



PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP TAYANGAN
INDONESIA'S NEXT TOP MODEL NET TV

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh

Nama: Khoridah Naziihah Yasfiyani

NIM: 1706015080

Peminatan: Penyiaran



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2021

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 : Khoridah Naziihah Yasfiyani
NIM : 1706015080
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Judul Skripsi : Persepsi Khalayak Terhadap Tayangan Indonesia's
Next Top Model NET TV

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut diatas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini 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 digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, September 2021

Yang Menyatakan



Khoridah Naziihah

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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Persepsi Khalayak Terhadap Tayangan
Indonesia's Next Top Model NET TV
Nama : Khoridah Naziihah Yasfiyani
NIM : 1706015080
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran

Telah diperiksa dan disetujui
untuk mengikuti ujian skripsi oleh:

Pembimbing I

Dr. Hendri Prasetya, M.Si.
Tanggal: 27/9/21

Pembimbing II



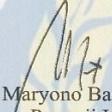
Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si.
Tanggal: 21 September 2021

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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Persepsi Khalayak Terhadap Tayangan
Indonesia's Next Top Model NET TV
Nama : Khoridah Naziihah Yasfiyani
NIM : 1706015080
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran

Telah dipertahankan di hadapan penguji
pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada
hari Jum'at, tanggal 3 Desember 2021, dan
dinyatakan LULUS.


Dr. Maryono Basuki, M.Si
Penguji I
Tanggal : 02 Januari 2022


Mukhlis Muhammad Maududi, S.H., M.H.
Penguji II
Tanggal : 21 Desember 2021


Dr. Hendri Prasetya, M.Si
Pembimbing I
Tanggal : 02 Januari 2022


Nurlina rahman, S.Pd., M.Si.
Pembimbing II
Tanggal : 02 Januari 2022

Mengetahui,
Dekan

Dra. Tellys Corliana, M.Hum

ABSTRAK

Judul Proposal: Persepi Khalayak Terhadap Tayangan Indonesia's Next Top Model NET TV

Nama : Khoridah Naziihah Yasfiyani

NIM : 1706015080

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Penyiaran

Halaman : 81 Halaman + xviii Halaman + 3 Bagan + 11 Tabel + 3 Lampiran

Televisi masih menjadi salah satu media hiburan bagi masyarakat Indonesia, Salah satu genre yang cukup banyak diminati oleh masyarakat adalah program acara ajang pencarian bakat. Pada tahun 2020 hadir di Indonesia program ajang pencarian bakat yang bernama *Indonesia's Next Top Model* yang tayang di NET TV, program tersebut banyak menarik perhatian khususnya dari para peminat dunia *fashion*. Fokus pada penelitian ini adalah bagaimana persepsi mahasiswa jurusan ilmu komunikasi dan mahasiswa jurusan *fashion design* terhadap tayangan *Indonesia's Next Top Model*.

Penelitian ini menggunakan teori kognitif – persepsi, teori ini menekankan proses berfikir sebagai dasar yang menentukan tingkah laku seseorang. Dalam penelitian ini mahasiswa jurusan Fashion design yang akan dilihat bagaimana proses berfikir terhadap tayangan *Indonesia's Next Top Model*.

Jenis penelitian adalah kuantitatif dengan metode penelitian survei. Teknik penarikan sampel menggunakan rumus Slovin, dengan populasi mahasiswa jurusan *Fashion Design* Politeknik Negeri Media Kreatif, Jakarta Selatan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa jurusan *Fashion Design* yang berkaitan dengan tayangan *Indonesia's Next Top Model* ini adalah netral cenderung baik. Responden menganggap tayangan ini merupakan program yang membahas tentang dunia mode.

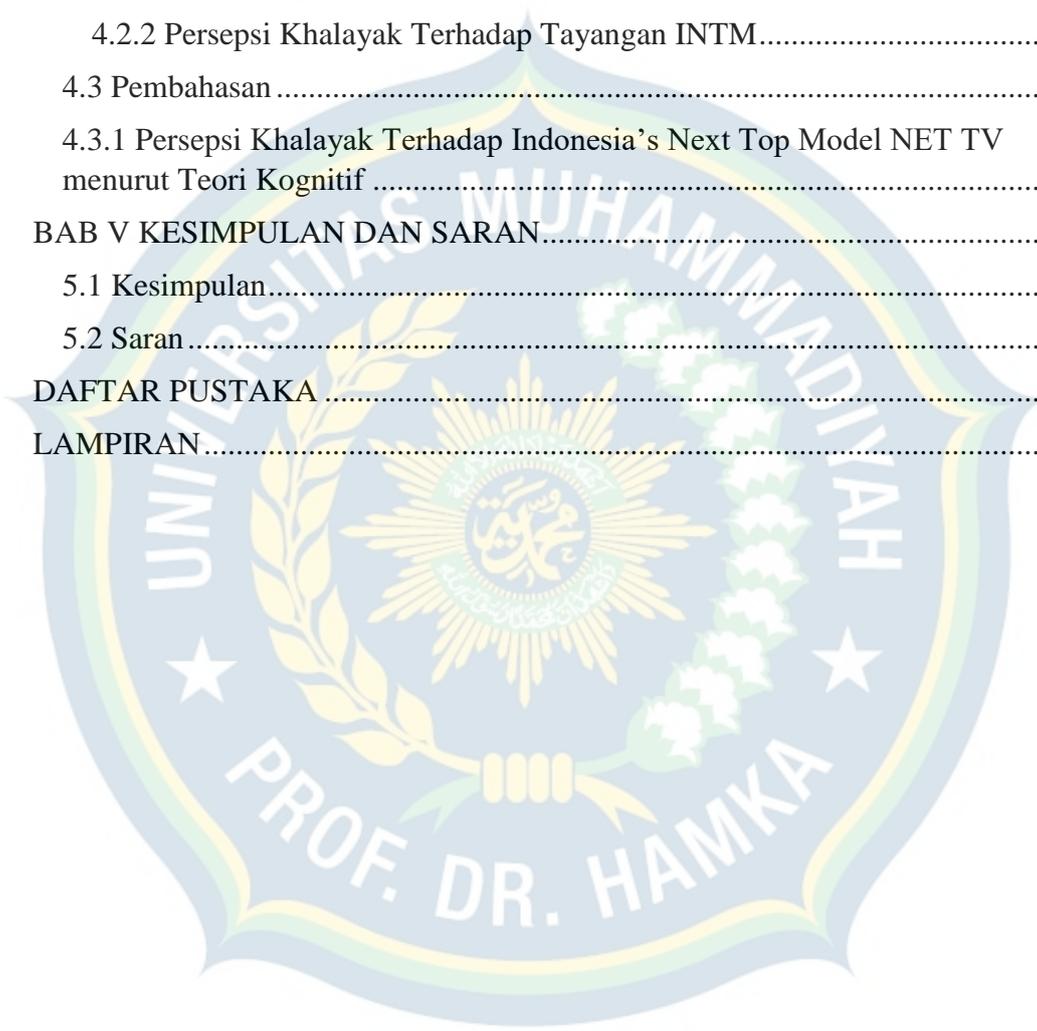
Kata Kunci: Persepsi, *Indonesia's Next Top Model*, Mahasiswa

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT	i.
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii.
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii.
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR BAGAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Signifikansi Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II KERANGKA TEORI	8
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	8
2.2 Paradigma Positivisme	11
2.3 Hakekat Komunikasi	12
2.3.2 Fungsi Komunikasi	13
2.3.3 Model Komunikasi	15
2.3.4 Elemen Komunikasi	16
2.3.5. Konteks Komunikasi	17
2.4 Penyiaran	19
2.4.1 Definisi Penyiaran	19
2.4.2 Sifat Penyiaran	20
2.4.3 Jenis Media Penyiaran	21
2.5 Komunikasi Massa	23
2.5.1 Pengertian Komunikasi Massa	23

2.5.2 Fungsi Komunikasi Massa.....	24
2.6 Televisi	26
2.6.1 Definisi Televisi.....	26
2.6.2 Fungsi Televisi.....	27
2.6.3 Karakteristik Televisi.....	27
2.7 Program Ajang Pencarian Bakat	28
2.8 Indonesia's Next Top Model.....	29
2.9 Persepsi.....	30
2.9.1 Pengertian Persepsi	30
2.9.2 Proses Terjadinya Persepsi	31
2.10 Khalayak.....	33
2.10.1 Definisi Khalayak	33
2.10.2 Jenis-Jenis Khalayak.....	34
2.11 Teori Kognitif.....	35
2.12 Definisi Konsep dan Operasional.....	36
2.12.1 Definisi Konsep	36
2.12.2 Operasional Konsep.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	38
3.1 Pendekatan, Metode Penelitian dan Jenis penelitian.....	39
3.1.1 Pendekatan Penelitian	39
3.1.2 Metode Penelitian	41
3.1.3 Jenis Penelitian	41
3.2 Populasi dan Sampel	42
3.2.1 Populasi.....	42
3.2.2 Sampel	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data	45
3.4 Instrumen Penelitian.....	45
3.4.1 Uji Instrumen Penelitian	46
3.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	47
3.5 Teknik Analisis Data	50
3.6 Bagan Alur Penelitian	51
3.7 Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian	52

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	53
4.1.1 Profil NET TV	53
4.1.2 Program Acara Indonesia's Next Top Model	54
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Profil Responden.....	55
4.2.2 Persepsi Khalayak Terhadap Tayangan INTM.....	56
4.3 Pembahasan	59
4.3.1 Persepsi Khalayak Terhadap Indonesia's Next Top Model NET TV menurut Teori Kognitif	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xvi



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Definisi Konsep.....	39
Tabel 3.1 Reability Statistics.....	48
Tabel 3.2 Case Processing Summary.....	48
Tabel 3.3 Corelations.....	49
Tabel 3.4 Case Processing Summary 2.....	50
Tabel 3.5 Uji Validitas 2.....	50
Tabel 3.6 Skala Likert.....	52
Tabel 3.7 Jadwal Penelitian.....	53
Tabel 4.1 Usia Responden.....	56
Tabel 4.2 Total Skor Item.....	57
Tabel 4.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo INTM.....	29
Gambar 3.1 Rumus Slovin.....	44
Gambar 4.1 Logo NET TV.....	51



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Model Komunikasi.....	15
Bagan 2.2 Proses Persepsi.....	31
Bagan 3.1 Alur Penelitian.....	49



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media massa televisi merupakan media massa yang sifatnya audio visual, artinya televisi menampilkan gambar dan mengeluarkan suara. Berbeda dengan media massa yang lain, yaitu radio yang hanya dapat mengeluarkan suara saja atau surat kabar yang hanya terdapat tulisan. Sehingga televisi memiliki daya tarik tersendiri karena melalui televisi, para pemirsa dapat menikmati kombinasi antara gambar hidup yang bergerak dan juga mengeluarkan suara seperti berhadapan langsung dengan objek yang ditayangkan (Ilham Zoebazary:2010). Karena itulah televisi masih digemari hingga saat ini oleh semua golongan, dari mulai anak-anak hingga orang dewasa.

Sebagai media massa, televisi memiliki beberapa fungsi, salah satunya adalah untuk memberi informasi kepada masyarakat, informasi ini dapat berasal dari dalam negeri maupun berasal dari luar negeri. Televisi juga dapat berfungsi sebagai sarana pendidikan, namun fungsi utama dari televisi adalah sebagai hiburan. Untuk mencapai fungsi utama tersebut, stasiun televisi membuat program acara, program acara yang dibuat harus dapat memberikan fungsi hiburan kepada penonton ataupun fungsi informasi, salah satu program acara yang digemari adalah program pencarian bakat. Salah satu program pencarian bakat yang sedang tayang saat ini di Indonesia adalah *Indonesia's Next Top Model* yang memiliki jadwal tayang di NET TV.

Indonesia's Next Top Model atau biasa disingkat INTM merupakan program ajang pencarian bakat di NET TV yang tayang perdana pada tanggal 23 November 2020¹. INTM merupakan program televisi bergenre ajang pencarian bakat di dunia modeling, para peserta akan bersaing untuk menampilkan bakat terbaik dan juga kemampuan yg dimiliki untuk mendapat gelar sebagai *Indonesia's Next Top Model* pertama dan memiliki kesempatan untuk memulai karir yang lebih baik di dunia modeling². Sama seperti ajang pencarian bakat pada umumnya, pada program pencarian bakat INTM ini ditekankan pada pencarian bakat-bakat di bidang hiburan dengan tambahan sentuhan top model di setiap tantangannya. Program INTM ini adalah putaran pertama yang tayang di Indonesia, berdasar pada lisensi *America's Next Top Model*, sehingga dapat dikatan sebagai suatu kemajaun di dunia *entertainment*.

Para peserta INTM merupakan wanita berusia 17-27 tahun yang memiliki tinggi badan minimal 168cm dan memiliki bakat dibidang *fashion modelling*. Setelah melewati fase pendaftaran, tak kurang dari 450 peserta yang terverifikasi dan memenuhi syarat. Setelah itu para peserta melakukan sesi wawancara virtual dan psikotes untuk memilih 16 peserta yang akan maju berkompetisi dan ditampilkan dilayar kaca Net TV. Berikut nama-nama 16 peserta *Indonesia's Next Top Model*: Esther Kian, Shania, Natalie Indirasvari, Ilmi Arsala, Flores Cantika, Eveline Effendi, Masyitah Arwin, Audrey Bianca,

¹ <https://investor.id/lifestyle/net-gelar-indonesias-next-top-model-2020> (diakses 15 Maret 2021 pukul 13:48 WIB)

² https://id.wikipedia.org/wiki/Indonesia%27s_Next_Top_Model (diakses 15 Maret 2021 pukul 13:50 WIB)

Maria Clafita, Wirda Sheren, Devina Bertha, Galatia Gea, Grace Savior, Danella Ilene, Ranti Kusuma, dan Yumi Kwandy. Acara ini dipandu oleh Luna Maya sebagai pembawa acara inti dan merangkap juga sebagai juri. Juri lainnya adalah Patricia Gouw, Panca Makmun dan Deddy Corbuzier. Para juri dan pembawa acara tersebut juga sudah disetujui oleh pihak *America's Next Top Model* sebagai pemilik lisensi³.

Tayangan INTM juga menampilkan kehidupan para peserta di rumah karantina yang penuh dengan drama persaingan para pesertanya. Para peserta wajib menjalani masa karantina di rumah yang sudah disediakan oleh tim Net TV, lalu menjalani tantangan yang diberikan. Tantangan tersebut berhubungan dengan dunia modeling sesuai konsep yang telah diberikan, tantangan yang diberikan berupa *photoshoot*, *catwalk runaway*, menjadi model untuk vt iklan ataupun menjadi pembawa acara televisi. *Photoshoot* yang dilakukan bukanlah *photoshoot* biasa melainkan *photoshoot* dengan tantangan yang lain, seperti berfoto dengan hewan ular atau melakukan *catwalk* di *runaway* yang telah dibasahi air terlebih dahulu. Setelah melakukan tantangan tersebut, peserta kemudian menjalani proses penjurian yang cukup ketat, foto yang telah mereka lakukan ketika *photoshoot* akan ditampilkan didepan para juri dan diberikan komentar atau pujian, pada saat ini tak jarang terjadi drama akibat perbedaan persepsi para juri terhadap satu peserta. Setelah penjurian, para peserta akan

³ <https://intm.netmedia.co.id/about> (diakses 15 Maret 2021 pukul 15.00)

melalui tahapan eliminasi, peserta yang menurut juri kurang baik atau potensinya menurun dari minggu sebelumnya akan tereliminasi.

Dalam tantangan yang diberikan tak jarang para peserta akan kedatangan juri tamu yang akan memandu dan memberikan komentar pada peserta untuk dapat melakukan *photoshoot* dengan lebih baik, juri tamu yang pernah datang diantaranya adalah Ayu Gani dan Ivan Gunawan.

Dapat dikatakan INTM merupakan program perpaduan antara pencarian bakat dengan *reality show*. Target penonton dari program ini adalah para remaja hingga dewasa usia 15-35 tahun, dimana pada usia tersebut para penonton memiliki persepsinya masing-masing terhadap suatu program televisi.

Menurut Jalaluddin Rakhmat, persepsi merupakan pengalaman seseorang tentang objek, peristiwa, atau hubungan yang didapat dengan cara menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Setiap khalayak manusia akan mempunyai persepsi berbeda dengan manusia yang lain terhadap tayangan yang ditonton. Persepsi adalah proses ketika individu memilih, mengorganisasikan kemudian menginterpretasikan bayangannya tentang dunia sekitar. Persepsi membuat setiap individu melihat dunia berkaitan dengan apa yang ia butuhkan, apa yang ia nilai dan apakah sama dengan keyakinan dan budayanya (Liliweri. 2011:153).

Apabila dikaitkan dengan dengan program *Indonesia's Next Top Model*, tentu setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda, apalagi acara ini pertama kali tayang di Indonesia dan merupakan pencarian bakat di dunia

modeling. Salah satu di antara banyaknya penonton yang sering menonton *Indonesia's Next Top Model* adalah merupakan mahasiswa jurusan *fashion design*. Maka peneliti ingin mengetahui apa persepsi dari mahasiswa jurusan yang berkaitan dengan program acara tersebut. Bagaimana para mahasiswa jurusan *fashion design* melihat tayangan INTM yang mana berkaitan dengan jurusannya ditayangkan di televisi.

Dari penjelasan latar belakang inilah, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian: **PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP TAYANGAN *INDONESIA'S NEXT TOP MODEL* NET TV.**

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana persepsi mahasiswa jurusan *fashion design* terhadap tayangan *Indonesia's Next Top Model*?

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan diatas agar pembahasan menjadi terarah dan tidak menyimpang, maka penulis membatasi masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada persepsi khalayak yang menonton *Indonesia's Next Top Model*.
2. Objek penelitian ini adalah tayangan *Indonesia's Next Top Model Net TV*.
3. Populasi yang akan digunakan adalah mahasiswa jurusan *Fashion Design* yang kampusnya berada di Jakarta Selatan.

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui persepsi mahasiswa jurusan fashion design terhadap tayangan *Indonesia's Next Top Model* yang tayang di Net TV.

1.5 Signifikansi Penelitian

1. Signifikansi Akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap perkembangan ilmu komunikasi, khususnya pada penelitian mengenai persepsi penonton televisi terutama yang menggunakan teori kognitif – persepsi dan kategori sosial.pada program acara *Indonesia's Next Top Model*.
2. Signifikansi Metodologi, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi para peneliti selanjutnya untuk memperkaya konsep dan teori yang akan digunakan. Khususnya penelitian dengan pendekatan kuantitatif.
3. Signifikansi Praktis, penelitian ini juga diharapkan dapat memberi masukan dan membuat mahasiswa sadar untuk tidak sekedar menonton televisi, namun lebih selektif dalam memilih program acara yang ditonton. Sekaligus agar menciptakan program acara yang berkualitas dan bermutu, tidak hanya sekedar mengejar rating dan *share*.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menggunakan sistematika penulisan yang tersusun dari lima bab sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini akan membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian dan sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan proposal skripsi.

Bab II Kerangka Teori

Bab ini akan memaparkan berbagai dasar teori yang mendukung dan mendasari penulisan proposal skripsi ini. Teori-teori yang digunakan adalah teori yang berhubungan dan mendukung dalam penulisan proposal skripsi.

Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini akan membahas mengenai Langkah-langkah atau tahapan yang dilakukan selama proses penulisan skripsi dan Teknik yang digunakan.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini membahas hasil penelitian yang telah dilakukan, mulai dari hasil kuesioner, penghitungan hingga pembahasan yang berkaitan dengan teori yang digunakan.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini akan diberikan kesimpulan dari seluruh penelitian yang telah dilaksanakan dan juga saran untuk para pembaca maupun penulis selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Alo, Liliweri. (2011). *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta. Kencana
- Ardianto, Elvinaro. (2005). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta.
Simbiosa
- Brent D, Ruben., & Lea p Stewart. (2006). *Communication and Human Behavior*.
United States. Allyn and Bacon
- Cangara, Prof. Dr. H. Harfied. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. Raja
Grafindo
- Djamal, Hidajanto, & Andi Fachruddin. (2011). *Dasar-Dasar penyiaran: Sejarah,
Organisasi, Operasional, dan Regulasi: Edisi 2*. Jakarta. Kencana
- Jalaluddin, Rakhmat. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Bandung. PT Remaja
Rosdakarya
- J.B, Wahyudi. (1994). *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*. Jakarta. Gramedia
Pustaka Utama
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana
Prenada Media Group.
- M.A, Morissa. (2008). *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta. Kencana Prenada
Media Gruop

Mufid, Muhammad. (2005). *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*. Jakarta. Kencana
Prenada Media Group

Muhammad, Arni. (1989). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta. Bumi Aksara

Mulyana, Deddy. (2016). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung. PT.
Remaja Rosdakarya

Priyono, MM. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya. Zifatama
Publishing

Syahrum, dan Salim. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung.
Citrapustaka Media.

Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. Grasindo

Zoebary, Ilham. (2010). *Kamus Istilah Televisi & Film*. Jakarta. PT. Gramedia
Pustaka Utama

JURNAL:

Muslim, (2015) “Varian-varian Paradigma, Pendekatan, Metode, dan Jenis
Penelitian dalam Ilmu Komunikasi” *wahana*, Vol. 1, No. 10, ISSN 0853-
5876

Rosyidamayani T., (2016) “Program Pencarian Bakat Anak oleh Televisi”
Pancaran, Vol. 5 No. 4, hal 245-258

Qudratullah, (2016) “Peran dan Fungsi Komunikasi Massa” *Jurnal Tabligh*. No.
41-46

Eni Dwi Mayasari, (2017) “Persepsi penonton Remaja Kota Samarinda Terhadap Program Ini Talkshow di NET TV” eJournal Komunikasi, Volume 6, Nomor 2

