

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.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori

Teori adalah sebuah sistem konsep abstrak yang mengindikasikan adanya hubungan diantara konsep-konsep tersebut yang membantu kita memahami sebuah fenomena sehingga bisa dikatakan bahwa suatu teori adalah suatu kerangka kerja konseptual untuk mengatur pengetahuan dan menyediakan suatu cetak biru untuk melakukan beberapa tindakan selanjutnya.³

1. Teori Kegunaan dan Gratifikasi

Teori Kegunaan dan Gratifikasi (*Uses and Gratification Theory*). Teori ini menyatakan bahwa orang aktif mencari media tertentu dan muatan (isi) tertentu untuk menghasilkan kepuasan (atau hasil) tertentu. Teoritikus Kegunaan dan Gratifikasi menganggap orang aktif karena mereka mampu untuk mempelajari dan mengevaluasi berbagai jenis media untuk mencapai tujuan komunikasi. Teori yang berpusat pada khalayak media ini menekankan seorang konsumen media yang aktif. Mempertimbangkan bahwa prinsip yang sangat melingkupi ini berlawanan dengan cara pandang yang ditawarkan oleh teoritikus media lain dan perapektif teoritis lainnya, Teori Kegunaan dan Gratifikasi adalah perluasan dari teori kebutuhan dan motivasi (Maslow,1970). Dalam teori kebutuhan dan motivasi, Abraham Maslow menyatakan bahwa orang secara aktif berusaha untuk memenuhi hierarki kebutuhannya. Setelah mereka memperoleh tujuan yang mereka cari pada satu tingkat hierarki,mereka dapat bergerak ketahap berikutnya. Gambaran mengenai manusia sebagai seseorang yang aktif,berusaha untuk memuaskan kebutuhan, sesuai dengan ide yang dibawa Katz,Blumler,dan Gurevitch kedalam kajian mereka mengenai bagaimana manusia mengomsumsi komunikasi massa. Orang dapat dan melakukan partisipasi aktif dalam proses komunikasi massa, sebagaimana dikemukakan oleh peneliti sebelum Katz,Blumler, dan Gurevitch.

³Narbuko dkk. *Metodologi Penelitian*.(Jakarta: Bumi Aksara,2008),90.

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.

a. Asumsi Teori Kegunaan dan Gratifikasi:

Teori Kegunaan dan Gratifikasi memberikan sebuah kerangka untuk memahami kapan dan bagaimana konsumen media individu menjadi lebih atau kurang aktif dan konsekuensi dari keterlibatan yang meningkat atau menurun.

Banyak asumsi Kegunaan dan Gratifikasi secara jelas dinyatakan oleh para pencetus pendekatan ini Katz, Blumler, & Gurevitch. Mereka menyatakan bahwa terdapat lima asumsi dasar Teori Kegunaan dan Gratifikasi:

1. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan.
2. Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat pada anggota khalayak.
3. Media berkopetensi dengan sumber lain untuk kepuasan kebutuhan
4. Orang mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat dan motif sehingga dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut kepada para peneliti.
5. Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak⁴

Asumsi teori ini mengenai khalayak yang aktif dan penggunaan media yang berorientasi pada tujuan cukup jelas. Anggota khalayak individu dapat membawa tingkat aktivitas yang berbeda untuk penggunaan media mereka. Anggota khalayak juga berusaha untuk menyelesaikan tujuannya melalui media.

Adapun logika yang mendasari penelitian mengenai Teori Kegunaan dan gratifikasi adalah adanya kondisi sosial psikologis seseorang yang menyebabkan adanya kebutuhan yang menciptakan harapan-harapan media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa kepada perbedaan pola penggunaan media yang akhirnya akan menghasilkan pemenuhan dan konsekuensi lain termasuk yang tidak diharapkan sebelumnya.,

⁴ Richard West, Lynn H. Tunner. *Pengantar Teori Komunikasi (Analisis Dan Aplikasi)*. (Jakarta :Selemba Humanika, 2008). 104.

Sebagai tambahan bagi elemen dasar tersebut, sering dimasukan pula unsur “motif” untuk memuaskan kebutuhan dan “alternatif- alternatif fungsional” untuk memenuhi kebutuhan. Misalnya, pada unsur yang terakhir, konsumsi terhadap jenis media massa tertentu (misalnya menonton televisi) mungkin merupakan alternative fungsional dari aktivitas kultural lainnya. Pada umumnya setiap individu memiliki kebutuhan mendasar terhadap interaksi sosial. berdasarkan pengalamannya, seseorang mengharapkan bahwakonsumsi atau penggunaan media tertentu, akan memberikan sejumlah pemenuhan bagi kebutuhannya. Hal ini akan membuatnya menonton acara televisi tertentu, membaca artikel tertentu dalam majalah dan sebagainya. Dalam beberapa kasus, aktifitas ini dapat menghasilkan suatu pemenuhan kebutuhan, namun pada saat yang bersamaan aktifitas ini juga menciotakan ketergantungan pada media massa oleh individu telah memberikan fungsi alternative bagi interaksi sosial yang sesungguhnya.⁵

2. Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner yakni: *komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people)*. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. media komunikasi yang termasuk media massa adalah : radio siaran dan televisi-keduanya disebut dikenal sebagai media cetak: serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop. Karakteristik komunikasi massa adalah sebagai berikut :

⁵ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*, (Jakarta:Kencana, 2009),26.

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.

1. Komunikator Terlembagakan

Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Kita sudah memahami bahwa komunikasi massa itu menggunakan media massa, baik media cetak maupun elektronik. Dengan mengingat kembali pendapat Wright, bahwa komunikasi massa itu melibatkan lembaga dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.

2. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Namun tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi disekeliling kita dapat dimuat dalam media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apa pun harus memenuhi kriteria penting atau menarik, atau penting sekaligus menarik bagi sebagian besar komunikan.

3. Komunikasi Anonim dan Heterogen

Komunikasi pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Komunikasinya, mengetahui identitasnya, seperti: nama, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, bahkan mungkin mengenal sikap dan perilakunya. Sedangkan dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Disamping anonim, komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor: usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama dan tingkat ekonomi.

4. Media massa menimbulkan keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikasi yang dicapainya relative banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula. Keserempakan media massa itu sebagai

keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya dalam keadaan terpisah.

5. Komunikasi Mengetumatan Isi Ketimbang Hubungan

Salah satu prinsip komunikasi adalah bahwa komunikai memiliki dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi menunjukkan muatan atau komunikasi yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu. Sedangkan Rakhmat menyebutnya sebagai proporsi usur isi dan unsur hubungan.

6. Komunikasi massa bersifat satu arah

Selain ciri yang merupakan keunggulan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, ada juga ciri komunikasi massa yang merupakan kelemahannya. Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikasinya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antarpersona. Dengan kata lain, komunikasi massa itu bersifat satu arah.

7. Stimulasi alat indra terbatas

Ciri komunikasi massa lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahannya, adalah stimulasi alat indra yang terbatas. Pada komunikasi antar personal yang bersifat tatap muka, maka seluruh alat indra pelaku komunikasi, komunikator dan komunikan, dapat digunakan secara maksimal. Kedua belah pihak dapat melihat, mendengar secara langsung, bahkan mungkin merasa. Dalam komunikasi massa stimulasi alat idra bergantung pada jenis media massa.

8. Umpan balik tertunda (delayed) dan tidak langsung (indirect)

Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan feedback merupakan faktor penting dalam proses komunikasi antarpersonal. Komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Efektifitas

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.

komunikasi sering kali dapat dilihat dari feedback yang disampaikan oleh komunikan. Umpan balik sebagai respon mempunyai volume yang tidak terbatas pada komunikasi antarpersonal.⁶

3. Program Siaran Televisi

Program siaran dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari isi siaran radio maupun televisi secara keseluruhan. Sehingga memberikan pengertian bahwa dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarkan.⁷ Program televisi ialah bahan yang telah disusun dalam satu format sajian dengan unsur video yang ditunjang unsur audio yang secara teknis memenuhi persyaratan layak siar serta telah memenuhi standar estetik dan artistik yang berlaku. Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya beragam. Berbagai jenis program itu dapat dikelompokkan menjadi dua bagian berdasarkan jenisnya yaitu.

a. Program informasi

Program informasi ditelvisi, sesuai dengan namanya, memberika banyak informasi untuk memenuhi rasa ingin tahu penonton terhadap suatu hal. Program informasi adalah segala jenis siaran yang bertujuan untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak audien. Daya tarik dari program ini ialah informasi dan sekaligus menjadi nilai jual kepada audien. Program informasi tidak selalu berita ,tetapi misalnya wawancara dengan artis. Program informasi dapat dibagi menjadi dua bagian besar yaitu :

1. Berita Keras (Hard News)

Berita keras atau hard news adalah segala informasi penting dan menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui khalayak audience secepatnya. Hard news dapat berupa straight news, features,

⁶ Elvinaro Ardianto, Lukiat Komala dan Siti Karlina, *Komunikasi Massa suatu pengantar edisi revisi*, Simbiosia Rekatama Media, Bandung, 2014, hlm. 3.

⁷ Hidajanto Jamal dan Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar penyiaran, sejarah organisasi,operasional dan regulasi*, (Jakarta ,kencana:2011), hlm. 149.

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.

infotainment. Berita telah menjadi bagian yang tidak bias dilepaskan dari kehidupan manusia.

2. Berita Lunak (Soft News)

Soft News adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Program yang termasuk dalam kategori ini adalah current affairs, magazine, dokumentar dan talkshow.

b. Program Hiburan

Program hiburan adalah segala bentuk yang bertujuan untuk menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan.(game),musik dan pertunjukan. Permainan adalah suatu bentuk program yang melibatkan sejumlah orang baik secara individu maupun secara kelompok yang saling bersaing untuk mendapatkan atau memperebutkan sesuatu. Program ini dirancang untuk melibatkan audience dan pada umumnya dibagi menjadi tiga jenis yaitu kuis, ketangkasan, dan reality show. Program permainan biasanya membutuhkan biaya produksi yang relative rendah namun menjadi acara televise yang sangat digemari. Program permainan dapat dibagi menjadi tiga jenis yaitu :

a. Quiz Show

Quiz show adalah program permainan yang melibatkan beberapa peserta dengan dipandu oleh seorang pembawa acara yang saling berintraksi dalam bertanya dan menjawab suatu soal. Pada program permainan ini lebih menekankan pada kemampuan intelektualitas. Permainan ini biasanya melibatkan peserta pada kalangan orang biasa atau kelompok masyarakat, namun terkadang pengelola program dapat menyajikan acara khusus yang melibatkan selebritis.

b. Ketangkasan

Pada jenis program ini peserta harus lebih menunjukkan kemampuan fisik atau ketangkasanya untuk melewati suatu halangan atau rintangan atau melakukan suatu permainan yang membutuhkan

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.

perhitungan dan strategi. Permainan ini terkadang juga menguji pengetahuan umum peserta.

c. Reality Show

Sesuai dengan namanya, maka program ini mencoba menyajikan suatu situasi seperti konflik, persaingan atau hubungan berdasarkan realitas yang sebenarnya. Dengan kata lain program ini menyajikan suatu keadaan yang nyata (riil) dengan cara yang sealamiah mungkin tanpa rekayasa. Tingkat realitas yang disajikan program reality show ini bermacam-macam. Mulai dari yang betul-betul realitas misalnya hidden camera hingga yang terlalu direkayasa namun tetap menggunakan nama reality show.

Hiburan (entertainment), sulit dibantah lagi bahwa pada kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Televisi adalah media massa yang mengutamakan sajian hiburan. Hampir tiga perempat bentuk siaran televisi setiap hari merupakan tayangan hiburan.

4. Pengaruh Menonton Televisi

Pengaruh dalam arti bentuk perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku. Pada tingkat pengetahuan pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi dan perubahan pendapat⁸. Pengaruh bisa dirasakan siapa saja tanpa memandang usia namun usia yang belum stabil akan menimbulkan pengaruh yang cukup besar yaitu pada usia remaja khususnya pada media.

Pengaruh adalah salah satu elemen dalam komunikasi yang sangat penting untuk mengetahui berhasil tidaknya komunikasi yang kita inginkan. Pengaruh dikatakan mengenai jika perubahan yang terjadi pada penerima sama dengan tujuan yang diinginkan komunikator. Seperti rumus yang dibuat oleh Jamias yakni pengaruh (P) sangat ditentukan oleh sumber, pesan, media dan penerima ($P=S/P/M/P$) ke empat hal tersebut sangat mempengaruhi dalam komunikasi⁹

⁸ Cangara Hafied, *pengantar ilmu komunikasi*. (Raja Grafindo Persada. 2005), 146

⁹ Ibid, 147

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.

Kata televisi berasal dari bahasa Inggris, television. Kata tele diambil dari bahasa Yunani yang berarti jauh, dan vision diambil dari bahasa Latin yang berarti pandangan atau pemandangan.¹⁰ Televisi sebagai media massa memiliki tiga fungsi utama yaitu sebagai media informasi, sebuah media pendidikan, dan sebagai media hiburan. Televisi sebagai media massa tentunya mempunyai pengaruh atau efek bagi siapa saja yang menontonnya. Donal K Robert mengungkapkan, ada yang beranggapan bahwa efek hanyalah perubahan perilaku manusia setelah diterpaan pesan media massa karena fokusnya pesan, maka efek harus berkaitan dengan pesan yang disampaikan Media Massa.¹¹

5. Pengetahuan

Pengetahuan adalah merupakan hasil "tahu" dan ini terjadi setelah orang mengadakan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terhadap suatu objek terjadi melalui panca indera manusia yakni penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba dengan sendiri. Pada waktu penginderaan sampai menghasilkan pengetahuan tersebut sangat dipengaruhi oleh intensitas perhatian persepsi terhadap objek. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga.¹²

a. Tingkat pengetahuan

Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (overt behavior). Dari pengalaman dan penelitian ternyata perilaku yang didasari oleh pengetahuan akan lebih langgeng daripada perilaku yang tidak didasari oleh pengetahuan. Pengetahuan yang cukup didalam domain kognitif mempunyai 6 tingkat yaitu :

¹⁰ Takariawan, Chayadi, *Media Massa Virus Peradapan*, (Jakarta: Tarbiyatuna, 2009), 15.

¹¹ Elvinaro, Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), 49.

¹² A. Wawan Dan Dewi M, *PENGETAHUAN, SIKAP, DAN PERILAKU MANUSIA*, Nuha Medika, Yogyakarta. 2011. Hal. 11.

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. Tahu (*know*)

Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya. Termasuk ke dalam pengetahuan tingkat ini adalah mengingat kembali (*recall*) terhadap suatu yang spesifik dan seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan yang diterima. Oleh sebab itu “tahu” ini adalah tingkat pengetahuan yang paling rendah. Kata kerja untuk mengukur bahwa orang tahu tentang apa yang dipelajari yaitu menyebutkan, menguraikan, mengidentifikasi, menyatakan dan sebagainya.

2. Memahami

Memahami artinya sebagai suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui dan dimana dapat menginterpretasikan secara benar. Orang yang telah paham terhadap objek atau materi terus dapat menjelaskan, menyebutkan contoh, menyimpulkan, meramalkan dan sebagainya terhadap suatu objek yang dipelajari.

3. Aplikasi

Aplikasi diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi ataupun kondisi riil. Aplikasi disini dapat diartikan aplikasi atau penggunaan hukum-hukum, rumus, metode, prinsip, dan sebagainya dalam konteks atau situasi yang lain.

4. Analisis

Analisis adalah suatu kemampuan untuk menyatakan materi atau suatu objek kedalam komponen-komponen tetapi masih didalam struktur organisasi tersebut dan masih ada kaitannya satu sama lain.

5. Sintesis

Sintesis yang dimaksud menunjukan pada suatu kemampuan untuk melaksanakan atau menghubungkan bagian-bagian didalam suatu keseluruhan yang baru. Dengan kata lain sintesis adalah suatu kemampuan untuk menyusun fenomena yang ada.

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.

6. Evaluasi

Evaluasi ini berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu materi atau objek. Penilaian-penilaian itu berdasarkan suatu kriteria yang ditentukan sendiri atau menggunakan kreteria-kreteria yang telah ada.

b. Faktor-faktor yang pengaruhi pengetahuan

a. Faktor internal

- Pendidikan
- Pekerjaan
- Umur

b. Faktor eksternal

- Faktor lingkungan

Faktor budaya

6. Lagu Dangdut

Lagu dangdut di Indonesia sangat populer dan semakin berkembang. Tidak bisa dipungkiri bahwa dangdut mendominasi sebagian besar masyarakat Indonesia. Berbagai alasan melatar belakangi yang jelas dangdut adalah musik yang mampu menjangkau semua kalangan dan tentunya musik yang paling asyik untuk mengajak bergoyang.

Dangdut merupakan salah satu dari genre seni music populer tradisional Indonesia yang khususnya memiliki unsur-unsur Hindustani (india), melayu, dan Arab. Dangdut bercirikan dentuman tabla (alat musik perkusi India) dan gendang. Dangdut juga sangat dipengaruhi dari lagu-lagu musik India klasik dan Bollywood.¹³

Macam-macam genre musik dangdut saat ini adalah :

1. Dangdut Melayu

Walau sebenarnya dangdut sendiri adalah perpaduan musik india dengan melayu, tetapi agar saat ini kita mudah mendefinisikan, maka nama dangdut melayu sepertinya pantas digunakan untuk menyebut dangdut original. Dangdut melayu adalah dangdut yang pertama kali ada di

¹³ <https://www.kordspirasi.com>

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.

Indonesia juga sering disebut lagu dangdut nostalgia untuk saat ini. Ciri khasnya masih begitu kental aroma musik india. Musik dangdut rita sugiarto dan Rhoma Irama sukses meng-Indonesiakan dangdut ini.

2. Dangdut Pop

Dangdut tidak pernah kalah dengan musik manapun, bahkan dangdut bias menyatu dengan musik pop. Belakangan ini semakin banyak lagu populer atau pop yang dijadikan dangdut, maka *genre* ini pantas disebut dangdut pop. Ciri khasnya sangat terasa ketika lagu pop kemudian dipadukan dengan suara kendang, menjadikan lagu pop tersebut berupa menjasi dangdut pop.

3. Dangdut Remix atau Dangdut Disco

Dangdut berhasil berkolaborasi dengan musik apapun dan saat ini, yang cukup populer dikalangan masyarakat adalah genre dangdut remix atau dangdut disco. Ciri khasnya tentu menggunakan tambahan *electronic dance music* (EDM). Karena genre yang satu ini, saat ini dangdut mampu masuk menjadi penghias suasana klub-klub malam.

4. Dangdut Koplo

Jika dikatakan dangdut yang paling populer saat ini, maka genre dangdut yang satu ini adalah jawabannya. Dangdut koplo saat ini sangat populer dan mudah ditemui dimana-mana. Ciri khas dangdut koplo terletak pada temponya yang lebih cepat dari dangdut melayu. Dangdut koplo biasanya ditampilkan pada acara-acara berskala besar, seperti pentas dangdut di alun-alun, acaranikahan dan lain-lain. Dangdut ini juga identic dengan dangdut daerah pantura, karena memang semakin dipopulerkan di daerah pantura.

5. Dangdut Rock

Semenjak adanya “Mbah Dukun” yang dinyanyikan alam, *genre* dangdut *rock* semakin dikenal. Alam dengan lagu-lagunya, sukses memadukan dangdut dengan *rock*. Biasanya genre ini identik dengan *lead* gitar klasik yang cukup sulit dan tempo yang cepat.

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.

Itulah macam-macam *genre* dangdut yang saat ini ada didunia musik indonesia. Baik lagu dangdut rhoma irama ataupun yang lainnya, semuanya adalah warisan budaya Indonesia. Dengan semakin berkembangnya musik juga diikuti dengan kecintaan masyarakat Indonesia kepada dangdut. Bagaimanapun dangdut adalah musik khas Indonesia, yang artinya adalah salah satu kekayaan bangsa yang patut dijaga dan dilestarikan.¹⁴

7. D'Academy Asia 3

D'Academy Asia 3 , program acara ini adalah sebuah bentuk nyata budaya populer yang mewah di Indonesia. D'Academy Asia adalah suatu ajang kompetisi menyanyi dangdut terbesar di asia yang diikuti oleh peserta dari beberapa Negara di Asia yaitu Indonesia, Malaysia, Brunei Darussalam, Singapura, Timur Leste, dan Thailand. Musim ketiga dari program ini disiarkan secara langsung di Indonesia dan live streaming di Vidio.com. Lagu yang akan dibawakan oleh peserta di kompetisi ini bergenre dangdut dan melayu.¹⁵

Banyaknya ajang pencarian bakat menyanyi yang berkembang di Indonesia, seperti The Voice Indonesia, Indonesia Idol, Rising Star, Bintang Pantura dan lain sebagainya, telah membuktikan perkembangan budaya populer secara tepat. D'Academy kategori program tersebut bisa dibilang cukup unik, karena selama ini fenomena yang kita saksikan dalam masyarakat umum, musik dangdut biasanya dinyanyikan oleh masyarakat indonesia. Tetapi dalam acara ini ini seperti mematahkan anggapan umum bahwa musik dangdut adalah musik yang dapat dinikmati oleh semua orang, dan bukan masyarakat Indonesia saja. Dengan adanya acara D'Academy Asia 3 ini di Indosiar menjadikan tayangan ataupun program yang sangat di sukai oleh ibu-ibu rumah tangga didesa plambaian dan menambah pengetahuan ibu rumah tagga terhadap lagu lagu dangdut yang di Indonesia maupun negara-negara yang ikut dalam acara D'Academy Asia 3 di Indosiar.

¹⁴ Andrew N. Weintraub," *DANGDUT'' Musik, Identitas, Dan Budaya Indonesia*, (PT Gramedia, Jakarta,2012),1.

¹⁵ <https://id.m.wikipedia>



B. Kajian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti dilandasi oleh beberapa penelitian terdahulu, yaitu :

1. SKRIPSI :

- a. Hana pertiwi trisdani, prodi ilmu komunikasi, universitas Kristen petra Surabaya, pada tahun 2017, penerimaan penonton terhadap program musik dangdut Academy 3 di indosiar, program musik dangdut academy 3 adalah program reality show yang memiliki konsep realita dan kompetisi. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penerimaan penonton terhadap tayangan program music dangdut academy 3. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis penerimaan. Penelitian deskriptif ini memberikan gambaran bagaimana keempat informan ini memaknai teks media yang dibuat oleh pembuat program ini tentu saja dalam pembuatan program, pasti memiliki elemen-elemen pendukung keberhasilan suatu program dan juga dan juga music dangdut Indonesia.

Hasil penelitian ini akan menunjukkan penerimaan penonton yang berbeda-beda dengan kategorisasi menurut hasil yaitu dominant, negotiated dan oppositional, penerima mereka tidak hanya berdasarkan latar belakang mereka dari status social, namun juga berdasarkan pendidikan, profesi, pengetahuan dan pengalaman yang mereka miliki. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga informan dominant dengan program tersebut sedangkan yang satu penerimanya adalah negotiated.

- b. Abuzar Gofari, Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Yang Berjudul Pengaruh Menonton Tayangan Drama Korea Di Indosiar Terhadap Perilaku Imitasi Dikalangan Remaja Rw 06 Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan Pekanbaru, 2013. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh drama korea terhadap perilaku imitasi dikalangan remaja RW 06 kelurahan tuah karya pekanbaru, yaitu mengumpulkan data dan

menguraikan secara menyeluruh dan diteliti sesuai dengan persoalan yang akan dipecahkan. Data akan diolah dalam bentuk tabel dan angka, kemudian dideskripsikan dalam bentuk kalimat untuk menentukan signifikan atau tidak signifikannya pengaruh tayangan drama korea terhadap perilaku imitasi dikalangan remaja RW 06 Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru. Dari penelitian ini menunjukkan pengaruh tayangan drama korea di indosiar terhadap perilaku imitasi di kalangan remaja RW 06 Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru menunjukkan hasil signifikan “ jika di presentasikan maka dapat dilihat dari tabel output regresi model summary yakni dari R square dimana nilai R Square adalah 0,419 atau 41,9%. Jadi ini menunjukkan bahwa pengaruh tayangan drama korea terhadap perilaku imitasi dikalangan remaja kelurahan Tuah karya pekanbaru sebesar 41,9%.

- c. Hermansyah, Pengaruh Tayangan FTV Di Sctv Terhadap Akhlak Siswa Sis Ma 09 Pekanbaru, Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2014. Penelitian ini berlatar belakang dari media yang begitu pesat sangat berpengaruh terhadap masyarakat. Perembangan media yang sangat signifikan saat ini yaitu media televisi. Dalam menyajikan programnya televise saat ini cenderung tidak mengindahkan norma yang berlaku karena bersifat komersial. Salah satu program televisi yang sangat digarungi oleh permirsa ada FTV yang tayang di SCTV. Tidak terkecuali siswa SMAN 09 Pekanbaru. Yang menjadi permasalahan pada penelitian ini adalah dapat disimpulkan bahwa pengaruh tayangan FTV di SCTV terhadap ahlak siswa di SMA 09 Pekanbaru. Jl. Semeru 12 Pekanbaru. Metodologi pada penelitian ini adalah mencakup lokasi penelitian di SMAN 09 Pekanbaru. Subjek siswa kelas XI SMAN 09 Pekanbaru dan objeknya pengaruh tayangan FTV di SCTV terhadap ahlak siswa SMAN 09 Pekanbaru. Setelah angket disebar dan data terkumpul, selanjutnya di analisa maka hasil penelitian ini adalah sangat mempunyai pengaruh dengan jumlah nilai 90,09%.

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.



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. Jurnal

- a. Gita Cepakarani, Ilmu Komunikasi , FTIK USM, Pengaruh Program Tayangan Kontes Dangdut D'Academy Di Televisi Swasta Indosiar Dengan Minat Siswa Non Dangdut Sekolah Music ADSOR Purnomo Semarang Pada Music Dangdut. Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh program tayangan kontes dangdut D'Academy di Televisi Swasta indosiar dengan minat siswa non dangdut sekolah ,usik ADSOR purnomo semarang pada musik dangdut maka diambil kesimpulan bahwa ada pengaruh yang kuat dari variabel program acara D'Academy terhadap minat remaja pada music dangdut. Hal ini berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan taraf signifikansi $0,000 \leq 0,05$, yang berarti semakin sering frekuensi remaja menonton program tayangan kontes D'Academy, maka semakin tinggi minat remaja pada music dangdut dengan angka koefisien determinasi sebesar 0,984 atau 98,4 %. Dengan demikian , hipotesis yang telah dianjurkan diterima dengan hasil ada pengaruh positif antara program tayangan kontes dangdut D'Academy do televisi swasta Indosiar dengan minat siswa non dangdut sekolah music adsor purnomo semarang pada musik dangdut.
- b. Mira Herlina, Pengaruh program acara D'Academy Asia 2 di Idosiar terhadap minat menonton warga kebon jeruk RT 11 RW 03, Jakarta Barat, fakultas ilmu komunikasi, universitas budi luhur, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh antara program d;academy asia 2 terhadap minat menonton dangdut warga RT 11 RW 03 dan seberapa besarkah pengaruh tersebut, penelitian ini menggunakan teori S-O-R (stimulus organism response). Dengan paradigma positifme, pendekatan kuantitatif, dan metode survei ekplanatif asosiatif untuk memperoleh data. Teknik pengolahan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 80 sampel dari 410 populasi warga RT 11 RW 03. Dari hasil olah data memakai alat bantu hitung sspss 20 menunjukkan bahwa uji regresi antara variabel X, yaitu

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.

program acara D'Academy Asia 2 terhadap variabel Y, yaitu minat menonton warga kebon jeruk RT 11 RW 03 jika program D'Academy Asia 2 tidak mengalami perubahan atau konstan, maka minat menonton bernilai sebesar 17,545 dan jika program acara D'Academy Asia mengalami kenaikan per 1 satuan, maka minat menonton dangdut akan naik sebesar 0,122. Selanjutnya pada uji koefisien determinan dapat disimpulkan bahwa program D'Academy Asia 2 (variabel x) berpengaruh sebesar 0,4% terhadap minat menonton dangdut (variabel y) sedangkan sisanya 99,6% di pengaruhi oleh faktor lain dari luar penelitian ini, kemudian setelah penelitian ini dilakukan, hasil akhirnya dapat dibuktikan bahwa H_a diterima di H_o ditolak, dilihat dari signifikan sebesar $0,028 < 0,005$ yang terdapat pengaruh dari program acara d'academy asia 2 (variabel x) terhadap minat menonton Dangdut warga RT 11 RW 03 (variabel y).

C. Definisi Konseptual Dan Oprasional Variabel

1. Definisi Konseptual

- a. Pengaruh Menonton D'Academy Asia 3 di Indosiar merupakan variabel X (Independent) dalam penelitian ini. Untuk mengukur pengaruh menonton D'Academy Asia 3 terhadap pengetahuan sanggar kasimiyah Uin Suska Riau, peneliti melihat kepada perilaku media terhadap Sanggar Kasimiyah Uin Suska Riau.
 - 1) Frekuensi Menonton adalah alat ukur dalam menonton.
 - 2) Durasi Menonton merupakan lamanya selang waktu untuk melihat acara.
 - 3) Orientasi Menonton adalah acara yang sering dilihat di televisi.
 - 4) Akses Menonton adalah media yang digunakan.
 - 5) Kontrol Media adalah pengawasan terhadap media.
- b. Pengetahuan Lagu Dangdut sanggar kasimiyah UIN SUSKA RIAU merupakan variabel Y (dependent) dalam penelitian ini. Berdasarkan penjelasan diatas yang menjadi dimensi dan indicator penelitian dalam pengetahuan lagu dangdut peneliti membuat indicator sebagai berikut :

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.

- 1) Pengetahuan Genre Dangdut adalah pengelompokan music sesuai dengan kemiripanya satu sama lai.
- 2) Pengetahuan Penyanyi Dangdut adalah seniman yang menciptakan dan menyanyikan lagu dangdu.
- 3) Pengetahuan Judul Lagu Dangdut adalah karya yang dihasilkan oleh seniman.
- 4) Pengetahuan Alat Musik Dangdut adalh benda yang dapat berbunyi dalam mengirigi lagu dangdut.

2. Operasional Variabel

Sebagai penjelas dalam penelitian ini, penulis melanjutkan ke konsep operasional, supaya tidak terjadi kesalah pahaman dalam melanjutkan ke jenjang penulisan skripsi dan mempermudah penelitian ini. Untuk menjelaskan permasalahan yaitu pengaruh menonton D'Academy Asia 3 terhadap pengetahuan lagu dangdut sanggar kasimiyah Uin Suska Riau. Penulis menggunakan indicator sebagai berikut :

- a. Pengaruh menonton D'Academy Asia 3 merupakan variabel X (independent) dalam penelitian ini. indikatornya antara lain :
 1. Frekuensi menonton adalah frekuensi menonton D'Academy Asia 3 dalam satu minggu.
 2. Durasi menonton adalah durasi menonton D'Academy Asia 3 permenit dalam satu kali menonton.
 3. Orientasi menonton adalah program acara yang ditayangkan oleh media massa.
 4. Akses media adalah pilihan media meliputi Televisi, Radio, Koran, DVD/VCD dan Internet.
 5. Kontrol media adalah pengawasan terhadap media.
- b. Pengetahuan lagu dangdut sanggar kasimiyah Uin Suska Riau merupakan variabel Y (dependen) . Dalam penelitian ini indikatornya antara lain :
 1. Pengetahuan Terhadap Genre-Genre Lagu Dangdut
 2. Pengetahuan Terhadap Penyanyi-Penyayi Lagu Dangdut

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.

3. Pengetahun Judul-Judul Lagu Dangdut
4. Pengetahan Alat Musik Dalam Lagu Dangdut

Tabel 2.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Instrumen
Perilaku media	<ol style="list-style-type: none"> a. frekuensi menonton b. durasi menonton c. orientasi menonton d. akses media e. control media 	<ol style="list-style-type: none"> a. Berapa kalikah anda menonton D'Academy Asia 3 dalam satu minggu b. Berapa menitkah anda menonton dalam satu kali menonton D'Academy Asia 3 c. Program acara apa saja yang sering kamu tonton di televise d. apa saja media yang dapat kamu akses e. apakah anda sering berdiskusi dengan teman tentang lagu dangdut
Pengetahuan	<ol style="list-style-type: none"> a. pengetahuan genre-genre lagu dangdut b. pengetahuan penyanyi-penyanyi dangdut c. pengetahuan judul lagu dangdut d. pengetahuan alat musik dangdut 	<ol style="list-style-type: none"> a. apakah anda mengetahui genre-genre dangdut b. mengetahui penyanyi – penyanyi dangdut c. mengetahui judul-judul lagu dangdut d. menegetahui alat music dangdut

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.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara adanya hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel (Y). agar memenuhi unsur yang menentukan mengenai ada tidaknya hubungan tersebut.¹⁶

Hipotesis yang dapat digunakan oleh peneliti yaitu :

- H₀ :Tidak terdapat pengaruh menonton D'Academy Asia 3 di indosiar terhadap bpengetahuan lagu dangdut sanggar kasimiyah uin suska riau.
- H_a :Terdapat pengaruh menonton D'Academy Asia 3 di indosiar terhadap pengetahuan lagu dangdut sanggar kasimiyah Uin Suska Riau.

¹⁶ Kasmadi dan N.S Sunariah, *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*, ALFABETA, Bandung, hal. 52.