.
- Salim, Agus. 2001. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta : Tiara Wacana
- Sendjaja, Djuarsa. 2002. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sunarjo, Djoenaesi. 1983. *Himpunan Istilah Komunikasi*. Yogyakarta: Liberty.
- _____. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta : Tiara Wacana
- Siregar, Ashadi. 2001. *Menyingkap Media Penyiaran Membaca Televisi Melihat Radio*. Yogyakarta : LP3Y
- Sudjana. 2005. *Metoda Statistika*. Bandung : Tarsito.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Taylor, Shelly E, dkk. 2009. *Psikologi Sosial edisi ke duabelas*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Vivian, Jhon. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Wahyudi, JB. 1994. *Dasar - Dasar Manajemen Penyiaran*. Jakarta : PT Gramedia.
- Wibowo, F. 2007. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher

Skripsi

- Dhany Riyadi. 2012. *Persepsi Warga Swadarma Raya Kampung Baru RW 02 Kelurahan Ulujami Jakarta Selatan Terhadap Tayangan Reality Show Jika Aku Menjadi di TRANS TV*. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.