

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

Teori merupakan tujuan utama ilmu, yaitu penjelasan gejala dan alam secara cermat sehingga kita dapat melakukan prediksi. Bila penjelasan ini telah diuji berkali-kali dan terbukti benar, penjelasan ini dinamakan teori. Karena itu, Kerlinger menyebutkan bahwa tujuan utama ilmu sebenarnya teori. "Teori adalah himpunan konstruk (konsep), definisi, dan proposisi yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala dengan menjabarkan relasi di antara variabel, untuk menjelaskan dan meramalkan gejala tersebut."¹⁴

1. Teori AIDDA

Dalam komunikasi, peran komunikator sebagai penyampai pesan berperan penting. Strategi komunikasi yang dilakukan harus luwes sehingga komunikator sebagai pelaksana dapat segera mengadakan perubahan apabila ada suatu faktor yang mempengaruhi. Suatu pengaruh yang menghambat komunikasi bisa datang sewaktu-waktu, lebih lagi jika komunikasi dilangsungkan melalui media massa. Faktor-faktor yang berpengaruh bisa terdapat pada komponen komunikasi, sehingga efek yang diharapkan tak kunjung tercapai.

Onong Effendy dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi menyebutkan bahwa para ahli komunikasi cenderung untuk sama-sama berpendapat bahwa dalam melancarkan komunikasi lebih baik menggunakan pendekatan apa yang disebut *A-A Procedure* atau *from attention to Action Procedure*. *A-A Procedure* ini sebenarnya penyederhanaan dari suatu proses yang disingkat AIDDA.¹⁵ Seorang komunikator akan mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan

¹⁴Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya. 2012), Hal 6.

¹⁵Effendy, *Ilmu Teori & Filsafat Komunikasi*, (Bandung, PT Citra Aditya Bakti, 2000), Hal 304.

sikap, pendapat dan tingkah laku komunikasi melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya atau pihak komunikan merasa adanya kesamaan antara komunikator dengannya, sehingga dengan demikian komunikan bersedia untuk taat pada pesan yang dikomunikasikan oleh komunikator. Sikap komunikator yang berusaha menyamakan diri dengan komunikan ini akan menimbulkan simpati komunikan dengan komunikator.

Proses pentahapan komunikasi ini mengandung maksud bahwa komunikasi sehendaknya dimulai dengan membangkitkan perhatian (*attention*) sebagai awal suksesnya komunikasi. Apabila perhatian komunikasi telah terbangkitkan, hendaknya disusul dengan upaya menumbuhkan minat (*interest*), yang merupakan derajat yang lebih tinggi dari perhatian. Minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator. Hanya ada hasrat saja pada diri komunikan, bagi komunikator belum berarti apa-apa, sebab harus dilanjutkan dengan datangnya keputusan (*decision*), yakni keputusan untuk melakukan tindakan (*action*) sebagaimana diharapkan komunikator.¹⁶

Inti dari model teori AIDDA adalah rangkaian proses menyusun panyampaian pesan yang mampu membangkitkan, menggugah rasa tertarik khalayak sehingga timbul keinginan untuk membeli hingga tindakan membeli atau sama seperti melakukan apa yang pada awalnya akan kita lakukan.

2. Pengaruh

a. Definisi Pengaruh

Pengaruh menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah dayayang ada dan timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Pengaruh

¹⁶Effendy, "*Ilmu Teori & Filsafat Komunikasi*", (Bandung, PT Citra Aditya Bakti, 2000) Hal 305.

adalah suatu keadaan ada hubungan timbal balik, atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang di pengaruhi.

Menurut Stuart pengaruh atau efek yaitu perbedaan antara apa saja yang difikirkan, dirasakan, dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.¹⁷ Pengaruh media massa merupakan untuk menimbulkan perubahan kognitif diantara individu-individu.¹⁸ Pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku. Pada tingkat pengetahuan pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi dan perubahan pendapat.

b. Pengaruh dibagi menjadi tiga bagian yaitu:

- 1) *Cognitive effect* (efek kognitif), efek ini terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dipersepsi oleh komunikator.
- 2) *Effective effect*, efek ini timbul apabila ada yang dirasakan, disenangi, dibenci oleh komunikan, efek ini berhubungan dengan emosi, sikap, nilai.
- 3) *Psychomotor effect* (efek psikomotor), efek ini merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku

3. Komunikasi Massa

a. Defenisi Komunikasi Massa

Pada masa sekarang ini kita tidak dapat bisa lagi menyamakan "komunikasi massa" atau "media massa" dengan "jurnalisme" dalam menyebut media selain koran dan majalah. Tentu saja setiap komunikasi membutuhkan medium atau saran pengirim pesan seperti kolom di koran atau gelombang siara. Namun komunikasi massa merujuk keseluruhannya institusinya yang merupakan pembawa pesan (koran, majalah, stasiun pemancar) yang mampu menyampaikan pesan-pesan kejutaan orang nyaris serentak. Sebagai pranata sosial,

¹⁷ Cangara, Hafied. *pengantar ilmu komunikasi*(Jakarta:Raja Grafindo,2000), Hal 184

¹⁸ Dedy Mulyana,*Ilmu Komunukasi Suatu Pengantar*(Bandung:Rosda Karya:2000), Hal



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keberadaannya tidak hanya membuahkan manfaat namun jua masalah: kontrol, pembatasan pemerintah, sarana penunjang ekonomi. Oleh sebab itu komunikasi massa dapat diartika dalam dua cara, yakni, pertama, komunikasi oleh media, dan kedua, komunikasi untuk massa. Namun ini tidak berarti komunikasi massa adalah komunikasi untuksetiap orang. Media tetap cenderung memilih khalayak, dan demikian pula sebaliknya khalayak pun memilih-milih media.¹⁹

Istilah komunikasi atau dala bahasa nggris *communication* berasal dari bahasa latin : *communication* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini adalah sama maknanya.²⁰

Begitu banyak defenisi Komunikasi Massa yang telah dikemukakan para ahli komunikasi. Banyak ragam dan titik tekan yang dikemukakannya. Namun, dari sekian banyak defenisi itu ada benang merah kesamaan defenisi atau sama lain. pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab, awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengmbangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Lalu media massa itu apa? Media massa (atau saluran) yang dihasilkan oleh tekhnologi modern. Hal ini perlu ditekankan sebab ada media yang bukan media massa yakni media tradisional seperti kentongan, angklung, gamelan, dan lain-lain. Jadi, di jelas media massa menunjuk pada hasil produk tekhnologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa.²¹

b. Ciri-ciri Komunikasi Massa

Ada beberapa ciri-ciri komunikasi massa:

1) Komunikasi dalam Komunikasi Massa Melembaga

¹⁹Rivers dkk. *Media Massa & Masyarakat Modern*, (Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2008),Hal 18.

²⁰Efendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*,(Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1987), Hal 9.

²¹Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa, Jakarta*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada)Hal 2007, 3-4.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Komunikator dalam komunikasi massa bukan satu orang, tetapi kumpulan orang. Artinya, gabungan antarberbagai macam unsur dan bekerja satu sama lain dalam sebuah lembaga.

2) Komunikasi dalam Komunikasi Massa Bersifat Heterogen

Disini mengapa di katakan heterogen karna penonton televisi yang beragam pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial ekonomi, memiliki jabatan yang beragam, dan memiliki agama dan kepercayaan yang beragam pula.

3) Pesannya bersifat umum

Pesan-pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa tidak ditujukan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu. Dengan kata lain, pesan-pesannya ditujukan pada khalayak yang plural.

4) Komunikasinya berlangsung Satu Arah

Pada komunikasi massa hanya terjadi komunikasi satu arah saja karna tidak adanya timbal balik komunikasi yang terjadi.

5) Komunikasi Massa Menimbulkan Keserempakan

Ketika kita sedang menonton suatu tayangan di televisi tanpa kita sadari jutaan orang lain sedang menonton tayangan yang sama.

6) Komunikasi Massa mengadakan Peralatan Teknis

Media massa yang akan menyampaikan pesan kepada *khalayak* sangat membutuhkan bantuan peralatan teknis seperti misalnya pemancar untuk media elektronik (mekanik atau elektronik).

7) Komunikasi Massa Dikontrol oleh *Gatekeeper*

Gatekeeper atau yang sering disebut penapis informasi/palang pintu/penjaga gawang, adalah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa.

c. Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Cangara, komunikasi tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita atau pesan, tetapi juga sebagai kegiatan individu dan

kelompok mengenai pertukaran data, fakta, dan ide. Komunikasi massa dapat berfungsi sebagai :²²

- 1) Informasi, yaitu kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, fakta, opini, pesan, komentar, sehingga orang bisa mengetahui, keadaan yang sebenarnya.
- 2) Sosialisasi, yakni menyediakan dan mengajarkan ilmu pengetahuan bagaimana orang bersikap sesuai dengan nilai-nilai yang ada, serta bertindak sebagai anggota masyarakat secara efektif.
- 3) Motivasi, mendorong orang untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang mereka baca, lihat, dengar, melalui media massa.
- 4) Bahan diskusi, yaitu menyediakan informasi untuk mencapai persetujuan dalam hal perbedaan pendapat mengenai hal-hal yang menyangkut orang banyak.
- 5) Pendidikan, yaitu dengan menyajikan informasi yang mengandung nilai edukasi, sehingga membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara informal.
- 6) Memajukan kebudayaan, media massa menyebarluaskan hasil-hasil kebudayaan melalui pertukaran siaran radio televisi, atau media cetak. Pertukaran ini memungkinkan peningkatan daya kreativitas guna memajukan kebudayaan nasional masing-masing negara, serta memperkuat kerjasama masing-masing negara.
- 7) Hiburan, media massa adalah sarana yang banyak menyita waktu luang semua golongan usia, dengan difungsikannya sebagai alat hiburan dalam rumah tangga. Sifat estetikanya dituangkan dalam bentuk lagu, lirik, bunyi, gambar, dan bahasa, membawa orang pada situasi menikmati hiburan seperti halnya hiburan lain.

4. Tayangan Televisi

Dimasa sekarang ini siapa yang tidak memiliki sebuah televisi dirumahnya, bahkan televisi telah menjadi barang wajib yang harus

²² Fatwa Gunawan Putra, *Tayangan Bioskop Trans TV dan Minat Menonton Film* (Studi Korelasional Tentang Pengaruh Tayangan Bioskop Trans TV Terhadap Minat Menonton Film Dikalangan Mahasiswa USU, 2008), Hal 41

dimiliki setiap rumah karna demi memenuhi kebutuhan kita akan pengetahuan, informasi, dan juga sebuah hiburan. Televisi merupakan salah satu media dalam komunikasi, dari semua media komunikasi yang ada, televisi lah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia.²³

Televisi juga merupakan media dari jaringan komunikasi yang memiliki ciri-ciri berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, esaya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keseremakan dan komunikannya bersifat heterogen. Televisi yang merupakan paduan audio dari segi penyiaran dan video dari segi gambar Bergeraknya. Suatu program televisi, dapat dilihat dan didengar oleh para pemirsa karena ditransmisikan pemancar.

Televisi yang menjadi media komunikasi massa, secara umum memiliki lima fungsi utama, yaitu:

- a. Pendidikan,
- b. Hiburan,
- c. Penerangan/Informasi,
- d. Iklan, dan
- e. Seleksi

Secara umum sebuah program tayanan televisi di bagi menjadi dua golongan yang sangat penting dan berpangurh bagi sebuah media dalam menayangkan programnya, yaitu:

1) Siaran berita

Siaran berita ini sangat beritik tumou pada pengertian berita. Bila kta berbicara tentang berita berarti harus mengandung unsur aktual atau baru yang berarti ketepatan, faktual atau fakta/kenyataan yang berarti tidak bohong, dan juga penting sekaligus menarik.

2) Siaran non berita

Pada siaran non berita biasanya siaran yang sama sekali tida memiliki unsur politik dan strategis. Disini yang di utamakan adalah

²³Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta, PT Prenada Media Group, 1997), Hal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



kepuasan penonton dan keindahan sebuah karya, boleh tidak faktual yang artinya di siaran ini diperbolehkan menayangkan sesuatu yang tidak masuk akal. Sandiwara, musik, acara-acara yang tidak mengandung nilai politik, dan siaran iklan.

Siaran televisi dibagi menjadi dua bagian yaitu pertama pendekatan Artistik yaitu merupakan pendekatan yang mempunyai nilai keindahan dan siarannya tidak terikat waktu. Kedua Pendekatan Jurnalistik yaitu merupakan siaran Kata yang mempunyai keterikatan waktu dan mempunyai nilai Aktual dan Faktual.²⁴

Adapun fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya (surat kabar dan radio siaran), yakni memberi informasi, mendidik, menghibur dan membujuk. Tetapi fungsi menghibur lebih dominan pada media televisi sebagaimana hasil penelitian-penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNPAD, yang menyatakan bahwa pada umumnya tujuan utama khalayak menonton televisi adalah untuk memperoleh hiburan, selanjutnya untuk memperoleh informasi.²⁵

Tayangan televisi dapat diartikan sebagai adanya suatu pertunjukan acara yang ditampilkan atau disiarkan melalui media massa televisi. Tayangan tersebut bisa bersifat hiburan, informasi, ataupun edukasi seperti tayangan mengenai pendidikan. Dalam kehidupan sehari-hari kita sering memperoleh berbagai pengalaman. Hal ini dikarenakan terintegrasinya kelima indera yang dimiliki, tetapi dalam kaitannya terhadap peningkatan pengetahuan, suatu tayangan televisi hendaknya memperhatikan beberapa hal, antara lain:²⁶

- a) Frekuensi menonton. Melalui frekuensi menonton audiens, dapat dilihat pengaruh tayangan terhadap pengetahuan audiens.

²⁴Rachman, "Dasar-dasar Penyiaran", (Pekanbaru: CV Witrairzani Pekanbaru, 2010), Hal 12.

²⁵Ardianto dkk, "Komunikasi Massa", (Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2007), Hal 137.

²⁶Fatwa Gunawan Putra, "Tayangan Bioskop Trans TV dan Minat Menonton Film". (Skripsi Program Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Sumatra Utara, Sumatra Utara, 2008), 22.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b) Waktu penayangan. Apakah waktu penayangan suatu acara sudah tepat atau sesuai dengan sasaran komunikasi yang dituju. Misalnya tayangan yang dikhususkan bagi pelajar, hendaknya ditayangkan pada jam setelah kegiatan belajar disekolah usai.
- c) Kemasan acara. Agar mampu menarik perhatian pemirsa yang menjadi sasaran audiensnya, suatu tayangan harus dikemas atau ditampilkan secara menarik.
- d) Pemahaman pesan. Apakah audiens dapat mengerti dan memahami setiap materi atau pesan yang disampaikan oleh suatu tayangan.

Televisi sangat mempunyai pengaruh yang besar bagi penontonnya, menurut Stuart pengaruh atau efek yaitu perbedaan antara apa yang difikirkan, dirasakan, dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh dalam tinjauan psikologi adalah daya yang ada atau timbul dari (sesuatu orang, atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang,²⁷ saat sekarang ini penyebaran informasi dan pengiriman pesan-pesan sudah semakin mudah yaitu salah satunya dengan pesawat televisi. Jadi dalam hal ini, tidak dapat dipungkiri lagi bahwasanya televisi merupakan gudang informasi dan sesuatu wadah tempat pembelajaran bagi manusia yang juga penanaman nilai yang terus menerus.

5. Film

Film dapat disebut sebagai *movie*, *gambar hidup*, *film teater* atau *foto bergerak*, merupakan serangkaian gambar diam, yang ketika ditampilkan pada layar akan menciptakan ilusi gambar bergerak karena efek *Fenomena Phi*. Ilusi optik ini memaksa penonton untuk melihat gerakan berkelanjutan antar objek yang berbeda secara cepat dan berturut-turut. Proses pembuatan film merupakan gabungan dari seni dan industri. Sebuah film dapat dibuat dengan memotret adegan sungguhan dengan kamera film; memotret gambar atau model miniatur menggunakan teknik

²⁷Tamrin, "Komunikasi Dampak dan Problematika", (Pekanbaru, PT Ikis Printing cemerlang, 2009), Hlm 84.

animasi tradisional; dengan CGI dan animasi komputer; atau dengan kombinasi beberapa teknik yang ada dan efek visual lainnya.²⁸

Film merupakan sebuah media komunikasi massa yang sangat penting untuk mengkomunikasikan tentang suatu realita yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari, film memiliki realitas yang sangat kuat salah satunya menceritakan tentang realitas masyarakat. Film merupakan gambar yang bergerak (*Moving Picture*). Menurut film diartikan sebagai hasil budaya dan alat ekspresi kesenia. Film sebagai komunikasi massa merupakan gabungan dari berbagai teknologi seperti fotografi dan rekaman suara, kesenian baik seni rupa dan seni teater sastra dan arsitektur serta seni musik.²⁹ Tumbuh dan berkembangnya film sangat bergantung pada teknologi dan paduan unsur seni sehingga menghasilkan film yang berkualitas.³⁰ Di dalam sebuah film terdapat beberapa unsur seperti;

- a. Judul, yaitu nama yang dipakai untuk suatu produk perfilman, identitas atau cermin dari jiwa seluruh karya tulis, bersifat menjelaskan dan yang menarik perhatian yaitu adakalanya menentukan suatu wilayah (lokasi).
- b. Tema, merupakan salah satu unsur yang sangat penting di dalam sebuah cerita. Tema berkaitan erat dengan fokus atau pun dasar yang dipakai oleh pengarang untuk mengembangkan sebuah cerita.
- c. Alur, adalah urutan peristiwa dalam sebuah cerita yang sambung menyambung berdasarkan hubungan sebab-akibat. Pemahaman alur akan memudahkan setiap penonton memahami peristiwa dalam sebuah cerita.
- d. Pemeran Utama yang merupakan faktor penarik dalam sebuah karya film, pemeran sering disebut sebagai aktor (pria) atau aktris (wanita) adalah orang yang memainkan peran tertentu dalam suatu aksi

²⁸Wikipedia, "*Pengertian Film*", Dalam <https://id.m.wikipedia.org/wiki/film>, (Diakses 04 Februari 2017)

²⁹Effendy, Onong Uchjana. *Televisi Siaran, Teori dan Prakte*, (Bandung, Alumni, 1986), 239.

³⁰McQuail. "*Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*" (Jakarta: Erlangga, 1997), Hal 110.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

panggung, acara televisi atau film. Biasanya pemeran adalah orang yang dididik atau dilatih secara khusus untuk melakukan sandiwara melalui suatu kursus atau sekolah, atau berpura-pura memerankan suatu tokoh sehingga tampak seperti tokoh sungguhan.

Menurut Kridalaksana film adalah :

- a. Lembaran tipis, bening, mudah lentur yang dilapisi dengan lapisan antihalo, dipergunakan untuk keperluan fotografi.
- b. alat media massa yang mempunyai sifat lihat dengar (audio-visual) dan dapat mencapai khalayak yang banyak.

6. Minat

a. Defenisi Minat

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, ataupun keinginan.³¹ Menurut Slemeto minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh.³² Minat pada dasarnya adalah ketertarikan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri, semakin kuat atau dekat hubungan tersebut maka semakin besar minat pada sesuatu.³³

Minat menurut Cangara berarti perhatian, rasa suka/senang, rasa tertarik atau hasrat terhadap suatu keinginan.³⁴ Menurut Effendy minat adalah kelanjutan perhatian yang merupakan titik tolak timbulnya hasrat untuk melakukan tindakan yang diharapkan.³⁵ Minat

³¹Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1994), Hal 656.

³²Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1995), Hal 180.

³³Djamar, *Strategi Belajar Mengajar*, (Jakarta: Rineka cipta, 2002),Hal 157.

³⁴Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), Hal 65.

³⁵Effendy, *"Ilmu Teori & Filsafat Komunikasi"*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2000), Hal 103.

ialah suatu keadaan dalam diri Individu yang mampu mendorong mereka untuk cenderung mencari objek yang disenangi tersebut.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Minat dapat didefinisikan secara sederhana yaitu kecenderungan individu untuk memusatkan perhatian rasa lebih suka dan rasa ketertarikan terhadap suatu objek atau situasi tertentu. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat menurut Muhammad Surya yaitu sebagai berikut:³⁶

- 1) Faktor yang bersumber pada individu itu sendiri.
- 2) Mempunyai tujuan yang jelas, jika tujuannya tidak jelas maka seseorang cenderung kurang menaruh minat terhadap sesuatu yang akan dilakukannya.
- 3) Bermanfaat atau tidaknya sesuatu yang akan dilakukan atau di kerjakan oleh suatu individu. Apabila kegiatan itu kurang dirasakan bermanfaat bagi perkembangan dirinya, seseorang cenderung untuk menghindari.
- 4) Faktor keluarga juga berpengaruh dalam perkembangan minat seseorang, karna di dalam sebuah keluarga seseorang akan banyak menghabiskan waktunya dan disanalah mulai timbulnya sebuah minat yang sesuai dengan keinginan yang ada di dalam hatinya.
- 5) Lingkungan masyarakat juga ikut berperan atas timbulnya suatu minat seseorang.

c. Jenis-Jenis Minat

Sukardi dalam bukunya mengklasifikasikan minat kedalam 10 jenis atau kelompok, yaitu:³⁷

- 1) Minat terhadap alam sekitar, yaitu yang berhubungan dengan alam, binatang dan tumbuhan.

³⁶Muhammad Surya, *Dalam Proses Belajar Mengajar*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1999), Hal 22

³⁷Sukardi Dewa Ketut, *Bimbingan dan Konseling*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1988), Hal 238-239.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Minat mekanis, yaitu minat terhadap pekerjaan yang berhubungan dengan mesin seperti alat teknik.
- 3) Minat hitung menghitung, yaitu minat yang berhubungan dengan jabatan yang menumbuhkan perhitungan.
- 4) Minat terhadap ilmu pengetahuan yaitu minat untuk menumbuhkan fakta-fakta baru dan pemecahan masalah.
- 5) Minat persuasif, yaitu pada pekerjaan yang berhubungan untuk memengaruhi orang lain.
- 6) Minat seni, yaitu minat terhadap kesenian, keajinan dan kreasi tangan.
- 7) Minat musikal, yaitu minat yang berhubungan dengan dunia musik.
- 8) Minat pada pekerjaan, pada akhir masa remaja, minat pada karir sering kali menjadi sumber pikiran, karena pada saat remaja belajar membedakan antara pilihan pekerjaan yang lebih disukai dan pekerjaan yang dicita-citakan.
- 9) Minat pada agama, remaja masa kini kurang menaruh minat pada agama, mereka menganggap minat kepada agama terlalu mengekang kehidupannya, tapi banyak juga yang masih menganggap bahwa agama itu penting bagi kehidupan. Minat pada agama tampak dengan membahas masalah-masalah agama, mengikuti pelajaran agama sekolah dan perguruan tinggi, menjunjung mesjid maupun tempat ibadah masing-masing dan mengikuti berbagai upacara keagamaan.
- 10) Minat pada status dan simbol, status sosial merupakan simbol prestise yang menunjukkan bahwa orang yang memilikinya lebih tinggi akan mempengaruhi status sosial yang lebih tinggi pula dalam kelompoknya.

d. Unsur-Unsur yang Menimbulkan Suatu Minat

1) Perasaan senang

Antara minat dan perasaan senang terdapat timbal balik, sehingga tidak mengherankan kalau peserta didik yang berperasaan tidak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

senang juga akan kurang berminat dalam mengikuti pelajaran begit juga sebaliknya.³⁸

2) Perhatian

Menurut Wasty Sumanto, perhatian adalah “pemusatan tenaga atau kekuatan jiwa tertuju pada suatu objek, atau pendayagunaan kesadaran untuk menyertai suatu aktifitas”.³⁹ Tingkat yang lebih tinggi dari menaruh perhatian adalah menaruh minat. Orang tidak lagi hanya bersedia untuk mendengarkan sesuatu, tetap ia juga bersedia untuk memberi tanggapan mengenai apa yang didengarnya.⁴⁰

3) Motif

Menurut Sumadi Suryabrata, motif adalah “keadaan dalam pribadi orang yang mendorong individu untuk melakukan aktifitas-aktifitas tertentu guna mencapai tujuan”.⁴¹

4) Perasaan tertarik

Kurt Singer mengatakan bahwa “sejak semula dunia ini menunjukkan suatu karakter yang bersifat mengajak bagi seorang anak. Artinya dunia ini memperlihatkan dirinya dengan cara yang menarik dan memikat”.⁴²

Dari setiap point-point yang telah di sampaikan di atas banyak para ahli yang telah menyampaikan beragam pengertian minat. Apabila dikaitkan dengan penelitian ini maka minat adalah sikap yang timbul dari dalam diri pemirsa setelah menonton beberapa film dari tayangan *Big Movies GlobalTV* tersebut. Jadi, minat adalah suatu kemauan yang

³⁸Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1995), Hal 180.

³⁹Wasty Sumanto, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), Hal 32.

⁴⁰Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1995), Hal 106.

⁴¹Sumadi Suryabrata, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), Hal 70.

⁴²Kurt Singer, *Membina Hasrat Belajar di Sekolah*, Terj. Bergman Sitorus, (Bandung: CV Remaja Karya, 1987), Hal 79.

B. Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu yang relevan sangat penting sebagai dasar pikiran dalam rangka penyusunan penelitian ini. Kegunaannya adalah untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu sekaligus sebagai perbandingan dan gambaran yang dapat mendukung kegiatan penelitian berikutnya. Adapun kajian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Vemi Jumiartika,⁴⁵ dengan judul “Pengaruh Tayangan *Talkshow* “Sarah Sechan” di Net. TV Terhadap Minat Menonton (Studi pada Mahasiswa

didorong dengan kekuatan dari dalam yang mempunyai tujuan tertentu dan berlangsung secara tidak sadar.⁴³

e. Cara Menentukan Minat Seseorang

Menurut Carl Safiran dalam Dewa Ketut Sukardi mengemukakan bahwa ada tiga cara menentukan minat yaitu:⁴⁴

- 1) Minat yang diekspresikan (*Expressed Interest*)
Seseorang dapat mengungkapkan minat atau pilihannya dengan kata tertentu.
- 2) Minat yang diwujudkan (*Manifest Interest*)
Seseorang dapat mengekspresikan minat bukan melalui kata-kata tetapi melalui tindakan atau perbuatan, ikut serta berperan aktif dalam suatu aktivitas tertentu.
- 3) Minat yang diinventarisasikan (*Inventoried Interest*)
Seseorang menilai minatnya dapat diukur dengan menjawab terhadap sejumlah pertanyaan tertentu atau urutan pilihannya untuk kelompok aktivitas tertentu.

⁴³ Abu Ahmadi & Supriyono Widodo, *Psikologi Belajar*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), Hal 20.

⁴⁴ Dewa Ketut Sukardi. *Pengantar Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta: PT Media Abadi, 1978), Hal 38

⁴⁵ Vemi Jumiartika, *Pengaruh Tayangan Talkshow “Sarah Sechan” di Net. TV Terhadap Minat Menonton : Studi Pada Mahasiswa Psikologi UNJ Angkatan 2013*, (Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, Promedia, Volume I, No 2, 2015, Jumiartika, Pengaruh Tayangan, 1-20)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Psikologi UNJ Angkatan 2013)”. (Jurnal Ilmu Komunikasi Promedia, Volume I, No 2, 2015, Jumiartika, Pengaruh Tayangan, 1-20). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana pengaruh tayangan talkshow “Sarah Sechan” terhadap minat menonton (studi terhadap mahasiswa UNJ Jurusan Psikologi angkatan 2013) terhadap kebutuhan hiburan akan talkshow melalui perhatian (*Attention*), ketertarikan (*Interest*), hasrat menonton (*Desire*) dan tindakan menonton (*Action*). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dengan sifat eksplanatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan studi pustaka. Hasil penelitian yang dilakukan Vemi menunjukkan bahwa ada pengaruh antara tayangan *talkshow* “Sarah Sechan” terhadap minat menonton mahasiswa UNJ Jurusan Psikologi angkatan 2013 sebesar 0,890 atau 89%. Sedangkan hasil hitungan statistik mengenai kuat rendahnya hubungan antara variabel tayangan talkshow “Sarah Sechan” di Net. TV terhadap minat menonton mahasiswa UNJ Jurusan Psikologi angkatan 2013 mendapat nilai sebesar 0,944, hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara tayangan *talkshow* “Sarah Sechan” dengan minat menonton mahasiswa UNJ Jurusan Psikologi angkatan 2013. Perbedaan antara penelitian milik Vemi dengan penelitian ini yaitu, penelitian milik Vemi yang menjadi objeknya ialah tayangan *talkshow* “Sarah Sechan”, sementara dalam penelitian ini peneliti berupaya menjadikan tayangan Big Movies Global Tv selaku objek yang ingin diteliti. Perbedaan lainnya yaitu subjek penelitian baik populasi serta sampelnya yang berbeda. Sementara itu kesamaannya terletak pada metode penelitian dan teknik pengumpulan data.

2. Ika Wahyu Wiranti,⁴⁶ dengan judul “Pengaruh Film Animasi Terhadap Motivasi Belajar Pada Anak TK”. (Skripsi Jurusan Pendidikan Anak Usia Dini Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta Tahun 2015). Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh penggunaan film

⁴⁶ Ika Wahyuni Wiranti, *Pengaruh Film Animasi Terhadap Motivasi Belajar Pada Anak TK*, (Skripsi Jurusan Pendidikan Anak Usia Dini fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta, 2015)

animasi terhadap motivasi belajar pada anak kelompok B TK Islam Tunas Melati Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian Kuasi Eksperimen dengan desai penelitian *Nonequivalent Control Group Design*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan film animasi terhadap motivasi belajar pada anak kelompok B TK Islam Tunas Melati Yogyakarta, ini dibuktikan dengan hasil perhitungan uji t dengan perolehan nilai p 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang artinya hipotesis diterima. Temuan lain yang diperoleh dari penelitian ini adalah skor postes kedua kelompok menunjukkan selisih 4,15. Skos postes kelompok kontrol sebesar 19,21. Sedangkan skor postes kelompok eksperimen sebesar 23,36. Data ini menunjukkan bahwa penggunaan media film animasi jika dibandingkan dengan media sehari-hari yang digunakan oleh guru terbukti dapat meningkatkan motivasi belajar anak dalam mengikuti pembelajaran. Perbedaan antara penelitian milik Ika dengan penelitian ini terlihat cukup jelas, baik dari objek, metode penelitian, teknik pengumpulan data serta uji yang digunakan dalam mendapatkan hasil penelitian. Dalam penelitian milik Ika, ia hanya memaparkan apakah penggunaan film animasi memiliki pengaruh terhadap motivasi belajar pada anak kelompok B TK Islam Tunas Melati Yogyakarta, pengaruh tersebut dibuktikan melalui nilai sig. yang rumusnya apabila $p < 0,05$ maka terdapat pengaruh antara variabel X dengan variabel Y. Sementara pada penelitian ini, peneliti menggunakan berbagai macam uji untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara Tayangan Big Movies Global Tv terhadap Minat Menonton Film di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau. Salah satunya yaitu Uji Secara Parsial (Uji T Hitung). Sementara itu dilihat dari hasil penelitiannya, penelitian ini sama-sama memiliki pengaruh walaupun di ukur menggunakan uji metode penelitian yang berbeda.

3. Fatwa Gunawan Putra,⁴⁷ dengan judul “Tayangan Bioskop Trans TV dan Minat Menonton Film (Studi Korelasional Tentang Pengaruh Tayangan

⁴⁷Fatwa Gunawan Putra, *Tayangan Bioskop Trans TV dan Minat Menonton Film : Studi Korelasional Tentang Pengaruh Tayangan Bioskop Trans TV Terhadap Minat Menonton Film*

Bioskop Trans TV Terhadap Minat Menonton Film Dikalangan Mahasiswa USU). Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sejauh manakah pengaruh tayangan bioskop Trans Tv terhadap minat menonton film di kalangan mahasiswa USU. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara pengaruh tayangan bioskop Trans Tv terhadap minat menonton film dikalangan mahasiswa USU. Metode penelitian yang digunakan adalah metode korelasional yang bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan, seberapa erat hubungan dan berarti tidaknya hubungan antara tayangan bioskop Trans Tv terhadap minat menonton film dikalangan mahasiswa USU. Dari hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang rendah tapi pasti antara pengaruh tayangan Bioskop Trans TV terhadap minat menonton film dikalangan mahasiswa USU. Selanjutnya fatwa juga menyatakan bahwa minat menonton film mahasiswa untuk menyaksikan tayangan Bioskop Trans TV tergantung pada penyajian acara sehingga mampu menarik perhatian pemirsa yang menjadi sasaran komunikannya. Hal ini erat hubungannya dengan pemilihan judul film, aktor yang membintangi film, tema, isi pesan yang disampaikan, lur. Gaya penampilan pesan serta kemasan acara penayangan film. Semakin baik acara yang disajikan maka semakin besar perhatian, semakin besar perhatian yang ditimbulkan maka semakin besar pula minat mahasiswa untuk menonton film.

C. Definisi Konseptual

Konsep adalah penggambaran secara tepat fenomena yang hendak diteliti yakni istilah dan defenisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, keadaan, kelompok atau individu yang menjadi pusat perhatian Ilmu sosial. Dalam pengertian ilmiah, konsep harus memiliki kriteria yang tepat dalam menjelaskan variabel penelitian⁴⁸.

Dikalangan Mahasiswa USU, (Skripsi Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara, 2008)

⁴⁸Kriyanto, *Manajemen Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prada Group, 2000), Hal 58.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Tayangan Televisi

Menurut Stuart pengaruh atau efek yaitu perbedaan antara apa saja yang difikirkan, dirasakan, dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.⁴⁹ Pengaruh media massa merupakan untuk menimbulkan perubahan kognitif diantara individu-individu.⁵⁰ Pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku. Pada tingkat pengetahuan pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi dan perubahan pendapat.

Pengaruh dalam tinjauan psikologi adalah daya yang ada atau timbul dari (sesuatu orang, atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang,⁵¹ saat sekarang ini penyebaran informasi dan pengiriman pesan-pesan sudah semakin mudah yaitu salah satunya dengan pesawat televisi.

Tayangan televisi dapat diartikan sebagai adanya suatu pertunjukan acara yang ditampilkan atau disiarkan melalui media massa televisi. Tayangan tersebut bisa bersifat hiburan, informasi, ataupun edukasi seperti tayangan mengenai pendidikan. Dalam kehidupan sehari-hari kita sering memperoleh berbagai pengalaman.

Hal yang menjadi tolak ukur saat tayangan Big Movies Global TV sebagai tayangan televisi, antara lain:

a. Frekuensi menonton

Melalui frekuensi menonton audiens, dapat dilihat pengaruh tayangan terhadap pengetahuan audiens.

b. Waktu penayangan

Apakah waktu penayangan suatu acara sudah tepat atau sesuai dengan sasaran komunikasi yang dituju. Misalnya tayangan yang

⁴⁹ Cangara, Hafied. *pengantar ilmu komunikasi*(Jakarta:Raja Grafindo,2000), Hal 184

⁵⁰ Dedy Mulyana,*Ilmu Komunukasi Suatu Pengantar*(Bandung:Rosda Karya:2000), Hal

⁵¹Tamrin, "Komunikasi Dampak dan Problematika", (Pekanbaru, PT Ikis Printing cemerlang, 2009), Hlm 84.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dikhususkan bagi pelajar, hendaknya ditayangkan pada jam setelah kegiatan belajar disekolah usai.

c. Kemasan acara

Agar mampu menarik perhatian pemirsa yang menjadi sasaran audiensnya, suatu tayangan harus dikemas atau ditampilkan secara menarik.

d. Pemahaman pesan

Apakah audiens dapat mengerti dan memahami setiap materi atau pesan yang disampaikan oleh suatu tayangan.

2. Minat Menonton

Menurut Dewa Ketut Sukardi minat adalah suatu kesukaan, gambaran atau kesenangan akan sesuatu, di dalam suatu inventori minat akan mengidentifikasi preferensi anda terhadap orang benda atau aktifitas lainnya.⁵²

Cara menentukan minat menurut Dewa Ketut Sukardi terdiri dari tiga cara yaitu:

a. Minat yang diekspresikan (*Expressed Interest*)

Yaitu mengungkapkan minat atau pilihannya dengan kata tertentu.

b. Minat yang diwujudkan (*Manifest Interest*)

Yaitu mengekspresikan minat bukan melalui kata-kata tetapi melalui tindakan atau perbuatan, ikut serta berperan aktif dalam suatu aktivitas tertentu.

c. Minat yang diinventarisasikan (*Inventoried Interest*)

Yaitu menilai minatnya dapat diukur dengan menjawab terhadap sejumlah pertanyaan tertentu atau urutan pilihannya untuk kelompok aktivitas tertentu.

D. Operasional Variabel

Operasional variabel adalah tahap mengubah konsep menjadi variabel yang dapat diukur. Operasional konsep memiliki unsur penelitian yang

⁵² Dewa Ketut Sukardi, *loc. cit*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memeritahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Variabel yang dioperasionalkan adalah variabel-variabel yang terkandung dalam hipotesis penelitian.⁵³

1. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent*.⁵⁴

Variabel bebas yang ada pada penelitian ini adalah tayangan televisi. Dengan indikator-indikator operasional sebagai berikut:

- a. Frekuensi menonton: mengukur seberapa sering seseorang menonton tayangan televisi.
- b. Waktu penayangan: untuk melihat apakah penayangan sebuah tayangan televisi sudah tepat ditujukan kepada orang yang dituju.
- c. Kemasan acara: agar dapat menarik perhatian pemirsanya tayangan televisi harus dikemas sedemikian rupa dan semenarik mungkin.
- d. Pemahaman pesan: sampainya materi atau pesan yang ditujukan untuk para pemirsa tayangan televisi.

2. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁵⁵ Menurut Dewa Ketut Sukardi minat merupakan suatu kesukaan, gambaran atau kesenangan akan sesuatu, didalam suatu inventor minat akan mengidentifikasi preferensi anda terhadap orang, benda atau aktivitas lainnya. Dengan indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Minat yang diekspresikan (*Expressed Interest*): yaitu mengungkapkan minat atau pilihannya dengan kata tertentu.
- b. Minat yang diwujudkan (*Manifest Interest*): yaitu mengekspresikan minat bukan melalui kata-kata tetapi melalui tindakan atau perbuatan, ikut serta berperan aktif dalam suatu aktivitas tertentu.

⁵³ Rahmat Kriyantono, *Op.Cit.*,20

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 39

⁵⁵ Sugiyono, *Op.Cit.*,39

- c. Minat yang diinventarisasikan (*Inventoried Interest*): yaitu menilai minatnya dapat diukur dengan menjawab terhadap sejumlah pertanyaan tertentu atau urutan pilihannya untuk kelompok aktivitas tertentu.

Tabel 2.1
Konsep Operasional

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala
1	Tayangan Televisi	Frekuensi menonton	Seberapa sering menonton tayangan Big Movies Global TV	5.Sangat Setuju; 4.Setuju; 3.Kurang Setuju; 2.Tidak Setuju; 1.Sangat Tidak Setuju
		Waktu penayangan	Jam tayang Big Movies Global TV sesuai dengan sasaran komunikasi	5.Sangat Setuju; 4.Setuju; 3.Kurang Setuju; 2.Tidak Setuju; 1.Sangat Tidak Setuju
		Kemasan acara	1. Menghibur	5.Sangat Setuju; 4.Setuju; 3.Kurang Setuju; 2.Tidak Setuju; 1.Sangat Tidak Setuju
			2. Menarik	5.Sangat Setuju; 4.Setuju; 3.Kurang Setuju; 2.Tidak Setuju; 1.Sangat Tidak Setuju
			3. Mendidik	5.Sangat Setuju; 4.Setuju; 3.Kurang Setuju; 2.Tidak Setuju; 1.Sangat Tidak Setuju
Pemahaman pesan	1. Pemirsa dapat mengambil pesan yang disampaikan dari film yang ditayangkan Big Movies GlobalTV	5.Sangat Setuju; 4.Setuju; 3.Kurang Setuju; 2.Tidak Setuju; 1.Sangat Tidak Setuju		

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

			2. Adanya pesan positif dan negatif di dalam sebuah tayangan	5.Sangat Setuju; 4.Setuju; 3.Kurang Setuju; 2.Tidak Setuju; 1.Sangat Tidak Setuju
2	Minat menonton (variabel Y)	Minat yang diekspresikan (<i>expressed interest</i>)	Pemirsa menanggapi tayangan televisi dengan mengekspresikannya menggunakan sebuah kata-kata	5.Sangat Setuju; 4.Setuju; 3.Kurang Setuju; 2.Tidak Setuju; 1.Sangat Tidak Setuju
		Minat yang diwujudkan (<i>Manifest Interest</i>)	Mengekspresikan sebuah minat melalui tindakan atau perbuatan	5.Sangat Setuju; 4.Setuju; 3.Kurang Setuju; 2.Tidak Setuju; 1.Sangat Tidak Setuju
		Minat yang diinventarisasikan (<i>Inventoried Interest</i>)	Menentukan sebuah minat dengan menjawab sebuah pertanyaan	5.Sangat Setuju; 4.Setuju; 3.Kurang Setuju; 2.Tidak Setuju; 1.Sangat Tidak Setuju

E. Hipotesis

Hipotesis adalah sarana penelitian ilmiah yang penting dan tidak bisa ditinggalkan karena ia merupakan instrumen kerja dari teori.⁵⁶ Sedangkan menurut Good & Scates menyatakan hipotesis adalah sebuah taksiran atau referensi yang dirumuskan serta diterima untuk sementara yang dapat menerangkan fakta-fakta atau kondisi yang diamati dan digunakan sebagai petunjuk langkah selanjutnya.⁵⁷ Hiotesa yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

Ho : Tidak terdapat pengaruh antara tayangan Big Movies Global TV dan minat menonton film di kalangan Mahasiswa Komunikasi UIN Suska Riau.

Ha : Terdapat pengaruh antara tayangan Big Movies GlobalTV dan minat menonton film di kalangan Mahasiswa Komunikasi UIN Suska Riau.

⁵⁶Singarimbun, *Metode Penelitian Survey*,(Jakarta: LP3ES, 1995) Hal 43.

⁵⁷Tika, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), Hal 29.