

# **SKRIPSI**

## **TANGGAPAN DAN KETERTARIKAN IBU RUMAH TANGGA TERHADAP “SINEMA PINTU TAUBAT” DI INDOSIAR**

**(Studi Terhadap Ibu-Ibu Rumah Tangga di Desa  
Baruga, Kec. Towuti, Luwu Timur)**



**FITRAH LELYANI RUSMANA  
1210121033**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS FAJAR  
MAKASSAR  
2017**

# **SKRIPSI**

## **TANGGAPAN DAN KETERTARIKAN IBU RUMAH TANGGA TERHADAP “SINEMA PINTU TAUBAT” DI INDOSIAR**

**(Studi Terhadap Ibu-Ibu Rumah Tangga di Desa  
Baruga, Kec. Towuti, Luwu Timur)**



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi

**FITRAH LELYANI RUSMANA  
1210121033**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS FAJAR  
MAKASSAR  
2017**

# SKRIPSI

## TANGGAPAN DAN KETERTARIKAN IBU RUMAH TANGGA TERHADAP "SINEMA PINTU TAUBAT" DI INDOSIAR (Studi Terhadap Ibu-Ibu Rumah Tangga di Desa Baruga, Kec. Towuti, Luwu Timur)

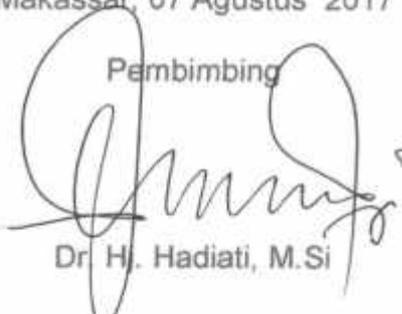
Disusun dan diajukan oleh

**FITRAH LELYANI RUSMANA**  
1210121033

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, 07 Agustus 2017

Pembimbing

  
Dr. Hj. Hadiati, M.Si

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Universitas Fajar

  
Hj. Yusmanizar, S.Sos., M.I.Kom

## SKRIPSI

### TANGGAPAN DAN KETERTARIKAN IBU RUMAH TANGGA TERHADAP "SINEMA PINTU TAUBAT" DI INDOSIAR

(STUDI TERHADAP IBU-IBU RUMAH TANGGA DI DESA BARUGA,  
KEC.TOWUTI, LUWU TIMUR)

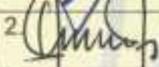
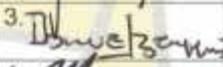
disusun dan diajukan oleh

**FITRAH LELYANI RUSMANA**  
1210121033

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi  
pada tanggal 12 Agustus 2017 dan  
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Dewan Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Muh Akbar, M.Si	Ketua	1. 
2.	Dr. Hj. Hadiati, M.Si	Sekretaris	2. 
3.	Drs. Ibnu Qayyim Na'iem, M.Si	Anggota	3. 
4.	Muh. Bisyrri, S.Ksi., M.I.Kom	Anggota	4. 

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Universitas Fajar

Hj. Yusmanizar, S.Sos., M.I.Kom

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

N a m a : Fitrah Lelyani Rusmana  
N I M : 1210121033  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul "Tanggapan dan Ketertarikan Ibu Rumah Tangga Terhadap Sinema Pintu Taubat di Indosiar (studi terhadap ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur). Adalah karya saya sendiri dan sepanjang saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diroses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 07 Agustus 2017

Yang membuat pernyataan,



**FitrahLelyani Rusmana**

## PRAKATA

*Alhamdulillah*, puji syukur kepada Allah SWT karena atas berkat segala rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Tanggapan Dan Ketertarikan Ibu Rumah Tangga Terhadap Sinema Pintu Taubat Di Indosiar (Studi Terhadap Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur).**

Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Fajar dan sebagai bentuk partisipasi penulis mengembangkan ilmu-ilmu yang telah penulis peroleh selama masa kuliah.

Penulis menyadari banyak kekurangan yang terdapat pada Skripsi ini, karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan. Namun, ini tidak akan dapat selesai tanpa bantuan dari pihak-pihak lain.

Untuk itu penulis mengucapkan dengan penuh rasa syukur dan terima kasih tak terhingga kepada kedua orang tua penulis yang sangat penulis sayangi, bapak Tjetjep Rusmana dan ibu Jumani, yang tidak henti-hentinya mendo'akan dan memberikan dukungan moral serta materi kepada penulis. Serta kepada saudari dan saudara penulis Lilyani Rusmana , Saum Ramadhan Rusmana , Fitri Apriyani Rusmana dan Siti Aisyah Elyani Rusmana yang penulis sayangi dan banggakan.

Ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya juga penulis berikan kepada ibu Dr.Hadiati,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Fajar Makassar dan sekaligus pembimbing yang selalu sabar dengan keuhan penulis saat proses penyusunan skripsi dan terima kasih yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan

mengarahkan penulis dalam rangka penyusunan skripsi ini, selain itu dalam kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Drs H. Sadyly Abdul Djabar, MPA, selaku Rektor Universitas Fajar Makassar.
2. Dr. Hj. Hadiati, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar Makassar.
3. Hj. Yusmanisar, S.Sos,M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Fajar Makassar
4. Abd. Jalil, S.Ksi, M.I.Kom selaku pembimbing akademik
5. Kepada seluruh staf Akademik, dan Perpustakaan Universitas Fajar Makassar yang cukup sabar membantu segala kebutuhan penulis dalam proses pembuatan skripsi.
6. Kepada keluarga besar penulis atas banyak dukungan doa dan harapan.
7. Sahabat-sahabat penulis dari SD sampai sekarang selalu setia membantu, memberi motivasi dan semangat Sri Wahyuni Muslimin Noer S.Pd, Noviani Iskandar S.Pd dan Dewy Afrianti.
8. Sahabat penulis dari awal masuk kuliah sampai sekarang yang selalu memberikan semangat dan mendengarkan keluh kesah penulis Zulfi Nurul Istiqamah, Gadis Nurul Pratiwi, Aisyah Kadir.
9. Sahabat-sahabat mbredest squad yang selalu setia membantu penulis, memberikan semangat yang tiada hentinya Muliawan Rahmat, Asrianto,S.Pd dan ismail terutama penulis ucapkan banyak terima kasih kepada Abdul Kasman Basri dan Sri Wahyuni Muslimin Noer yang setia membantu penulis menyelesaikan skripsi, temani konsul atau bimbingan .
10. Teman-teman seperjuangan komunikasi 2012

11. Kak Soraya Firdausy selaku sekretaris ketua Prodi Ilmu komunikasi, atas saran dan bantuan yang diberikan.

Penulis menyadari betul bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik dari berbagai pihak yang sifatnya membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis sendiri.

Makassar, 07 Agustus 2017

Penulis

**Fitrah Lelyani Rusmana**

## **ABSTRAK**

### **TANGGAPAN DAN KETERTARIKAN IBU RUMAH TANGGA TERHADAP “SINEMA PINTU TAUBAT” DI INDOSIAR**

**(Studi Terhadap Ibu-Ibu Rumah Di Desa Baruga, Kecamatan.Towuti,  
Luwu Timur)**

**FITRAH LELYANI RUSMANA**

**HADIATI**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh keinginan peneliti mengetahui tanggapan dan ketertarikan ibu-ibu rumah tangga terhadap tayangan Sinema Pintu Taubat di Indosiar.

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui tanggapan ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur terhadap Sinema Pintu Taubat, Mengetahui ketertarikan ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur terhadap Sinema pintu taubat.

Penelitian ini dilakukan di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur dengan menggunakan metode Deskriptif Kuantitatif yang bertujuan menggambarkan dan menjelaskan masalah yang diteliti dengan kuesioner yang telah disebar. Berdasarkan table Krecjie dan Morgan jumlah populasi sebanyak 444, maka banyaknya sampel sebanyak 210 adapun responden yang dipilih yaitu yang pernah menonton tayangan Sinema Pintu Taubat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur menanggapi Sinema Pintu Taubat dari lima indikator yang menjadi tolak ukur meliputi tema (86%), isi pesan (91%), alur cerita (84%), adegan-adegan tokoh (87%), serta pesan yang disampaikan sesuai dengan kenyataan di lingkungan sekitar (84%) dengan kategori penilaian sangat baik. Ketertarikan ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur terhadap Sinema Pintu Taubat dapat dikatan sangat tinggi. Terdapat tiga indikator yang digunakan untuk mengukur ketertarikan yaitu frekuensi menonton (80%), durasi menonton (67) dan minat kesukaan (82%).

**Kata Kunci : Tanggapan, Ketertarikan, Sinema Pintu Taubat**

## **ABSTRACT**

### **RESPONSES AND INTEREST OF HOUSEWIFE TO THE “SINEMA PINTU TAUBAT” IN INDOSIAR**

**(Study Of Housewives In The Village Baruga, Districts.Towuti, Luwu Timur)**

**FITRAH LELYANI RUSMANA**

**HADIATI**

This research is based on the desire of researchers to know the responses and interest of housewives to the show of Sinema Pintu Taubat in Indosiar.

This study aims to determine the response of housewives in Baruga Village Towuti District, East Luwu towards Taubat Door Cinema, Knowing the interest of housewives in Baruga Village Towuti District, East Luwu to repentance Cinema.

This research was conducted in Baruga Village, Towuti District, East Luwu by using Quantitative Descriptive method which aims to describe and explain the problems studied with questionnaires that have been disseminated. Based on the Krecjie and Morgan tables the number of population is 444, then the number of samples as many as 210 while the selected respondents who have ever watched the show Sinema Pintu Taubat.

The results showed that housewife in Baruga Village, Towuti Sub-district, East Luwu responded to the Taubat Door Sinema from five indicators which became the benchmark covering theme (86%), message content (91%), storyline (84%), scene -the scenes of the characters (87%), as well as the messages conveyed in accordance with the reality in the neighborhood (84%) with excellent rating categories. The interest of housewives in Baruga Village, Towuti Subdistrict, East Luwu towards Taubat Door Cinema can be very high. There are three indicators used to measure interest: watch frequency (80%), view duration (67) and favorite interest (82%).

**Kata Kunci : Response, Interest, Sinema Pintu Taubat**

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
PRAKATA.....	iv
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Tinjauan Konsep.....	10
2.1.1 Komunikasi.....	10
2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi .....	13
2.1.3 Komunikasi Massa .....	17
2.1.4 Ciri-ciri komunikasi massa .....	19
2.1.5 Media Massa .....	23
2.1.6 Karakteristik Media Massa .....	24
2.1.7 Televisi .....	25

2.1.8 Televisi Sebagai Media Massa Elektronik.....	27
2.1.9 Pengertian Tanggapan Dalam Komunikasi.....	30
2.1.10 Proses Terjadinya Tanggapan.....	33
2.1.11 Sinema .....	36
2.1.12 Sinetron.....	37
2.1.13 Khalayak .....	39
2.1.14 Indosiar TV .....	42
2.2 Tinjauan Teori.....	43
2.2.1 Teori S.O.R ( <i>Stimulus-Organism-Respons</i> ) .....	43
2.2.2 Teori Uses and Gratification .....	45
2.3 Tinjauan Empirik.....	47
2.4 Kerangka Pemikiran.....	46
2.5 Definisi Operasional.....	51
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>53</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	53
3.2 Tempat dan Waktu.....	53
3.3 Populasi dan Sampel .....	53
3.3.1 Populasi .....	53
3.3.2 Sampel.....	54
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	55
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.6 Pengukuran Variabel Penelitian .....	56
3.7 Instrumen Penelitian .....	57
3.8 Analisis Data.....	57
<b>BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
4.1 Deskripsi Data Hasil Penelitian .....	58
4.2 Identitas Responden .....	59

4.2.1 Usia .....	59
4.2.2 Pendidikan .....	60
4.2.3 Jumlah Anak .....	61
4.3 Tanggapan Ibu-Ibu Rumah Tangga Terhadap Sinema Pintu Taubat .....	62
4.4 Ketertarikan Ibu-Ibu Rumah Tangga Terhadap Sinema Pintu Taubat .....	67
4.5 Pembahasan.....	72
4.6 Tanggapan .....	75
4.7 Ketertarikan .....	75
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>77</b>
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>79</b>

## DAFTAR TABEL

1.1 Televisi Swasta Yang Paling Sering Ditonton.....	4
1.2 Kepemilikan Televisi di Desa Baruga.....	6
1.3 Data Ibu Rumah Tangga di Desa Baruga .....	7
1.4 Survei Awal penelitian.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu (Tanggapan Masyarakat Kel.Karampuang Terhadap Sinetron Namaku Mentari di RCTI .....	47
2.2 Penelitian Lainnya (Pengaruh Serial Uttaran Terhadap Aktivitas Ibu Rumah Tangga di Kelurahan Parang Kec.Mamajang Kota Makassar .....	49
2.3 Penelitian Lainnya (Tanggapan Santri IMMIM Putra Makassar Terhadap Tayangan Sinetron Rahasia Ilahi.....	50
3.1 Data Ibu Rumah Tangga Desa Baruga Kec.Towuti, Luwu Timur .....	54
4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	60
4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Anak .....	61
4.4 Distribusi Responden Terhadap Tema Tayangan Sinema Pintu Taubat .	62
4.5 Distribusi Responden Terhadap Isi Pesan Tayangan Sinema Pintu Taubat .....	63
4.6 Distribusi Responden Terhadap Alur Cerita Tayangan Sinema Pintu Taubat .....	64
4.7 Distribusi Responden Terhadap Adegan Tokoh-Tokoh Tayangan Sinema Pintu Taubat .....	65
4.8 Distribusi Responden Terhadap Pesan Yang Disampaikan Dalam Tayangan Sinema Pintu Taubat Sesuai Dengan Kenyataan Yang Ada Di Lingkungan Sekitar .....	66
4.9 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur Dalam Menonton Sinema Pintu Taubat .....	67
4.10 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur Dalam Menonton Sinema Pintu Taubat .....	68

4.11 Distribusi Responden Berdasarkan Lamanya (Durasi) Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur Dalam Menonton Sinema Pintu Taubat .....	69
4.12 Distribusi Responden Berdasarkan Lamanya (Durasi) Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur Dalam Menonton Sinema Pintu Taubat .....	70
4.13 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Kesukaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur Dalam Menonton Sinema Pintu Taubat .....	70
4.14 Distribusi Responden Berdasarkan Faktor Yang Membuat Ketertarikan Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur Dalam Menonton Sinema Pintu Taubat.....	71

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Pemikiran.....	51
3.1 Rumus Krecjie dan Morgan.....	55

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Di zaman seperti ini, bukan mustahil apabila kegiatan manusia tidak lepas dari media massa. Media memberikan banyak pengetahuan untuk penontonnya. Bahkan bukan hanya sekedar pengetahuan, manusia juga mendapatkan hiburan yang tak terbatas. Mulai dari membuka mata sampai kembali memejamkan mata, semuanya saling berhubungan. Pada pagi hari, biasanya kebanyakan orang membaca koran atau menonton berita di televisi.

Media elektronik televisi termasuk ke dalam media massa karena sifat informasinya yang konvergen. Informasi dapat diterima secara bersamaan oleh reseptor lebih dari satu orang. Menurut Jalaluddin Rakhmat, di dalam buku Psikologi Komunikasi, definisi komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Media Massa adalah media komunikasi yang menyebarkan informasi secara massal dan khalayak memperhatikan pesannya secara bersamaan. Sebagaimana diketahui organisasi media massa, mereka inilah yang akan menyeleksi setiap informasi yang akan disiarkan atau tidak disiarkan, bahkan mereka memiliki kewenangan untuk memperluas, membatasi informasi yang akan disiarkan .

Televisi merupakan media yang dimiliki oleh hampir seluruh masyarakat Indonesia. Televisi dengan berbagai program acaranya sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari berbagai lapisan masyarakat tersebut. Seiring dengan

perkembangan media televisi bahwa masih menjadi medium utama yang dikonsumsi masyarakat Indonesia (95%), disusul oleh internet (33%), radio (20%), surat kabar (12%), tabloid (6%), dan majalah (5%). Namun ketika di lihat lebih lanjut, ternyata terdapat perbedaan yang sangat menarik antara pola konsumsi media di kota-kota jawa bila dibandingkan dengan luar jawa. Konsumsi media televisi lebih tinggi diluar jawa (97%), di susul radio (37%), internet (32%), Koran (26%), bioskop (11%), tabloid (9%) dan majalah (5%). (<http://www.nielsen.com/id/ed/press-room/2014/Nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html>/di akses 6 april 2017).

Salah satu program yang selalu bisa menarik banyak audiens adalah program hiburan. Maka tidak heran jika program hiburan selalu menjadi senjata bagi stasiun televisi swasta. Program jenis ini selalu mendapat porsi yang lebih dibanding program televisi lainnya. Berkaitan dengan hal tersebut, berbagai jenis program hiburan telah dibuat. Seperti tren mode pada dunia fashion, media televisi pun memiliki pergantian tren program hiburan favorite, mulai dari film dan program kuis.

Film tersebut menggambarkan peran religi dan menampilkan adegan kekerasan di dalam rumah tangga, peran seorang muslimah yang tertindas, teraniyaya, didzalimi, peran wanita dan laki-laki yang bukan mukhrim dan balasan terhadap orang-orang yang telah berbuat kemungkaran di dunia. Artinya apa yang terjadi di dunia merupakan ujian dan azab dan tidak azab tersebut tidak selalu sebuah hubungan sebab akibat.

Sinema Pintu Taubat siang salah satu progam film televisi Indosiar siang yang tergolong film bernuansa religi yang merangkup kehidupan di dalam rumah tangga yang menggambarkan kisah anak-anak, sampai film yang seringkali menggambarkan tindakan kekerasan, terutama kekerasan dalam rumah tangga.

Seringkali tayangan film yang menggambarkan tentang kekerasan menjadi perdebatan di kalangan masyarakat yang menontonnya. Apalagi tayangan kekerasan tersebut adalah kekerasan yang terjadi dalam keluarga (Rumah Tangga). Karena ini bisa saja berdampak positif atau bahkan berdampak negatif terhadap yang menontonnya. Pesan dari kisah-kisah yang diangkat.

Perkembangan dunia pertelevisian Indonesia mulai marak sejak pemerintah mengeluarkan izin kehadiran televisi swasta untuk mengudara pada tahun 1989. Pada saat ini terdapat 16 stasiun televisi di Indonesia diawali munculnya TVRI sebagai satu-satunya stasiun televisi yang mampu menjangkau wilayah nusantara pada tahun 1962, dan disusul munculnya stasiun televisi swasta diantaranya RCTI pada tahun 1986, SCTV tahun 1990, TPI pada tahun 1991 yang namanya telah diganti menjadi MNCTV pada tahun 2010, ANTV pada tahun 1993, Indosiar pada tahun 1995, Q channel pada tahun 1998 yang namanya telah diganti menjadi Berita Satu pada tahun 2011, MetroTV pada tahun 2000, TransTV dan TV7 pada tahun 2001 yang namanya telah diganti menjadi Trans7 pada tahun 2006, Global TV pada tahun 2002, TvOne pada tahun 2008, B-Channel pada tahun 2009 yang telah diganti nama menjadi RTV pada tahun 2014 serta Kompas Tv pada tahun 2011 dan NET tahun 2013. ([https://id/Wikipedia.org/wiki/Daftar\\_stasiun\\_televisi\\_diIndonesia](https://id/Wikipedia.org/wiki/Daftar_stasiun_televisi_diIndonesia))

Dari sekian banyak stasiun televisi yang bersiaran di Indonesia , ada 14 televisi swasta yang paling sering di tonton oleh masyarakat Indonesia yaitu :

**Table 1.1**  
**Televisi Swasta Yang Paling Sering Ditonton (per 21 Juli 2017)**

<b>NO</b>	<b>STASIUN TV</b>	<b>JUMLAH PENONTON</b>
1	ANTV	16,5 %
2	RCTI	14,5%
3	MNCTV	12,6%
4	Indosiar	12,3%
5	SCTV	11,2%
6	TRANS7	7,4%
7	TRANSTV	5,6%
8	TVONE	3,8%
9	GLOBAL TV	3,7%
10	RTV	3,3%
11	NET	3,1%
12	METROTV	1,4%
13	KOMPASTV	1,1%
14	INEWSTV	1.0%

(sumber: Nielsen Audinece Measurement 2017)

Berdasarkan table 1.1 diatas televisi swasta yang paling sering ditonton diatas menurut Nielsen Audinece Measurement bahwa Indosiar masuk dalam tingkat keempat dengan jumlah penonton 12,3%. Indosiar merupakan televisi swasta nasional yang memiliki pemirsa yang cukup banyak. Artinya program-program yang ditayangkan oleh Indosiar cukup diminati oleh masyarakat. Seperti umumnya stasiun televisi , Indosiar menyajikan program acara yang ditujukan untuk hiburan, kemudian dan informasi. Sinema Pintu Taubat merupakan satu-satunya program bernuansa religi yang dikemas dalam bentuk sinetron. Walaupun tidak menduduki rating yang tinggi, namun program ini cukup banyak peminatnya khususnya ibu-ibu rumah tangga. Hal ini sangat dimungkinkan

karena jam tayang program ini pukul 13:00 sampai 15:00 WITA yang bertepatan dengan jam istirahat ibu-ibu rumah tangga, serta tema yang diangkat lebih banyak berkaitan dengan kehidupan rumah tangga.

Berdasarkan data survey ac Nielsen menunjukkan bahwa masyarakat di wilayah timur memiliki tingkat akses yang tinggi terhadap televisi (97%). Demikian pula masyarakat di Sulawesi selatan, termasuk didalamnya masyarakat Desa Baruga Kecamatan Towuti Kabupaten Luwu Timur. Hampir semua warga masyarakat Desa Baruga memiliki media televisi dirumahnya, dan menjadi sumber utama informasi, hiburan, dan pendidikan, khususnya bagi ibu rumah tangga.

Adapun Data kepemilikan televisi di Desa Baruga dapat kita dilihat dalam table 1.2 sebagai berikut :

**Tabel 1.2**  
**Kepemilikan Televisi Di Desa Baruga**

NO	NAMA JALAN DI DESA BARUGA	JUMLAH TV
1	Jalan Diponegoro	49
2	Jalan Hasanuddin	53
3	Jalan Sawerigading	41
4	Jalan Patimura	42
5	Jalan Yos Sudarso	21
6	Jalan Duku	14
7	Jalan Gatot	4
8	Jalan Salak	6
9	Jalan Durian	13
10	Jalan Langsung	32
11	Jalan Rambutan	38
12	Jalan Apel	13
13	Jalan Jeruk	11
14	Jalan Manggis	13
15	Jalan Mangga	10
JUMLAH		360

*(sumber data Desa Baruga Kecamatan Towuti,2016)*

Berdasarkan table 1.2 diatas menunjukkan bahwa kepemilikan televisi di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur terdapat 15 jalan dimana jalan di ponegoro terdapat 49 unit televisi, jalan hasanuddin 53 unit televisi, jalan

sawerigading 41 unit televisi, jalan patimura 42 unit televisi, jalan yos sudarso 21 unit televisi, jalan duku 14 unit televisi, jalan gatot 4 unit televisi, jalan salak 6 unit televisi, jalan durian 13 unit televisi, jalan langsung 32 unit televisi, jalan rambutan 38 unit televisi, jalan apel 13 unit televisi, jalan jeruk 11 unit televisi, jalan manggis 13 unit televisi dan jalan mangga 10 unit televisi dengan jumlah keseluruhan kepemilikan televisi di Desa Baruga sebanyak 360 unit televisi.

**Table 1.3**

**Data Ibu Rumah Tangga Di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur**

No	Nama Dusun	Jumlah
1	Dusun Hasanuddin	128
2	Dusun Apundi	112
3	Dusun Baruga	60
4	Dusun Ampulili	92
5	Dusun Wawomeusa	52
Jumlah		444

*(sumber data kantor Desa Baruga kecamatan Towuti,2017)*

Berdasarkan table 1.3 diatas menunjukkan jumlah ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur dari dusun Hasanuddin dan yaitu 128 responden , dusun Apundi 112 responden , dusun Baruga 60 responden, dusun Ampulili 92 responden, dan dusun Wawomeusa 52 responden jjadi jumlah ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur yaitu 444 ibu-ibu rumah tangga.

Adapun survei awal yang dilakukan yaitu riset awal dilokasi penelitian ini di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur pada tanggal 15 maret 2017, dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 50 kuesioner di Desa Baruga untuk

mengambil kesimpulan jumlah ibu-ibu rumah tangga yang tahu bahkan sering menonton tayangan Sinema Pintu Taubat di Indosiar. Berikut adalah tabel data hasil survei awal yang dilakukan peneliti pada Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur :

**Tabel 1.4**  
**Survei Awal Penelitian**

Usia	Frekuensi (F)	Pendidikan
20-30 TAHUN	20	SMA
31-40 TAHUN	15	SMP
41-50 TAHUN	5	SD
51-60 TAHUN	10	SD

(sumber:Kuesioner survei Awal Penelitian,2017)

Berdasarkan hasil survei di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur banyak yang mengetahui bahkan sering menonton tayangan sinema pintu taubat tersebut. Adapun kelompok usia ibu-ibu rumah tangga terbanyak menonton tayangan Sinema pintu taubat tersebut yaitu usia 20-30.

Berdasarkan pemikiran diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti "Tanggapan dan Ketertarikan Ibu Rumah Tangga Terhadap "Sinema Pintu Taubat" Di Indosiar (Studi Terhadap Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur) untuk mendapatkan data sesuai tujuan peneliti.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka masalah yang akan dikaji pada masalah penelitian ini dibagi menjadi dua pertanyaan yaitu :

1. Bagaimana Tanggapan Ibu Rumah Tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur terhadap Sinema Pintu Taubat ?

2. Bagaimana ketertarikan Ibu Rumah Tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur terhadap Sinema Pintu Taubat ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui tanggapan Ibu Rumah Tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur terhadap Sinema Pintu Taubat.
2. Untuk mengetahui ketertarikan Ibu Rumah Tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur terhadap Sinema Pintu Taubat.

### **1.4 Kegunaan penelitian**

- a. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya kajian teori tentang media massa.

- b. Secara praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi produsen film atau sinetron untuk dapat memproduksi sinetron yang edukatif sesuai dengan harapan masyarakat

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Konsep**

##### **2.1.1 Komunikasi**

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris communication berasal dari kata Latin communicatio, dan bersumber dari kata communis yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Jadi, kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna.

(<https://dapidsaputra.wordpress.com/2013/10/14/pengertian-komunikasi/diakses> 22 maret 2017)

Komunikasi selalu menghendaki adanya paling sedikit tiga unsur ; sumber (source) , pesan (message), dan sasaran (destination). Sumber dapat merupakan perorangan (seseorang yang sedang berbicara, menulis, menggambar, melakukan suatu gerak-gerik) atau sebuah organisasi komunikasi (seperti surat kabar , biro publikasi, studio televisive, studio film ).

Pesan atau message dapat berwujud tinta di atas kertas, gelombang radio di udara , daya tekan aliran listrik, lambaian tangan, kibaran bendera, atau tanda-tanda lain, yang apabila di interprestasikan mempunyai arti tertentu. Sasaran dapat merupakan seseorang yang sedang mendengarkan, memperhatikan atau membaca atau seorang anggota suatu kelompok, seperti kelompok diskusi , hadirin yang sedang mendengarkan ceramah , penonton

sepak bola ,dan anggota gerombolan (mob) atau seorang kelompok khusus yang kita sebut massa ( mass audience) seperti pembaca surat kabar atau penonton televisi. (Effendy 2005:22,23)

Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan lain perkataan, mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang dibawakan oleh bahasa itu. Jelas bahwa percakapan kedua orang tadi dapat dikatakan *komunikatif* apabila keduanya selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahan yang dipercakapkan.

Menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah *upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap*. Definisi Hovland di atas menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (public opinion) dan sikap public (attitude public) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peran yang amat penting.

Menurut Effendy, Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia. Yang dinyatakan adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya Dalam “bahasa” komunikasi pernyataan dinamakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*) sedangkan orang yang menerima pernyataan diberi nama komunikan (*communicatee*). Komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Komunikasi memiliki tujuan yaitu untuk mengubah sikap, mengubah opini, mengubah perilaku dan

mengubah masyarakat. Komunikasi memiliki fungsi antara lain yaitu menginformasikan, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi.

Komunikasi berasal dari bahasa latin *Communication* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran pikiran. Jadi, secara garis besar, dalam proses komunikasi haruslah terdapat unsur - unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran dan pengertian antara komunikator (penyebarnya) dan komunikan (penerima pesan). (Suprpto,2011:5). Proses komunikasi dapat diartikan sebagai transfer informasi atau pesan (*message*) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima sebagai komunikan.

Dalam proses komunikasi tersebut bertujuan untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*) antara kedua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi. Proses komunikasi adalah setiap langkah mulai dari saat menciptakan informasi sampai dipahami oleh komunikan. Komunikasi adalah sebuah proses, sebuah kegiatan yang berlangsung kontinu. Joseph De Vito (1996) mengemukakan komunikasi adalah transaksi. Hal tersebut dimaksudkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses di mana komponen – komponen saling terkait. Bahwa pelaku komunikasi beraksi dan bereaksi sebagai satu kesatuan dan keseluruhan. (Suprpto:2011:7)

Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society* dalam Effendy (2005: 10), mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect?*

Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

- a. Komunikator (*communicator, source, sender*)

- b. Pesan (*message*)
- c. Media (*channel, media*)
- d. Komunikan (*communicant, communicatee, receiver, recipient*)
- e. Efek (*effect, impact, influence*)

Jadi berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

### **2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi**

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, maka jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu.

Terdapat beberapa macam pandangan tentang banyaknya unsur atau elemen yang mendukung terjadinya komunikasi. Ada yang menilai bahwa terciptanya proses komunikasi, cukup di dukung oleh tiga unsur, sementara ada juga yang menambahkan umpan balik dan lingkungan selain kelima unsur yang telah disebutkan.

Aristoteles, ahli filsafat Yunani Kuno pada bukunya "*rhetorica*" menyebutkan bahwa proses komunikasi memerlukan tiga unsur yang mendukungnya, yakni siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan dan siapa yang mendengarkan. Pandangan Aristoteles ini oleh sebagian besar pakar komunikasi dinilai lebih tepat untuk mendukung suatu proses komunikasi publik dalam bentuk pidato atau retorika. Hal ini bisa dimengerti, karena pada zaman Aristoteles retorika menjadi bentuk komunikasi yang sangat populer bagi masyarakat Yunani.

Claude E. Shannon dan Warren Weaver (1949) (Cangara, 2005:21), dua orang insinyur listrik mengatakan bahwa terjadinya proses komunikasi

memerlukan lima unsur pendukungnya, yakni pengirim, transmitter, signal, penerima dan tujuan. Kesimpulan ini didasarkan atas hasil studi yang mereka lakukan mengenai pengiriman pesan melalui radio dan telepon. Meski pandangan Shannon dan Weaver pada dasarnya berasal dari pemikian proses komunikasi elektronika, tetapi para sarjana yang muncul di belakangnya mencoba menerapkannya dalam proses komunikasi antar manusia.

Awal tahun 1960 David K. Berlo membuat formula komunikasi yang lebih sederhana. Formula itu dikenal dengan nama "SMCR", yakni *Source* (pengirim), *Message* (pesan), *Channel* (saluran dan media), dan *Receiver* (penerima). Tercatat juga Charles Osgood, Gerald Miller dan Melvin L. de Fleur menambahkan lagi unsur efek dan umpan balik (*feedback*) sebagai pelengkap dalam membangun komunikasi yang sempurna. Kedua unsur ini nantinya lebih banyak dikembangkan pada proses komunikasi antar pribadi (personal) dan komunikasi massa. Perkembangan terakhir adalah munculnya pandangan dari Joseph de Vito, K. Sereno dan Erika Vora yang menilai faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi.

a. Sumber

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikastor atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source*, *sender* atau *encode*.

b. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan

cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *content* atau *information*.

#### c. Media

Media yang dimaksud di sini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antar pribadi panca indera dianggap sebagai media komunikasi. Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, dimana setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan kedalam dua kategori, yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti halnya surat kabar, majalah, buku, *leaflet*, brosur, stiker, buletin, *hand out*, poster, spanduk, dan sebagainya. Sedangkan media elektronik antara lain: radio, film, televisi, *video recording*, komputer, *electronic board*, *audio cassette* dan sebagainya.

#### d. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa saja satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *audience* atau *receiver*. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika suatu

pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang seringkali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan atau saluran.

e. Efek

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang, karena pengaruh juga bisa diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

f. Umpan balik

Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima. Misalnya sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan sebelum dikirim, atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sebelum sampai ke tujuan. Hal-hal seperti ini menjadi tanggapan balik yang diterima oleh sumber.

g. Lingkungan

Lingkungan atau situasi adalah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.

Lingkungan fisik menunjukkan bahwa suatu proses komunikasi hanya bisa terjadi kalau tidak terdapat rintangan fisik, misalnya geografis. Komunikasi

seringkali sulit dilakukan karena faktor jarak yang terlalu jauh, dimana tidak tersedia fasilitas komunikasi seperti telepon, kantor pos atau jalan raya.

Lingkungan sosial menunjukkan faktor sosial budaya, ekonomi dan politik yang bisa menjadi kendala terjadinya komunikasi, misalnya kesamaan bahasa, kepercayaan, adat istiadat, dan status sosial.

Dimensi psikologis adalah pertimbangan kejiwaan yang digunakan dalam berkomunikasi. Misalnya menghindari kritik yang menyinggung perasaan orang lain, menyajikan materi yang sesuai dengan usia khalayak. Dimensi psikologis ini biasa disebut dimensi internal (Vora, 1979 dalam Cangara, 2005: 27).

Sedangkan dimensi waktu menunjukkan situasi yang tepat untuk melakukan kegiatan komunikasi. Banyak proses komunikasi tertunda karena pertimbangan waktu, misalnya musim. Namun perlu diketahui karena dimensi waktu maka informasi memiliki nilai. Jadi, setiap unsur memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi. Bahkan ketujuh unsur ini saling bergantung satu sama lainnya. Artinya, tanpa keikutsertaan satu unsur akan memberi pengaruh pada jalannya komunikasi (Cangara, 2005:21-27).

### **2.1.3 Komunikasi Massa**

Komunikasi massa diberi makna secara berbeda oleh para ahli berdasarkan sudut pandang masing-masing. Hal yang mendasar dan membedakan tatanan komunikasi massa dengan komunikasi lainnya adalah pembaguan media massa, seperti yang dikemukakan oleh Ardianto dan Erdinaya (2004 : 3) bahwa :

Komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi 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 televise, keduanya dikenal sebagai media elektronik; surat kabar dan majalah, keduanya disebut sebagai media cetak; serta media film.

Berdasarkan pengertian diatas, jadi komunikasi mass adalah komunikasi menggunakan media massa, seperti radio siaran, televise, surat kabar, majalah, film dan sebagainya. Pengertian yang sama dikemukakan oleh Wiryanto (2004 : 69) bahwa :

Komunikasi massa diadopsi dari istilah bahasa inggris, *mass communication*, sebagai kependekan dari *mass media communication* (komunikasi massa), artinya “komunikasi yng menggunakan media massa atau komunikasi yang *massa mediated*”. Istilah *mass communications* atau *communications* dapat diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa (mass media) sebagai kependekan *media of massa*.

Demikian pula pool (dalam Wiryanto, 2000 : 3) mendefinisikan komunikasi massa sebagai komunikasi komunikasi yang berlangsung dalam situasi interposed ketika antara sumber dan penerima tidak terjadi kontak secara langsung, pesan-pesan komunikasi mengalir kepada penerima melalui saluran-saluran media massa, seperti surat kabar, radio, televise, atau film.

Berdasarkan ketiga pengertian di atas, dapat dipahami bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang berlangsung antara sumber dan penerima tidak terjadi kontak secara langsung, pesan-pesan yang disampaikan menggunakan media massa seperti: surat kabar, majalah, radio, televise, atau film.

#### **2.1.4 Ciri-Ciri Komunikasi Massa**

Menurut Nurudin dalam bukunya ciri-ciri komunikasi massa adalah :

1. Komunikator dalam Komunikasi massa melembaga ; media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu

institusi atau organisasi. Oleh karena itu, komunikatornya, melembaga atau dalam bahasa asing disebut *institutionalized communicator*. Komunikator pada komunikasi massa, seperti halnya wartawan, dalam penyebarluasan pesan komunikasinya bertindak atas nama lembaga, sejalan dengan kebijaksanaan stasiun televisi yang diwakilinya. Ia tidak punya kebebasan individual.

2. Pesannya bersifat umum ; pesan yang disebarakan melalui media massa bersifat umum, jadi tidak ditujukan kepada perorangan atau kepada sekelompok tertentu. Hal itulah yang anatara lain membedakan media massa dengan media nirmassa, seperti surat, telepon, dan telegram.
3. Komunikasinya berlangsung satu arah ; ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator. Dengan kata lain, wartawan sebagai komunikator tidak mengetahui para penontonnya terhadap pesan atau berita yang disiarkannya. Sebagai konsekwensinya dari seperti itu, komunikator pada komunikasi massa harus melakukan perencanaan dan persiapan sedemikian rupa sehingga pesan yang disampaikan kepada komunikan harus komunikatif, dalam arti harus diterima secara indrawi dan secara rohani pada satu kaali penyiaran.
4. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan ; ciri lain dari media massa adalah kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan (*simultanelty*) pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarakan. Pesan yang disampaikan melalui televise akan diterima secara serentak oleh ribuan, bahkan jutaan orang.
5. Komunikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen ; komunikan atau khalayak merupakan kumpulan anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator bersifat heterogen. Dalam keberadaannya secara terpencar-pencar,

dimana satu sama lainnya tidak mengenal dan tidak memiliki kontak pribadi, masing-masing berbeda jenis kelamin, usia, pengalaman dan sebagainya. Heterogenitas khalayak seperti itulah yang menjadi kesulitan seorang komunikator dalam menyebarkan pesannya melalui media massa karena setiap individu dari khalayak itu menghendaki agar keinginannya dipenuhi. Satu-satunya cara untuk dapat mendekati keinginan seluruh khalayak sepenuhnya ialah dengan mengelompokkan mereka menurut jenis karakteristik pribadi mereka.

Berdasarkan ciri heterogenitas komunikasi sebagai diuraikan di atas dan dikaitkan dengan ciri yang disebutkan pertama, yakni komunikasi massa berlangsung satu arah, maka komunikator yang menangani atau yang menggunakan media massa harus melakukan perencanaan yang matang sehingga pesan yang disebarkannya benar-benar komunikatif. (Nurudin 2015 : 19-28)

Menurut Laswell dan Wright (1975), ada empat fungsi komunikasi massa :

1. Pengawasan lingkungan, fungsi ini menunjukkan pada upaya pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai berbagai peristiwa yang terjadi di dalam dan di luar suatu lingkungan masyarakat.
2. Korelasi antarbagian dalam masyarakat untuk menanggapi lingkungan, fungsi ini meliputi interpretasi terhadap informasi dan preskripsi (member petunjuk atau alternative) untuk mencapai konsensus dalam upaya mencegah konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan akan terjadi karena adanya informasi tentang lingkungan tersebut.
3. Sosialisasi atau pewarisan nilai-nilai, fungsi ini menunjukkan pada upaya transmisi dan pendidikan nilai-nilai serta norma-norma dari suatu generasi kepada generasi yang berikutnya atau suatu sekelompok masyarakat terhadap para anggota kelompoknya yang baru.

4. Hiburan, fungsi ini menunjukkan pada upaya-upaya komunikatif yang bertujuan memberikan hiburan pada khalayak luas.

Hiebert Ungurait dan Bohn (1975) mengemukakan bahwa pada dasarnya komponen komunikasi massa terdiri dari :

1. Communicator : pengirim pesan dalam komunikasi massa bukan seorang individu melainkan suatu institusi yang terlembagakan, yang merupakan gabungan dari berbagai pihak.
2. Codes and content : codes merupakan sistem simbol yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikasi. Sementara content merupakan isi pesan yang disampaikan. Dalam komunikasi massa, codes bisa berbeda beda di tiap institusi media, namun kontennya dapat memiliki kesamaan.
3. Gatekeeper : Gatekeeper bisa dipandang sebagai individu-individu atau sekelompok orang yang memantau arus informasi dalam sebuah saluran komunikasi massa (Bittner, 1996). Gatekeeper berperan penting dalam pemilihan pesan yang sampai pada audience (khalayak). Mereka yang masuk kedalam golongan ini adalah diantaranya reporter, editor (Nuruddin, 2007), redaktur, direktur. Setiap media massa pasti memiliki gatekeeper ,namun tidak ada jabatan gatekeeper dalam struktur organisasi media massa karena gatekeeper adalah sebuah pelaksana fungsi yaitu mengevaluasi isi media agar sesuai dengan kebutuhan audience.
4. Regulator : merupakan semacam filter yang menyaring berbagai informasi sebelum informasi dalam media itu sampai ke tangan khalayak. Regulator melibatkan banyak pihak.

Regulator bisa merupakan pemerintah yang membatasi konten media dll, misalnya di Indonesia ada Komisi Penyiaran Indonesia (KPI)

5. The media : media sendiri dapat merujuk pada bentuk bentuk yang digunakan oleh awak media untuk menyampaikan pesan. Dapat berupa media cetak dan media elektronik.
6. Filter merupakan semacam penyaring yang terdapat pada tiap tiap khalayak yang berfungsi sebagai pemilah mana informasi yang akan diambil dan digunakan, dan hal ini berkaitan erat atau sangat dipengaruhi oleh 3 faktor, yakni kondisi budaya,tatanan psikologi, kondisi fisik.
7. Audience : merupakan penerima pesan dari media massa.
8. Feedback : respon atau tanggapan dari masyarakat terhadap informasi yang disampaikan oleh media massa. Adanya respon ini merupakan salah satu penanda keberhasilan komunikasi.

(<https://nensisilvia.wordpress.com/2015/07/07/karakteristik-komponen-komunikasi-massa/> 22 maret 2017)

### **2.1.5 Media Massa**

Pengertian komunikasi massa memiliki banyak perbedaan sudut pandang dari para ahli, seperti yang dikemukakan oleh teori-teori sebagai berikut.

Fokus kajian dalam komunikasi massa adalah media massa, institusi yang menebarkan informasi berupa pesan berita, peristiwa atau produk budaya yang mempengaruhi dan menefleksikan suatu masyarakat (Bungin, 2008; 258).

Berdasarkan pengertian diatas, peneliti memahami bahwa media massa adalah suatu alat informasi pesan berupa pesan, peristiwa atau produk yang dapat mempengaruhi suatu masyarakat.

Media massa (mass media) adalah media komunikasi yang mampu menimbulkan keserempakan, dalam arti kata khalayak dalam jumlah yang relatif sangat banyak secara bersama-sama pada saat yang sama memperhatikan pesan yang dikomunikasikan melalui media tersebut, misalnya surat kabar, radio siaran, televisi siaran, dan film teatrikal yang ditayangkan di gedung bioskop (Effendy, 1989 : 217)

Berdasarkan pengertian diatas, peneliti memahami bahwa media massa adalah media komunikasi khalayak yang secara bersama-sama memperhatikan pesan yang disampaikan melalui media seperti surat kabar, radio siaran, televisi, maupun media cetak.

Berdasarkan pengertian dari pendapat para ahli, peneliti menangkap kesimpulan bahwa media massa adalah media komunikasi yang menyebarkan informasi secara massal dan khalayak memperhatikan pesannya secara bersamaan. Sebagaimana diketahui organisasi media massa, mereka inilah yang akan menyeleksi setiap informasi yang akan disiarkan atau tidak disiarkan, bahkan mereka memiliki kewenangan untuk memperluas, membatasi informasi yang akan disiarkan tersebut.

#### **2.1.6 Karakteristik Media Massa**

Menurut Drs.Elvino dan Lukiati media massa memiliki karakteristik sendiri, yaitu :

##### **a) Melembaga**

Dalam media massa, pihak yang mengelola media melibatkan banyak individu. Mulai dari pengumpulan, pengelolaan, sampai

pada penyajian informasi. Pengelolaan media massa juga sangat melibatkan pemberi informasi yang memiliki peran yang penting diantaranya :

- 1) Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, seperti dunia dan masyarakat.
  - 2) Mencari rasa ingin tahu dan minat umum.
  - 3) Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.
  - 4) Belajar, pendidikan diri sendiri.
  - 5) Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.
- (Nurudin, 2004 : 16-18)

b) Bersifat satu arah

Penyampaian pesan melalui media massa cenderung satu berjalan satu arah. Umpan balik dari penerima (khalayak).

c) Jangkauan luas

Media massa memiliki kemampuan menghadapi jangkauan yang lebih luas dan kecepatan dari segi waktu. Juga bergerak secara luas dan simultan dimana dalam waktu bersamaan informasi yang disebarkan dapat diterima oleh banyak individu.

d) Massa tak terbatas

Oesan yang disampaikan dapat diserap oleh siapa saja tanpa membedakan faktor demografis, seperti jenis kelamin, usia, suku bangsa bahkan tingkat pendidikan. Dalam hal tersebut, sangat dibutuhkan integrasi dan interasi sosial yang diantaranya :

- 1) Mmperoleh teman selain manusia
- 2) Membantu menjalankan peran sosail
- 3) Menemukan bahan percakapan dan interkasi sosail

e) Dalam penyampaian pesan, butuh peralatan teknis dan mekanis.

### 2.1.7 Televisi

Televisi adalah media massa yang menggunakan alat-alat elektronik dengan memadukan radio (broadcast) dalam film (*moving picture*). Para penonton di rumah-rumah tak mungkin menangkap siaran televisi, kalau tidak ada unsur-unsur radio. Dan tak mungkin dapat melihat-lihat gambar bergerak pada layar pesawat televisi, jika tidak ada unsur-unsur film (Effendy, 2000:124). Awal mula siaran televisi di dunia di mulai pada tahun 1924, namun di Indonesia siaran televisi pertama kali dimulai pada tahun 1962 untuk mempersiapkan liputan pada pesta olahraga asia (asian games) di Jakarta yang diadakan tahun 1964. Saat itu masyarakat Indonesia amatlah terpujau dengan siaran televisi meskipun hanya siaran televisi hitam putih. Boomingnya televisi di mulai pada tahun 1992 ketika RCTI mulai mengudara dengan bantuan decoder.

Saat ini di Indonesia bagaimanapun canggih dan hebatnya sebuah stasiun tv tidak bisa lepas dari TVRI sebagai cikal bakal penyiaran televisi Indonesia. Tahun 1961 TVRI diputuskan sebagai media pemerintah pertama kali walaupun di saat itu Indonesia masih tergolong muda dan baru dari kemerdekaannya. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, televisi adalah system penyiaran gambar yang disertai dengan bunyi (suara) melalui kabel atau melalui angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas-berkas cahaya dapat dilihat dan didengar. Peran media massa penyiaran amat menonjol,

Ada beberapa jenis program acara televisi, yaitu ;

a. Program televisi

Program siaran drama berisi cerita fiksi. Istilah ini juga disebut sinetronn cerita. Untuk membedakannya dengan sinetron noncerita adalah format sinetron yang terdiri dari beberapa jenis yaitu sinetron drama modern, sinetron drama legenda, sinetron drama komedi, sinetron drama saduran dan sinetron yang dikembangkan dari cerita atau buku novel, cerita pendek dan sejarah.

b. Program non drama

Merupakan bentuk acara yang tidak disertai bumbu cerita. Acara non-drama diolah seperti apa adanya. Program jenis documenter termasuk program nondramatik ini bisa didapatkan dari keadaan senyatanya, bisa mengenai alam, budaya manusia , ilmu pengetahuan dan kesenian. Program non-drama di televisi menurut sony set adalah acara terbanyak yang kita tonton selama hidup kita. Dari tayangan *reality show, talkshow, kuis, games, features , star talent search* , audisi para bintang, kombinasi program televisi dan sebagainya menghiasi hari-hari kita dengan wacana. (Theojunior 2013; 22-24)

### 2.1.8 Televisi Sebagai Media Massa Elektronik

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sedemikian pesat, terutama di bidang informasi dan komunikasi, memberikan pengaruh yang berdampak sangat besar dan kuat di dalam masyarakat. Hal ini mencakup hamper diseluruh aspek kehidupan manusia.

Televisi sebagai media elektronika penemuan abad ke-20, merupakan perpaduan antara teknologi komunikasi dan teknologi infromasi, merupakan media massa yang paling populer bahkan sampai

saat ini, betapa tidal, hampir seluruh penduduk dunia sudah biasa menonton televisi. Di Indonesia sendiri, delapan di antara sepuluh orang biasa menonton televisi dan khusus didaerah perkotaan, bahkan sembilan di antara sepuluh.

Televisi akan membuat dunia menjadi semacam, karena semua akan dikontrol oleh seorang penguasa melalui alat-alat elektronis. Sayangnya yang terjadi bukan itu, kita tidak dimasukkan kedalam penjara, tetapi dalam tempat hiburan, bukan dengan paksaan, melainkan atas kemauan sendiri, akibatnya juga sama, hidup kita dikuasai oleh diktator-diktator yang bermodal besar sesuai dengan kepentingan mereka. Para diktator itu tidak perlu takut , televisi tidak akan mengganggu mereka, karena bagaimana pun rakyat tidak mau diajak berpikir, rakyat hanya mau dihibur. Inilah yang dibuat oleh televisi , yaitu untuk menghibur rakyat.

Di dunia pendidikan hiburan sering dipandang negative atau sebagai kurang bermakna. Kegiatan sekolah umumnya dipisahkan dari hiburan. Tetapi dalam budaya lisan sebelum ada tulisan hiburan dan pendidikan menjadi satu, demikian juga dalam budaya audio-visual segala-galanya paling sedikit mempunyai unsur hiburan . kalau bukan menghibur umumnya sebuah tayangan tidak akan ditonton. Sekarang ini hiburan semakin diakui sebagai kebutuhan manusia., tanpa hiburan manusia tidak dapat hidup wajar, hiburan itu merupakan rekreasi, artinya berkat hiburan manusia segar untuk kegiatan-kegiatan lain, tentu saja orang yang menghabiskan waktu di depan televisi umumnya ingin dihibur, namun ini bukan berarti mereka tidak mau belajar juga.

Fenomena maraknya pertelevisian Indonesia tentu saja menimbulkan persaingan dalam melahirkan program-program unggulan

yang ditawarkan masing-masing stasiun televisi untuk menarik perhatian khalayak. Berbagai program acara disajikan nilai acara hiburan, pendidikan olahraga, berita atau info. Dalam usahanya menarik perhatian khalayak, stasiun televisi swasta kita selain memproduksi sendiri paket acara juga membeli paket acara yang sudah laris di negara asalnya. Bahkan beberapa stasiun televisi swasta berani membeli hak siar/hak tayang program acara produksi televisi asing pada televisi berlangganan. Ada juga stasiun televisi yang memberi tayangan dari rumah-rumah produksi (*production house*).

Pada kenyataannya, tidak semua program acara yang disiarkan dapat sukses, karena itu stasiun televisi harus memperhatikan dengan baik apa yang ingin dipelajari oleh penonton. Kemasan acara yang berisi hiburan belaka tidak akan bertahan lama karena akan menjemukan, begitu pula dengan acara pendidikan saja tanpa hiburan, biasanya kurang ditanggapi oleh pemirsa. Padahal tentu saja orang yang menghabiskan beberapa jam di layar televisi pada umumnya ingin dihibur, namun tidak berarti mereka tidak belajar juga kalau tidak ada sesuatu yang tidak dapat dipelajari.

Salah satu karakteristik isi pesan media massa adalah popularitas, yaitu peliputan tentang tokoh, organisasi atau kelompok, tempat dan waktu yang penting dan terkenal akan menarik perhatian khalayak. Yang dimaksudkan dengan televisi di sini adalah televisi siaran (*television broadcast*) yang merupakan media dari jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yaitu berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan dan komunikannya heterogen.

Suatu program televisi dapat dilihat dan didengar oleh pemirsa karena ditransmisikan oleh pemancar. Apabila pemancarnya “mati” atau tidak mengudara misalnya disebabkan listrik padam atau salah satu alat rusak, maka para pemirsa tidak akan melihat apa-apa. Yang ditransmisikan oleh pemancar televisi selain suara (audio) juga gambar (visual). Oleh karena itu televisi bersifat audio-visual.

Istilah televisi diambil dari perkataan “tele” yang artinya jauh dan “visi” (vision) yang artinya penglihatan. Dalam segi audio, prinsip penransmisian oleh pemancar televisi dan prinsip penangkapan isyarat-isyarat dalam bentuk program oleh pesawat televisi adalah sama dengan prinsip radio. Komunikasi media televisi adalah proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan (khalayak) melalui sebuah sarana yaitu televisi. Komunikasi massa media televisi bersifat periodic, dalam komunikasi massa media sebagai lembaga penyelenggaraan komunikasi bukan secara perorangan, melainkan melibatkan banyak orang dengan organisasi yang kompleks serta pembiayaan yang besar. Karena media televisi bersifat transitory (hanya meneruskan) maka pesan-pesan yang disampaikan melalui komunikasi massa media tersebut hanya dapat didengar dan dilihat sekilas. Pesan-pesan televisi bukan hanya didengar, tetapi juga dapat dilihat dalam gambar yang bergerak.

Tujuan akhir dari penyampaian media televisi, bisa menghibur, mendidik, control sosial, menghubungkan atau sebagai bahan informasi. Pengiriman isi pesan melalui media televisi, harus benar-benar menguasai sifat fisik dan massa dari media massa itu sendiri. Dengan memahami sifat medium yang dipakai maka proses komunikasi akan berjalan secara efektif dan efisien, dalam menyampaikan isi pesan

komunikasi massa media televisi memilih sifat publisistik, periodisitas, universalitas, dan kontinuitas. Isi pesan televisi berasal dari sumber resmi tentang suatu isu yang terjadi di masyarakat.

Kehadiran televisi menjadi bagian yang sangat penting sebagai sarana untuk berinteraksi satu dengan yang lainnya dalam berbagai hal yang menyangkut perbedaan dan persamaan persepsi tentang suatu isu yang terjadi di belahan dunia. Dalam hal ini, massa menjadi objek utama dalam liputan media massa televisi, terlepas apakah tayangan liputan media tersebut bertujuan mempropaganda ideology suatu Negara atau masyarakat. Itu semua sudah menjadi konsekuensi yang harus diterima oleh masyarakat yang sudah terlanjur menganggap industrialisasi sebagai zaman keemasan suatu bangsa.

#### **2.1.9 Pengertian Tanggapan Dalam Komunikasi**

Manusia sebagai makhluk sosial senantiasa berhubungan dengan manusia lain untuk memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan manusia tidak akan pernah habis selama mereka masih hidup termasuk kebutuhan akan informasi. Manusia akan berusaha dengan berbagai cara untuk mendapatkan informasi komunikasinya melalui radio, surat kabar, majalah, televisi, dan lainnya.

Achmad (1992:2-3) menggunakan dua definisi tentang informasi yaitu :

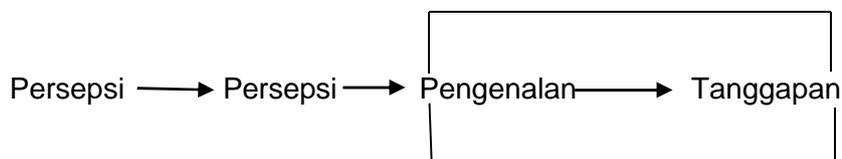
a. Secara sempit

Informasi adalah suatu yang (pihak pertama ) peroleh sebagai pengetahuan baginya, jadi sesuatu yang merupakan pengetahuan yang sebelumnya tidak atau belum diketahui oleh penerima.

b. Secara luas

Informasi adalah tiap rangsangan dari lingkungan fisik sosial yang memberi kesadaran tentang sesuatu yang ada, terjadi atau sedang berlangsung di sekeliling individu. Ternyata bahwa manusia mempunyai kemampuan yang lain di samping kemampuan untuk mengadakan pengamatan yaitu membayangkan atau menanggapi kembali hal-hal yang tidak diamatinya itu. Dengan adanya kemampuan ini sekaligus bahwa gambaran yang terjadi pada waktu pengamatan itu tidak hilang begitu saja, tetapi terseimpan dalam jiwa individu itu. Tanggapan ini disebut laten apabila tersembunyi atau belum terungkap, sedangkan disebut aktual apabila tanggapan tersebut lebih jernih dan lengkap.

Dalam komunikasi, proses penerimaan pesan itu merupakan suatu stimuli (rangsangan) kemudian terjadi proses persepsi pesan menerima tanggapan-tanggapan yang merupakan suatu umpan balik kepada sumber. Jadi sebelum terjadinya maka terlebih dahulu harus ada rangsangan atau stimulus, kemudian rangsangan yang diterima dipersepsikan. Sedangkan perasaan adalah konotasi emosional yang dihasilkan oleh diri sendiri maupun bersama-sama dengan rangsangan lain pada tingkat kognitif atau konseptual. Untuk selanjutnya dapat melahirkan tanggapan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada skema berikut ini :



Bagan di atas menggambarkan bahwa terjadinya tanggapan terlebih dahulu harus ada rangsangan. Kemudian rangsangan yang diterima kita persepsi. Persepsi dapat didefinisikan sebagai cara manusia menangkap rangsangan, kemudian pengenalan rangsangan.

Selanjutnya adalah penalaran dan perasaan. Penalaran adalah proses dengan mana rangsan yang dihubungkan dengan rangsangan yang lainnya. Sedangkan perasaan adalah konotasi emosional yang dihasilkan oleh diri sendiri maupun bersama-sama dengan rangsangan lain pada tingkat kongitif atas konseptual. Untuk selanjutnya dapat melahirkan tanggapan.

Komunikasi massa melibatkan unsur pesan tanggapan balik. Jadi, berhubungan dengan penjelasan di atas bahwa pengertian tanggapan yakni tanggapan balik, dimana tanggapan balik ini yaitu mengembalikan informasi kepada pengirim pesan. Oleh sebab itu memungkinkan pihak pengirim untuk menentukan apakah pesan yang menerima (achmad, 1992 ; 4-9). Dalam hal tanggapan terhadap isi media elektronik bersifat memperkenalkan kepada khalayak untuk mengetahui apakah mereka akan temukan dalam penyajian keseluruhan pesan.

Sejalan dengan pengertian tanggapan yang telah dikemukakan terlebih dahulu, dapatlah ditarik sebuah pengertian bahwa tanggapan terkait dengan proses komunikasi itu sendiri. Hal ini disebabkan karena obyek material ilmu komunikasi yang dipermasalahkan adalah penggunaan lambang-lambang secara bersama antara komunikator dan komunikan, selain itu tanggapan terkait secara langsung dalam upaya seseorang untuk menafsirkan suatu lambang.

#### **2.1.10 Proses Terjadinya Tanggapan**

Pada saat manusia berkomunikasi yang diharapkan adalah timbulnya suatu respon (balasan) atau stimulus ( rangsangan) yang diberikan. Dalam proses ini , tanggapan bisa terjadi yang sekaligus melahirkan berbagai pilihan berasal dari objek yang diamati. Tanggapan

ini bermula dengan adanya rangsangan atau stimulus berupa pesan. Setiap individu pada suatu waktu menerima bermacam-macam stimulus agar stimulus dapat disadari oleh individu, stimulus tidak akan dapat di persepsikan atau disadari oleh individu yang bersangkutan.

Adanya rangsangan atau stimulus akan melahirkan perhatian yang merupakan syarat psikologis dalam individu mengadakan persepsi yang merupakan persiapan, yaitu adanya kesediaan individu untuk mengadakan persepsi. Perhatian sendiri merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditunjukkan kepada sesuatu atau sekumpulan objek. Jadi, apa yang diperhatikan betul-betul disadari dan ada dalam pusat kesadaran.

Dengan demikian, perhatian akan timbul ketika alat-alat indera terkena rangsangan dan secara sadar individu bersangkutan akan mengkonsentrasikan diri dengan alat indera yang terkena rangsangan tersebut, perhatian seseorang terhadap sesuatu dipengaruhi oleh dua faktor :

#### **a. Faktor Eksternal**

Merupakan rangkuman penentuan dari faktor situasional dan personal yang secara determinan akan menarik perhatian karena menonjolkan sifat-sifat berupa gerakan , intensitas stimuli, kebaruan dan perulangan. Dalam situasi komunikasi, setiap gerakan akan mempengaruhi manusia secara visual, sedangkan dalam suasana bening dan diam. Pada umumnya kita lebih senang melihat hal-hal yang bergerak misalnya gambar-gambar binatang dalam display yang bergerak dan menampilkan atraksi-atraksi yang menghibur, dibandingkan dengan hanya melihat benda-benda mati. Setiap individu akan tertarik dengan sesuatu hal yang baru, luar biasa dan berbeda.

Dengan demikian setiap orang akan berusaha dan berkorban memiliki dan memamerkan sesuatu yang baru sebab tanpa hal-hal yang baru stimuli akan menjadi monoton, membosankan, lepas dari perhatian.

## **b. Faktor Internal**

Adapun faktor internal yang mempengaruhi perhatian seseorang antara lain :

### **1. Faktor Biologis**

Secara biologis seseorang tidak akan tertarik pada sesuatu dalam keadaan kurang enak badan atau sakit, karena perhatian mereka hanya akan tertuju pada hal yang akan membuat mereka sehat, pikiran mereka akan didominasi oleh bagaimana caranya agar dapat pulih atau sehat kembali, sehingga mereka tidak akan menaruh perhatian pada hal-hal lainnya.

### **2. Faktor Psikologis**

Faktor psikologis atau perilaku seseorang dipengaruhi oleh tiga komponen yaitu komponen kognitif merupakan aspek intelektual yang berhubungan dengan kepercayaan, komponen yang berhubungan dengan kebiasaan, komponen ini berhubungan dengan kebiasaan, dan kemauan. Keseluruhan dari faktor tersebut merupakan suatu rangkaian dalam proses terjadinya suatu tanggapan pada situasi komunikasi. Tanggapan merupakan hal yang penting dalam menafsirkan sesuatu. Tanggapan merupakan kelanjutan dari suatu persepsi, sedangkan persepsi itu sendiri merupakan tahap menginterpretasikan atau mengartikan pesan yang telah diproses oleh sistem inderawi setiap individu.

Tanggapan merupakan kemampuan responden memberikan makna atau kata interpretasi berdasarkan stimuli yang diterima oleh

panca indera sehingga menghasilkan refleksi dalam diri seseorang untuk merelisasikan stimuli yang diterimanya, setiap orang akan memberi makna yang berbeda-beda dari informasi yang diterimanya, setiap kali manusia menerima informasi, ia akan menyimpan dan menghasilkan kembali penerimaan dan pengolahan informasi yang merupakan salah satu proses yang mendasar dalam diri manusia. Adanya rangsangan akan melahirkan perhatian yang merupakan syarakt psikologis dalam individu dalam mengadakan persepsi. Persepsi sendiri merupakan pemusatan terhadap suatu atau sekelompok objek. Jadi secara langsung apa yang diperhatikan oleh individu akan menentukan tanggapan yang timbul. Tahap akhir dari proses ini adalah tanggapan. Feedback adalah respon atau tanggapan yang diberikan oleh khalayak

#### **2.1.11 Sinema**

sinema (akar kata dari cinema = kinematik = gerak). Film sebenarnya merupakan lapisan-lapisan cairan selulosa, biasa di kenal di dunia para sineas seluloid. Pengertian secara harafiah film (sinema) adalah cinemathographie yang berasal dari cinema +tho = phytos ( cahaya ) = graphie = grhap (tulisan = gambar = citra ) jadi, pengertiannya adalah melukis gerak dengan cahaya. Agar kita dapat melukis gerak dengan cahaya, kita harus menggunakan alat khusus , yang biasa kita sebut dengan kamera.

(<https://id.m.wikipedia.org/wiki/sinema> /29 maret 2017)

Film adalah cerita singkat yang ditampilkan dalam bentuk gambar dan suara yang dikemas sedemikian rupa dengan permainan kamera, teknik editing, dan scenario yang ada. Film bergerak dengan cepat dan bergantian sehingga memberikan visual yang kontinyu.

Kemampuan film melukiskan gambar hidup dan suara memberinya daya tarik tersendiri. Media ini pada umumnya digunakan untuk tujuan-tujuan hiburan, dokumentasi, dan pendidikan. Ia dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep-konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, meningkatkan atau memperpanjang waktu, mempengaruhi sikap (Arsyad, 2005:201).

Dalam sebuah genre film terdapat suatu unsur-unsur yang disebut *repertoire of elements* (Branston and Stafford, dalam; Neale, 2000), unsur-unsur tersebut meliputi:

1. Themes, yakni ide pokok atau gagasan yang menjiwai seluruh cerita.
2. Style, adalah cara penyajian seperti camera angles, editing, lighting, warna dan elemen-elemen teknis lainnya
3. Setting, seperti lokasi, periode waktu dll
4. Narrative atau alur cerita-bagaimana cerita disajikan
5. Iconography, berupa representasi simbolis
6. Characters,
7. Props, yakni properti yang digunakan dalam film

(<https://sinaukomunikasi.wordpress.com/2013/09/11/sekilas-tentang-film/diakses> 01 april 2017)

### **2.1.12 Sinetron**

Sinetron atau film televisi berbeda dengan film teaterikal. Film teaterikal adalah film yang diproduksi secara khusus untuk dipertunjukkan di gedung-gedung pertunjukkan atau gedung bioskop (cinema) sedangkan film televisi atau sinetron dibuat khusus untuk siaran televisi (Effendy, 1983:201).

Sinetron berasal dari kata sinema yang berarti film, dan elektronik dari segi gambar atau suara yang berkaitan dengan kegiatan elektronik. Dikatakan sinema karena mempunyai persamaan dalam film pada proses produksinya maupun isi cerita. Sinetron termasuk the audio visual media karena merupakan media penggabungan secara serentak dari audio dan visual, jadi lambang-lambang komunikasi yang bersifat audio visual itu kelihatan hidup, yang pada hakikatnya tidak lain adalah rentetan beribu-ribu foto yang tiap foto menunjukkan satu fase dalam proses tertentu. Jadi perbedaannya sangat kecil dengan foto.

Sinetron sebagai suatu media komunikasi merupakan kombinasi antara usaha penyampaian pesan melalui gambar yang bergerak. Pemanfaatan teknologi kamera warna, dan suara. Unsur-unsur tersebut dilator belakang oleh suatu cerita yang mengandung suatu pesan yang ingin disampaikan oleh sutradara kepada khalayak sinetron. Bagaimana, bilaman, dan dalam kombinasi bagaimana gambar yang bergerak, dialog, warna, sudut pengambilan, music yang dipergunakan, semua ini ditentukan oleh sutradara, bagaimana adegan-adegan dirangkai satu sama lain, itupun merupakan tanggung jawab dan mencerminkan selera dan nilai yang diagungkan oleh seorang sutradara.

Menurut Susanto (1982:62) sebagai suatu hasil sinetron juga mengikuti hokum dramaturgi yaitu :

1. Eksposisi atau cara penyajian secara langsung, tidak langsung dengan pengantar dan seerusnya. Ditinjau dari segi komunikasi, masalah ini merupakan masalah “perkenalan”, dengan factor “siapa, berlaku/berperan apa, bilamana, dan seterusnya,

perkenalan ini juga mencakup pengenalan tentang lingkungan dan latar belakang peranan dimainkan.

2. Peningkatan ketegangan yaitu tingkat kejadian dan laku yang menuju kepada klimaks yang akhirnya akan menghasilkan jawaban atau pemecahan terhadap masalah yang dibahas.
3. Klimaks, atau titik puncak kejadian yaitu penyajiannya dari saat yang menentukan yaitu berupa suatu titik balik atau kelanjutan suatu cerita, sesuai dengan pendapat sutradara, ditinjau dari segi komunikasi sebenarnya titik puncak merupakan pendapat sutradara sepenuhnya dan mencerminkan pendapatnya secara paling jelas terhadap suatu masalah.
4. Penurunan klimaks yaitu mengurangi ketegangan jalannya cerita tetapi merupakan penjelasan lanjut tentang konsekuensi dari klimaks yang telah disajikan sebelumnya, tetapi tidak selamanya sinetron menggunakan penurunan klimaks ini, ada juga yang membiarkan khalayak berpikir sendiri lebih lanjut.
5. Penutup yang merupakan bagian terakhir yang membutuhkan cerita yang disajikan.

Dampak sinetron pada khalayak amat kuat dalam menimbulkan efek efektif, karena medianya berkemampuan untuk menanamkan kesan, bermutu atau tidak bermutunya sebuah sinetron merupakan penilaian yang subyektif, tergantung dari selera penontonnya.

### **2.1.13 khalayak**

Khalayak biasa disebut dengan istilah penerima, sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, audience, decoder atau komunikan. Khalayak adalah salah satu actor dari proses komunikasi. Karena itu

unsure khalayak tidak boleh diabaikan, sebab berhasil tidaknya suatu proses komunikasi sangat ditentukan oleh khalayak. Suatu kegiatan komunikasi yang dibaikot oleh khalayak sudah pasti komunikasi itu akan gagal dalam mencapai tujuannya. Khalayak dalam studi komunikasi bisa berupa individu, kelompok, dan masyarakat. Menjadi tugas seorang komunikator untuk mengetahui siapa yang akan menjadi khalayaknya sebelum proses komunikasi berlangsung.

Ada tiga aspek yang perlu diketahui seorang komunikator menyangkut tentang khalayaknya, yakni aspek sosiodemografik, aspek profil psikologis, dan aspek karakteristik perilaku khalayak. Dari aspek sosiodemografik, antara lain :

1. Jenis kelamin, apakah khalayak itu mayoritas laki-laki atau wanita.
2. Usia, apakah khalayak umumnya anak-anak , remaja, atau orang tua.
3. Populasi, apakah jumlah khalayak yang ada kurang dari 10 orang atau lebih dari 50 orang.
4. Lokasi, apakah khalayak umumnya tinggal di desa atau di kota.
5. Tingkat pendidikan, apakah mereka rata-rata sarjana atau hanya tamatan sekolah dasar.
6. Bahasa, apakah mereka bisa mengerti bahasa Indonesia atau tidak.
7. Agama, apakah semuanya beragama islam atau ada yang beragama lain.
8. Pekerjaan, apakah mereka umumnya petani, nelayan, guru, atau pengusaha.

9. Ideology, apakah mereka umumnya anggota partai tertentu atau tidak.
10. Pemilihan media, apakah mereka rata-rata memiliki pesawat televisi, berlangganan surat kabar atau tidak.

Dari aspek profil psikologi, telah memahami khalayak dari segi kejiwaan, antara lain :

1. Hobi, apakah mereka umumnya suka olahraga, menyanyi, atau pelesiran.
2. Nilai dan norma, hal-hal apa yang menjadi tabu bagi mereka.
3. Mobilitas social. Apakah mereka umumnya suka bepergian atau tidak.
4. Perilaku komunikasi, apakah kebiasaan mereka suka berterus terang atau tidak.

Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengetahui data sosiodemografik, profil psikologis, dan karakteristik perilaku khalayak, yaitu :

1. Survei : cara ini hasilnya cukup akurat, hanya saja memerlukan waktu, biaya, dan tenaga yang cukup.
2. Melihat data potensi atau buku statistic yang ada : cara ini lebih praktis, mudah dan murah. Hanya saja ada kemungkinan data yang diperlukan tidak tersedia.
3. Wawancara : cara ini juga mudah dan praktis. Hanya saja ada kemungkinan memiliki keterbatasan-keterbatasan, terutama dalam daya ingat tercampurnya kepentingan pribadi dan responden.

Berdasarkan data yang diperoleh dari survey, buku statistic dan wawancara seorang komunikator yang professional sudah dapat

menetapkan tujuan atau sasaran yang ingin dicapai, isi pesanyang ingindisampaikan, media yang akan digunakan serta teknik-teknik ataustrategi yang dapat dipakai untuk mempengaruhi khalayak. Mengenai tujuan yang ingin dicapai harus jelas, sederhana, dapat dispesifikasi,realistis dalam arti dapat dilaksanakan,serta terdapat keseimbangan antara biaya, waktu, dan tenaga yang tersedia. Tujuan yang telah ditetapkan menjadi pedoman dalam kegiatan komunikasi yang akan dilakukan. Seorang komunikator perlu memahami bahwa penerima adalah salah satu actor yang sangat menentukan berhasil tidaknya proses komunikasi. Karena itu penerima dalam mendecode atau menyerap pesan harus dilihat sebagai suatu proses kegiatan yang aktif dengan memanfaatkan saluran-saluran organic dan mekanik yang ada. Derajat pesan yang dapat diserap oleh penerima dipengengaruhi oleh banyak factor, antara lain keterampilan berkomunikasi, tingkat pengetahuan, system social, dan budaya penerima . keterampilan berkomunikasi dapat mendengar, melihat dam membaca ditentukan oleh kemampun penerima dalam memilah-milah informasi yang diperlukan. (cangara 2005 :135,139)

#### **2.1.14 Indosiar Tv**

Indosiar adalah salah satu stasiun televise swasta Indonesia yang beroperasi di Daan Mogok Jakarta Barat. Stasiun televisi yang dikelola oleh PT.Indosiar Karya Media Tbk. Pertama kalinya beroperasi secara nasional pada tanggal 1 september 1994 di Jakarta dan diresmikan pada tanggal 1 januari 1995. Pada awal siarannya, iindosiar banyak menayangkan acara-acara favorit keluarga dan menjadi salah satu stasiun televise paling banyak ditonnton pada era 90-an. Tapi kini,

pamornya mulai turun sejalan dengan makin banyaknya stasiun-stasiun televisi baru yang mendapat hak siar. (Mabruri 2013 ;12 )

Dalam siarannya, Indosiar banyak menekankan kebudayaan. Salah satu program kebudayaan yang selalu ditayangkan adalah acara pertunjukan wayang pada malam minggu. Indosiar juga mempopulerkan sinetron Indonesia yang bertemakan cinta dan keluarga (dimulai sejak munculnya tersanjung) acara-acara realitas yang melibatkan emosi penonton dan sms secara langsung ( dimulai sejak munculnya AFI) , infotainment KISS (kisah seputar selebritis) dan juga program berita seperti focus dan patroli. Indosiar juga menayangkan setiap hari pada jam 01:00 sampai 03:00 sore film “Sinema Pintu Taubat” sesudah berita patroli ditayangkan.

(<https://m.wikipedia.org/wiki/indosiar/diakses> 27 maret 2017)

## **2.1 Tinjauan Teori**

### **2.2.1 Teori S.O.R (Stimulus-Organism-Respons)**

Penemu teori ini adalah Carl Hofland. Menurut stimulus respon ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah ;

- a. Pesan (stimulus, S)
- b. Komunikan (organism, O)
- c. Efek (Response, R)

Hosland, et al (1953) mengatakan bahwa proses perubahan perilaku pada hakekatnya sama dengan proses belajar. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses belajar pada individu yang terdiri dari :

- a. Stimulus (rangsang) yang diberikan pada organisme dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus itu tidak efektif mempengaruhi perhatian individu dan berhenti disini. Tetapi bila stimulus diterima oleh organisme berarti ada perhatian dari individu dan stimulus tersebut efektif.
- b. Apabila stimulus telah mendapat perhatian dari organisme (diterima) maka ia mengerti stimulus ini dan dilanjutkan kepada proses berikutnya.
- c. Setelah itu organisme mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (bersikap).
- d. Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka stimulus tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku).

Selanjutnya teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila stimulus (rangsang) yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula. Stimulus yang dapat melebihi stimulus semula ini berarti stimulus yang diberikan harus dapat meyakinkan organisme.

Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula. Mengutip pendapat Hovland, Janis dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting yaitu :

- (a) perhatian,
- (b) pengertian, dan
- (c) penerimaan.

Selanjutnya dijelaskan bahwa stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan

mengerti. Kemampuan komunikasi inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikasi mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

Menurut Efendy, bahwa teori ini mendasarkan asumsi penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme. Artinya kualitas dari sumber komunikasi (sources) misalnya kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat. Teori S-O-R sebagai singkatan dari *Stimulus-Organism-Response*. Menurut SOR ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus, sehingga seseorang dapat mengaharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi (Efendy, 2003:254-256).

### **2.2.2 Teori The Uses and Gratification**

Secara umum 'use and gratifications theory' (teori penggunaan dan kepuasan). Teori ini diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Khatz pada tahun 1974 lewat bukunya *The Uses Of Mass Communication; Current Perpective On Gratification Receach*. Teori ini banyak berkaitan dengan sikap dan perilaku para konsumen, bagaimana mereka menggunakan media untuk mencari informasi tentang apa yang mereka butuhkan. Teori ini menyatakan bahwa orang secara aktif mencari media tertentu dan isi tertentu untuk menghasilkan kepuasan (hasil) tertentu. bahwa individu atau masyarakat menggunakan media dan isi media massa untuk memenuhi keperluan-keperluan tertentu yang dapat memberikan kepuasan bagi mereka. jadi Individu atau khalayak mempunyai kebebasan yang lebih besar untuk memilih dan menuntukan media dan isi media yang dapat memberikan kepuasan, dibandingkan dengan kekuasaan media untuk mempengaruhi mereka.

pada massa awal media massa (era koran, radio, film dan film dengan suara) yang berkembang adalah teori masyarakat massa ide bahwa rata-rata orang merupakan korban tak berdaya dari kekuatan media massa, mendefinisikan hubungan antara khalayak dan media yang mereka konsumsi pemikiran ini pada akhirnya didekritkan, sebagian besar karena ilmu sosial dan pengamatan yang sederhana tidak dapat menginformasikan operasi dari media yang sangat kuat dan pesan-pesan media. Jadi jelas sekali, tidak hanya kebanyakan orang tidak secara langsung dipengaruhi oleh pesan media; tetapi ketika mereka dipengaruhi, mereka tidak akan dipengaruhi secara sama. Kemudian, teori-teori masyarakat masa digantikan oleh teori pengaruh terbatas yang merupakan konsepsi pengaruh media yang dibatasi oleh aspek-aspek tertentu dari kehidupan personal dan sosial anggota khalayak. Dua pendekatan pada orientasi pengaruh terbatas sudah diidentifikasi. Pertama, perspektif perbedaan individu yang melihat kekuatan media dibentuk oleh faktor personal seperti kecerdasan dan penghargaan diri. Pendekatan pengaruh terbatas yang kedua adalah model katagori asosiasi anggota khalayak dan afiliasi kelompok. Hal ini efektif untuk membatasi pengaruh apapun yang dapat dimiliki oleh pesan media.

Pandangan-pandangan ini memberikan khalayak sangat sedikit kredibel. Pandangan yang pertama menyiarkan bahwa orang tidak cukup pintar dan kuat untuk melindungi diri mereka terhadap pengaruh media yang tidak diinginkan. Pandangan selanjutnya menyatakan bahwa orang secara relatif memiliki sedikit pilihan pribadi dalam menginterpretasikan makna pesan terhadap diri mereka konsumsi dan dalam menentukan tingkat pengaruh pesan terhadap diri mereka. selanjutnya, untuk menanggapi pandangan-pandangan yang tidak sesuai dengan tipikal khalayak inilah Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Micheal Gurevitch (1974) mempresentasikan sebuah artikulasi yang sistematis dan komprehensif mengenai

peran anggota khalayak dalam proses komunikasi massa. Mereka merumuskan pemikiran mereka dan menghasilkan yang disebut sebagai teori kegunaan dan Gratifikasi (Uses and Gratifications).

Teori ini menyatakan bahwa orang secara aktif mencari media tertentu dan isi tertentu untuk menghasilkan kepuasan (hasil) tertentu. Dalam teori ini, orang dianggap aktif karena mampu untuk mempelajari dan mengevaluasi berbagai jenis media untuk mencapai tujuan komunikasi. 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. (<http://www.zamrikpi.com/2016/08/teori-uses-and-gratifications-dalam.html>)

## 2.2 Tinjauan Empirik

Penelitian melakukan tinjauan empirik dan menemukan penelitian terdahulu yang relevan dengan judul yang sedang diteliti oleh peneliti. Adapun penelitian terdahulu yaitu :

1. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fatimah Machmud (2012) dengan judul "Tanggapan Masyarakat Kelurahan Karampuang Terhadap Sinetron Namaku Mentari Di RCTI"

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Tanggapan Masyarakat Kelurahan Karampuang Terhadap Sinetron Namaku Mentari Di RCTI	
1	Hasil Penelitian	a. Informasi tentang sinetron umumnya diperoleh dari pemberitahuan melalui iklan TV bersangkutan (RCTI). Rata-rata responden menyatakan sering menonton sinetron ini,

		<p>dimana mereka umumnya menonton hingga tuntas.</p> <p>b. Umumnya responden hanya tahu sebagian saja karakter pameran dalam sinetron ini.</p> <p>c. Sinetron ini menghibur, namun dianggap tidak mendidik.</p> <p>d. Sebagian responden menginginkan adanya penambahan episode dari sinetron mentari yang menunjukkan bahwa sinetron mentari mendapat perhatian yang baik dari kelurahan responden.</p>
2	Metode Penelitian	Metode penelitian deksriptif kuantitatif , teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, penggunaan bahan dokumen dan menyebarkan kuisisioner.
3	Persamaan	Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan menyebarkan kuisisioner.
4	Perbedaan	Metode penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data.
5	Keterkaitan	Membahas tentang sinetron.

( Sumber : Fatimah 2012)

## 2. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Arwinda Sari Arsyad (2016)

**Table 2.2 Penelitian lainnya**

No	Pengaruh Serial Uttaran Terhadap Aktivitas Ibu Rumah Tangga Dikelurahan Parang Kecamatan Mamajang Kota Makassar	
1	Hasil Penelitian	<p>a. Bahwa aktivitas ibu-ibu rumah tangga di Kelurahan Parang Kecamatan Mamajang Kota Makassar yang diantaranya pengelolaan rumah dan pendidikan anak sangat berpengaruh terhadap serial uttaran bagi ibu-ibu rumah tangga di Kelurahan Parang.</p> <p>b. sedangkan aktivitas ibu-ibu rumah tangga yaitu perhatian terhadap anggota keluarga tidak ber[engaruh dengan serial uttaran.</p>

2	Metode Penelitian	Metode penelitian deksriptif kuantitatif , teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, penggunaan dokumentasi skala psikologis dan menyebarkan angket.
3	Persamaan	Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, angket dan dokumentasi.
4	Perbedaan	Teknik pengumpulan data , judul (pengaruh)
5	Keterkaitan	Membahas tentang sinetron

(sumber:Arwinda Sari Arsyad, 2016)

### 3. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh M.Fadhil Yunus (2006)

**Table 2.3 Penelitian lainnya**

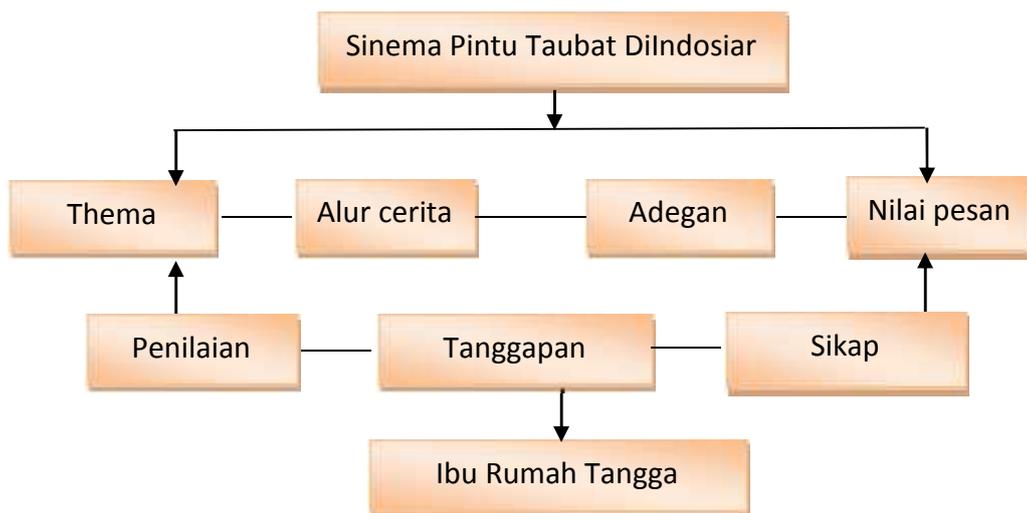
No	Tanggapan Santri Pesantren IMMIM Putra Makassar Terhadap Tayangan Sinetron Rahasia Ilahi	
1	Hasil Penelitian	<p>a. Menunjukkan bahwa tayangan sinetron Rahasia Illahi di TPI sangat digemari atau disukai karena tayangan sinetron Rahasia Ilahi sangat bermanfaat bagi santri pesantren IMMIM putra Makssar khususnya menambah pengetahuan tentang agama islam .</p> <p>b. Serta isi pesan yang disampaikan sangat bermanfaat karena dikondisikan dengan</p>

		zaman sekarang, ketertarikan santri pesantren IMMIM Putra menonton sinetron Rahasia Illahi disebabkan diakhiri acara tiap episode tampil ustad Arifin Ilham untuk menyampaikan pesan-pesan kebaikan.
2	Metode Penelitian	Metode penelitian deskriptif kuantitatif, teknik pengumpulan data dengan cara observasi dan kuisioner.
3	Persamaan	Metode penelitian , teknik pengumpulan data dengan cara observasi dan kuisioner .
4	Perbedaan	Populasi dan sampel
5	Keterkaitan	Membahas tentang sinetron

(sumber; M. Fadhil Yunus, 2006)

### 2.3 Kerangka Pemikiran

**Gambar 2.1**



Berdasarkan kerangka pikir di atas, dapat dijelaskan bahwa Sinema Pintu Taubat di Indosiar menyajikan tayangan yang berisi thema, alur cerita ,

adegan, dan nilai pesan. Banyak faktor yang mempengaruhi Sinema Pintu Taubat internal dan external. Sinema Pintu Taubat akan menimbulkan penilaian, tanggapan, dan sikap dari responden yaitu ibu rumah tangga

#### **2.4 Definisi Operasional**

Untuk mengetahui penafsiran yang salah mengenai konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini maka dipandang perlu memberikan batasan pengertian. Adapun yang diberikan batasan sebagai berikut :

1. Tanggapan : penilaian dan sikap ibu rumah tangga terhadap tema, alur cerita, adegan, dan nilai pesan pada Sinema Pintu Taubat.
2. Penilaian : nilai baik buruk yang disampaikan ibu rumah tangga terhadap tema, alur cerita, adegan, dan nilai pesan pada Sinema Pintu Taubat.
3. Sikap : kesukaan atau ketidaksukaan ibu rumah tangga terhadap tema, alur cerita, adegan, dan nilai pesan pada Sinema Pintu Taubat.
4. Sinema Pintu Taubat : salah satu program televisi Indosiar yang tergolong bernuansa merangkap kehidupan dalam rumah tangga yang menggambarkan kisah anak-anak sampai film seringkali menggambarkan kekerasan, terutama dalam rumah tangga.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, karena penelitian ini didasarkan pada teori S.O.R (Stimulus-Organism-Respons). Penelitian kuantitatif adalah mencari teori-teori, konsep-konsep, dan generalisasi-generalisasi hasil penelitian yang dapat dijadikan sebagai landasan teoritis untuk pelaksanaan penelitian (sumadi Suryabrata, 1990).(Sugiyono 2014 : 52).

#### **3.2 Tempat dan Waktu**

Tempat penelitian ini dilakukan di Desa Baruga Kecamatan Towuti. Peneliti memilih Kecamatan Towuti. Desa Baruga dikarenakan ibu-ibu rumah tangga di Desa tersebut lebih banyak memiliki minat dalam menonton sinema pintu taubat. Penelitian ini dilakukan dari bulan Maret sampai Juni 2017..

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2014: 215). Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti. Adapun jumlah populasi dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 3.1****Data Ibu Rumah Tangga Desa Baruga, Kec. Towuti, Luwu Timur**

No	Nama Dusun	Jumlah
1	Dusun Hasanuddin	128
2	Dusun Apundi	112
3	Dusun Baruga	60
4	Dusun Ampulili	92
5	Dusun Wawomeusa	52
Jumlah		444

(sumber: Data kantor Desa Baruga)

**3.3.2 Sampel**

Sampel penelitian adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono 2014:81). Menurut (Sutrisno Hadi 2001:221) sampel adalah sebagian dari populasi yang dikenai langsung oleh suatu penelitian. Jadi kesimpulannya bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang dianggap mewakili populasi karena memiliki ciri atau karakteristik yang sama. Banyaknya sampel pada penelitian ini didasarkan pada table Krecjie dan Morgran, populasi sebanyak 444, maka banyaknya sampel 210 orang. Adapun pemilihan sampel dilakukan secara acak (random sampling).

**Gambar 3.1**

Rumus Krejcie dan Morgan (1970) dalam uma sekaran (1992)

Populasi (N)	Sampel (n)	Populasi (N)	Sampel (n)	Populasi (N)	Sampel (n)
10	10	220	140	1200	291
15	14	230	144	1300	297
20	19	240	148	1400	302
25	24	250	152	1500	306
30	28	260	155	1600	310
35	32	270	159	1700	313
40	36	280	162	1800	317
45	40	290	165	1900	320
50	44	300	169	2000	322
55	48	320	175	2200	327
60	52	340	181	2400	331
65	56	360	186	2600	335
70	59	380	191	2800	338
75	63	400	196	3000	341
80	66	420	201	3500	346
85	70	440	205	4000	351
90	73	460	210	4500	354
95	76	480	214	5000	357
100	80	500	217	6000	361
110	86	550	226	7000	364
120	92	600	234	8000	367
130	97	650	242	9000	368
140	103	700	248	10000	370
150	108	750	254	15000	375
160	113	800	260	20000	377
170	118	850	265	30000	379
180	123	900	269	40000	380
190	127	950	274	50000	381
200	132	1000	278	75000	382
210	136	1100	285	1000000	384

(sumber : Uma Sekaran. 2006. Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. Jakarta : Salemba Empat, p. 159

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

- 1) Data primer yaitu data hasil pengumpulan angket yang selanjutnya di olah oleh peneliti.
- 2) Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari Desa Baruga berupa data ibu rumah tangga dan data kepemilikan pertelevisian yang digunakan pada penelitian ini.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan langkah yang cukup penting dalam penelitian ini. Agar penelitian ini tidak biasa, harus digunakan teknik pengumpulan data yang tepat. Data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data tentang tanggapan dan ketertarikan ibu-ibu rumah tangga terhadap Sinema Pintu Taubat di Indosiar di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur.

Menurut Sugiyono (2014: 137) terdapat teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan angket, observasi, dan dokumentasi skala psikologis. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi dan angket. Pengumpulan data yang paling utama menggunakan angket dan data pendukungnya menggunakan dokumentasi.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan cara kuisisioner atau angket. kuisisioner yaitu bentuk pertanyaan secara tertulis yang telah disusun untuk diberikan kepada responden guna mendapatkan tanggapan atau informasi.

### **3.6 Pengukuran Variabel Penelitian**

Pengukuran pada variabel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert, yaitu digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Jawaban dari responden yang bersifat kuantitatif, dimana jawaban diberi skor dengan menggunakan skala likert yang opsi jawabannya disesuaikan dengan pertanyaan yang disampaikan.

### **3.7 Instrumen Penelitian**

Instrument dalam penelitian ini berupa kuisisioner/angket yang berisi sejumlah pertanyaan dengan jawaban tertutup, pertanyaan dan jawaban berupa tentang Tanggapan dan ketertarikan ibu rumah tangga terhadap “Sinema Pintu Taubat” di Indosiar (studi terhadap ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur).

### **3.8 Analisis Data**

Teknik yang digunakan dalam menganalisis data penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Setelah data diperoleh dan dikumpulkan kemudian data tersebut ditabulasi secara sistematis dan dideskripsikan untuk mendapatkan gambaran yang objektif .

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Deskripsi Data Hasil Penelitian**

Setelah data-data yang penulis kumpulkan lengkap, maka selanjutnya penulis mengadakan analisis kuantitatif atau sering disebut dengan analisis data statistik. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan dan ketertarikan ibu rumah tangga terhadap "Sinema Pintu Taubat" di Desa Baruga, Kecamatan Towuti, Luwu Timur, maka data-data yang telah diperoleh dianalisis dengan menggunakan deskriptif kuantitatif. Setelah data diperoleh dan dikumpulkan kemudian data tersebut ditabulasi secara sistematis dan dideskripsikan untuk mendapatkan gambaran yang objektif dengan menggunakan table frekuensi, persentase variable dan pernyataan responden. Angket yang penulis sebarkan kepada responden berjumlah 210 angket, tetapi angket yang dapat diolah hanya berjumlah 207 angket .

Penulis menggunakan teori S.O.R (stimulus-oranganism-respons) , dari teori ini efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi komunikasi artinya ibu-ibu rumah tangga mendapatkan reaksi pesan terhadap tayangan sinema pintu taubat. Stimulus (rangsangan) yang didapatkan dari tayangan sinema pintu taubat dapat diterima dikalangan ibu-ibu rumah tangga artinya, tayangan sinema pintu taubat memberikan perhatian kepada responden dan stimulus tersebut efektif. Ada dua bentuk respon yang diteliti yaitu tanggapan dan ketertarikan ibu-ibu rumah tangga, terkadang tayangan sinema pintu taubat tanggapannya lebih difokuskan pada penilaian responden terhadap unsur-unsur pada sinema pintu taubat yang mencakup pemain karakter tokoh, isi pesan,

alur cerita, adegan dan tema. Sedangkan ketertarikan penilainnya difokuskan terhadap unsur-unsur pada sinema pintu taubat yang mencakup frekuensi, durasi dan kesukaan.

## 4.2 Identitas Responden

Distribusi responden ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga, Kecamatan Towuti, Luwu Timur meliputi usia, pendidikan dan jumlah anak.. adapun gambaran menyeluruh tentang ibu-ibu rumah tangga adalah sebagai berikut :

### 4.2.1 Usia

Tabel 4.1

Distribusi Responden Berdasarkan Usia

N=210

USIA	FREKUENSI (F)	PERSENTASE (%)
<b>20-30 TAHUN</b>	56	27 %
<b>31-40 TAHUN</b>	68	32 %
<b>41-50 TAHUN</b>	52	25 %
<b>51-60 TAHUN</b>	34	16 %
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100 %</b>

*Sumber : Data Primer diolah dari kuisisioner, 2017*

Berdasarkan table 4.1 di atas, menunjukkan bahwa persentase responden terbesar adalah ibu-ibu rumah tangga berumur 31-40 yaitu sebanyak 68 responden (32%), ibu-ibu rumah tangga berumur 20-30 yaitu sebanyak 56 responden (27%), ibu-ibu rumah tangga berumur 41-50 yaitu sebanyak 52 responden (25%), dan yang terkecil ibu-ibu rumah tangga berumur 51-60 yaitu sebanyak 34 responden (16%).

#### 4.2.2 Pendidikan

Tabel 4.2

Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan

N=210

PENDIDIKAN	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
SD	26	12%
SMP	24	11%
SMA	85	40%
D3	45	21%
S1	30	14%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Primer diolah dari kuisisioner, 2017*

Berdasarkan table 4.2 menunjukkan bahwa dari total 210 ibu-ibu responden pada penelitian ini , terdapat ibu-ibu rumah tangga yang pendidikan terakhirnya adalah SD sebanyak 26 responden dengan persentase (12%), ibu-ibu rumah tangga yang pendidikan terakhirnya SMP sebanyak 24 responden dengan persentase (11%), ibu-ibu rumah tangga yang pendidikan terakhirnya SMA sebanyak 85 responden dengan persentase (40%), ibu-ibu rumah tangga yang pendidikan terakhirnya D3 sebanyak 45 responden dengan persentase (21%) dan ibu-ibu rumah tangga yang pendidikan terakhirnya S1 sebanyak 30 responden dengan persentase (14%).

### 4.1.3 Jumlah Anak

Tabel 4.3

Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Anak

N=210

JUMLAH ANAK	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
1	24	11%
2	36	17%
3	34	16%
4	44	21%
5	43	20%
6	14	7%
7	9	4%
8	0	0%
9	4	2%
10	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer diolah dari kuisisioner, 2017

Berdasarkan table 4.3 di atas, menunjukkan bahwa persentase responden terbesar adalah ibu-ibu rumah tangga yang jumlah anaknya 4 yaitu sebanyak 44 responden (21%), ibu-ibu rumah tangga yang jumlah anaknya 5 yaitu sebanyak 43 responden (20%), ibu-ibu rumah tangga yang jumlah anaknya 6 yaitu sebanyak 14 responden (7%), ibu-ibu rumah tangga yang jumlah anaknya 7 yaitu sebanyak 9 responden (4%), ibu-ibu rumah tangga yang jumlah anaknya 9 responden (2%), ibu-ibu rumah tangga yang jumlah anaknya 10 yaitu sebanyak 2 responden (1%), ibu-ibu rumah tangga yang jumlah anaknya 3 yaitu sebanyak 34 responden (16%), ibu-ibu rumah tangga yang jumlah anaknya 2 yaitu sebanyak 36 responden (17%), ibu-ibu rumah tangga yang jumlah anaknya 1 yaitu sebanyak 24 responden (11%) dan

yang terkecil ibu-ibu rumah tangga yang jumlah anaknya 8 yaitu sebanyak 0 responden (0%).

#### **4.3 Tanggapan Ibu Rumah Tangga Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur Terhadap Sinema Pintu Taubat**

Ada lima indikator yang digunakan untuk mengukur tanggapan ibu-ibu rumah tangga menonton Sinema Pintu Taubat di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur Indikator tersebut meliputi 1) tema 2) isi pesan 3) alur cerita 4) adegan tokoh-tokoh 5) pesan yang disampaikan sesuai dengan kenyataan di lingkungan sekitar Berdasarkan kelima indikator tersebut dikembangkan, yang hasilnya dapat dipaparkan sebagai berikut :

##### **4.3.1 Tanggapan Ibu-ibu Rumah Tangga Di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur Terhadap Tema Tayangan Sinema Pintu Taubat**

Tabel 4.4

Distribusi Responden Terhadap Tema Tayangan Sinema Pintu Taubat

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
<b>Sangat baik</b>	51	25%
<b>Baik</b>	126	61%
<b>Kurang Baik</b>	30	14%
<b>Tidak Baik</b>	0	0
<b>Total</b>	207	100%

*Sumber: Data Primer diolah dari kuesioner, 2017*

Berdasarkan table 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur di dapat persentase sebanyak 86% ini berdasarkan jawaban responden kategori sangat baik dan baik.

Namun, sebagian kecil dari mereka menilai tema tayangan sinema pintu taubat dengan jawaban responden kurang baik dan tidak baik didapat persentase sebanyak 14% olehnya itu dapat di asumsikan bahwa sebagian besar ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur menilai baik tema tayangan Sinema Pintu Taubat.

#### **4.3.2 Tanggapan Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur Terhadap Isi Pesan Tayangan Sinema Pintu Taubat**

Tabel 4.5

Distribusi Responden Terhadap Isi Pesan Tayangan Sinema Pintu Taubat

<b>Jawaban responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
<b>Sangat baik</b>	114	55%
<b>Baik</b>	75	36%
<b>Kurang Baik</b>	18	9%
<b>Tidak Baik</b>	0	0%
<b>Total</b>	207	100%

*Sumber: Data Primer diolah dari kuesioner, 2017*

Berdasarkan table 4.5 menunjukkan bahwa sebagian besar ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur dengan jawaban responden sangat baik hingga baik terhadap isi pesan tayangan Sinema Pintu Taubat didapat persentase dari kedua jawaban responden tersebut adalah 91%. Namun terdapat sebagian kecil dari mereka menilai isi pesan tayangan sinema pintu taubat dari jawaban responden kurang baik atau tidak baik yaitu sebanyak 9%. Artinya, sebagian besar ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur menilai sangat baik isi pesan tayangan Sinema Pintu Taubat.

### 4.3.3 Tanggapan Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur Terhadap Alur Cerita Tayangan Sinema Pintu Taubat

Tabel 4.6

Distribusi Responden Terhadap Alur Cerita Tayangan Sinema Pintu Taubat

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
<b>Sangat baik</b>	106	51%
<b>Baik</b>	68	33%
<b>Kurang Baik</b>	33	16%
<b>Tidak Baik</b>	0	0%
<b>Total</b>	207	100%

*Sumber: Data Primer diolah dari kuesioner, 2017*

Berdasarkan table 4.6 dapat dijelaskan bahwa sebagian besar ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur dengan jawaban responden sangat baik hingga baik terhadap alur cerita tayangan Sinema Pintu Taubat didapat persentase 84%. Namun ada sebagian kecil dari mereka (16%) menilai alur cerita tayangan Sinema Pintu Taubat kurang baik atau tidak baik. Artinya, sebagian besar ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur menilai sangat baik alur cerita tayangan Sinema Pintu Taubat.

#### 4.3.4 Tanggapan Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur Terhadap Adegan Tokoh-Tokoh Tayangan Sinema Pintu Taubat

Tabel 4.7

Distribusi Responden Terhadap Adegan Tokoh-Tokoh Tayangan Sinema Pintu Taubat

Jawaban responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat baik	36	17%
Baik	144	70%
Kurang Baik	24	12%
Tidak Baik	3	1%
<b>Total</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer diolah dari kuesioner, 2017

Berdasarkan table 4.7 menunjukkan bahwa sebagian besar ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur persentase dengan jawaban responden antara sangat baik dan baik terhadap adegan tokoh-tokoh tayangan sinema pintu taubat adalah 87%. Namun ada sebagian kecil dari mereka menilai adegan tokoh-tokoh tayangan sinema pintu taubat kurang baik atau tidak baik. Sebanyak 13%, artinya sebagian besar ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur menilai baik adegan tokoh-tokoh tayangan Sinema Pintu Taubat.

#### 4.3.5 Tanggapan Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur Terhadap Pesan Yang Disampaikan Dalam Tayangan Sinema Pintu Taubat Sesuai Dengan Kenyataan Yang Ada Di Lingkungan Sekitar

Tabel 4.8

Distribusi Responden Terhadap Pesan Yang Disampaikan Dalam Tayangan Sinema Pintu Taubat Sesuai Dengan Kenyataan Yang Ada Di Lingkungan Sekitar

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
<b>Sangat sesuai</b>	54	26%
<b>Sesuai</b>	120	58%
<b>Kurang Sesuai</b>	30	14%
<b>Tidak Sesuai</b>	3	1%
<b>Total</b>	207	100%

*Sumber: Data Primer diolah dari kuesioner, 2017*

Berdasarkan table 4.8 menunjukkan bahwa sebagian besar ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur dengan jawaban responden sangat sesuai dan sesuai di dapat persentase 84% terhadap pesan yang disampaikan dalam tayangan sinema pintu taubat dengan kenyataan yang ada di lingkungan sekitar. Namun ada sebagian kecil dari mereka menilai pesan yang disampaikan dalam tayangan sinema pintu taubat kurang sesuai atau tidak sesuai dengan kenyataan yang ada di lingkungan sekitar sebanyak 15%. Artinya, sebagian besar ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur menilai pesan yang disampaikan dalam tayangan Sinema Pintu Taubat sesuai dengan kenyataan yang ada di lingkungan sekitar.

#### 4.4 Ketertarikan Ibu Rumah Tangga Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur Terhadap Sinema Pintu Taubat

Ada tiga indikator yang digunakan untuk mengukur ketertarikan ibu-ibu rumah tangga menonton sinema pintu taubat di Desa Baruga Kecamatan Towuti Luwu Timur Indikator tersebut meliputi:

1. Frekuensi menonton
2. Lamanya (durasi) menonton
3. Kesukaan

Berdasarkan ketiga indikator tersebut dikembangkan menjadi 6 pertanyaan penelitian, yang hasilnya dapat dipaparkan sebagai berikut:

##### 4.4.1 Frekuensi Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur Dalam Menonton Sinema Pintu Taubat

Tabel 4.9

Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur Dalam Menonton Sinema Pintu Taubat

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Selalu	101	48 %
Sering	67	32 %
Jarang	39	19 %
Total	207	100%

Sumber: Data Primer diolah dari kuesioner, 2017

Berdasarkan table 4.9 Dilihat dari frekuensi menonton, menunjukkan bahwa sebagian besar ibu-ibu rumah tangga memiliki frekuensi menonton yang sangat tinggi. Hal ini ditunjukkan, oleh data pada table di atas, bahwa sebagian besar ibu-

ibu rumah tangga (80%) sering bahkan selalu menyempatkan diri untuk menonton Sinema Pintu Taubat yang ditayangkan setiap hari di stasiun televisi Indosiar.

Sinema Pintu Taubat ditayangkan setiap hari dari Senin sampai Minggu pada jam yang sama. berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa frekuensi menonton ibu-ibu dalam satu minggu bervariasi, Ada 41% responden yang menunjukkan ketertarikan yang sangat tinggi, dan ada pula yang memanfaatkan hari libur seperti pada hari minggu saja. Hal ini dapat dilihat pada table 4.10 berikut:

Table 4.10

Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur Dalam Menonton Sinema Pintu Taubat

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
<b>Tiap Hari</b>	84	41%
<b>Sekitar 5 Kali</b>	55	27%
<b>2-3 kali</b>	51	25%
<b>1 kali misalnya hari minggu saja</b>	17	8%
<b>Total</b>	207	100%

*Sumber::Data Primer diolah dari kuesioner, 2017*

#### 4.4.2 Durasi Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur Dalam Menonton Sinema Pintu Taubat

Tabel 4.11

Distribusi Responden Berdasarkan Lamanya (Durasi) Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur Dalam Menonton Sinema Pintu Taubat

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
iya, kalau tidak ada kegiatan	42	20%
iya, dari awal sampai akhir	98	47%
iya, berhenti kalau ada iklan	40	19%
Menonton tapi sekilas	27	13%
<b>Total</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer diolah dari kuesioner, 2017

Berdasarkan table 4.11 Dilihat dari durasi menonton, menunjukkan bahwa sebagian besar ibu-ibu rumah tangga memiliki durasi menonton yang sangat tinggi. Hal ini ditunjukkan, oleh data pada table di atas, bahwa sebagian besar ibu-ibu (67%) mengikuti tayangan Sinema Pintu Taubat dari awal tayang sampai akhir bahkan ketika tidak ada kegiatan menyempatkan diri untuk menonton Sinema Pintu Taubat dan sebagian kecil ibu-ibu rumah tangga hanya mengikuti tayangan Sinema Pintu Taubat tetapi berhenti jika ada jeda iklan dan bahkan hanya menonton tetapi sekilas.

Jam tayang Sinema Pintu Taubat yaitu jam 13.00 sampai jam 15.00, memungkinkan ibu-ibu menyempatkan diri menonton sinema ini, karena bertepatan dengan waktu luang atau waktu istirahat ibu-ibu. Terdapat 74% responden yang menunjukkan ketertarikan yang sangat tinggi karena menyempatkan menonton

tayangan sinema pintu taubat selama 1 jam bahkan sampai 2 jam dan ada pula yang hanya menonton sekitar 30 menit dan kurang dari 30 menit. Hal ini dapat dilihat pada table 4.12

Table 4.12

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
13.00 WITA - 15.00 WITA	100	48%
13.00 WITA - 14.00 WITA	54	26%
Sekitar 30 menit	45	22%
Kurang dari 30 menit	8	4%
<b>Total</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer diolah dari kuesioner, 2017

#### 4.4.3 Kesukaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur Dalam Menonton Sinema Pintu Taubat

Tabel 4.13

Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Kesukaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur Dalam Menonton Sinema Pintu Taubat

Jawaban responden	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat suka	117	57%
Suka	51	25%
kurang suka	39	19%
tidak suka	0	0
<b>Total</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer diolah dari kuesioner, 2017

Berdasarkan table 4.13 di atas menunjukkan bahwa ibu-ibu rumah tangga (82%) sangat suka menonton Sinema Pintu Taubat. Namun ada sebagian kecil dari mereka (19%) yang kurang suka atau tidak suka menonton sinema pintu taubat.

Artinya, hanya sebagian besar ibu-ibu rumah tangga yang memiliki tingkat kesukaan yang tinggi terhadap Sinema Pintu Taubat.

#### 4.4.4 Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Ketertarikan Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur Dalam Menonton Sinema Pintu Taubat.

Tabel 4.14

Distribusi responden berdasarkan faktor yang membuat ketertarikan ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur dalam menonton Sinema Pintu Taubat.

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Tema	48	23%
Alur Cerita	66	32%
Adegan	21	10%
Nilai pesan	72	35%
Total	207	100%

Sumber: Data Primer diolah dari kuesioner, 2017

Berdasarkan table 4.14 di atas menunjukkan bahwa responden lebih banyak memilih nilai pesan yaitu (35%)., kemudian (32%) yang memilih alur cerita, kemudian yang memilih tema (23%) sedangkan (10%) memilih adegan. Artinya, sebagian besar ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur tertarik menonton Sinema Pintu Taubat, dikarenakan mereka menyukai alur cerita dan nilai pesan yang disampaikan oleh tayangan Sinema Pintu Taubat. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar ibu-ibu rumah tangga tidak hanya menonton sekedar mengisi waktu tetapi mereka juga mengamati isi pesan yang disampaikan alur cerita Sinema Pintu Taubat.

#### 4.5 Pembahasan

Melihat usia responden yang sering menonton Sinema Pintu Taubat berada pada kisaran usai 20-5- tahun. Hal ini menunjukkan bahwa segmen khalayak untuk program acara yang bernuansa religi sesuai untuk khalayak dalam jenjang usia tersebut. Waktu penayangan sinema pintu taubat juga mendukung ketertarikan ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur dalam menonton Sinema Pintu Taubat karena ditayangkan pada waktu jam istirahat (13.00 WITA-15.00 WITA).

Dilihat dari fungsi media massa menurut Effendy bahwa hiburan, informasi dan pendidikan sinema pintu taubat menunjukkan fungsi lebih banyak pada pendidikan. Hal ini dapat dibuktikan karena ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur tidak hanya sekedar menonton tetapi menangkap isi pesan (pendidikan religi) yang disampaikan dalam tayangan Sinema Pintu Taubat.

Berdasarkan Hasil kuisioner responden ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur terhadap Sinema Pintu Taubat yang tayang di Indosiar stasiun televisi swasta sangat digemari oleh ibu-ibu untuk di tonton, dapat dilihat dari persentase 80% dengan responden sebanyak 168 ibu-ibu rumah tangga yang menonton tayangan Sinema Pintu Taubat menunjukkan bahwa terdapat ketertarikan ibu-ibu rumah tangga untuk menonton tayangan sinema pintu taubat. Selain itu terdapat 39 responden dengan persentase 20% yang kurang meminati menonton tayangan Sinema Pintu Taubat. Tayangan Sinema Pintu Taubat digemari dikalangan ibu-ibu rumah tangga karena sinema tersebut banyak memberikan pengaruh positif sehingga dapat menjadi contoh atau pelajaran didalam kelaurga.

Sinema Pintu Taubat tayang setiap hari dari hari senin sampai dengan hari minggu, dimana terdapat 139 responden atau dengan persentase sebanyak 68% ibu-ibu rumah tangga yang menonton tayangan Sinema Pintu Taubat setiap hari dalam seminggu atau hanya 5 kali dalam seminggu, dan beberapa yang hanya menonton 2-3 kali dalam seminggu atau bahkan 1 kali dalam seminggu dengan responden sebanyak 68 ibu-ibu rumah tangga atau dengan persentase sebanyak 33%.

Ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur mengikuti tayangan Sinema Pintu Taubat dari awal tayang sampai akhir dan menonton tayangan tersebut kalau tidak ada kegiatan sebanyak 140 responden atau dengan persentase 67%. Sebagian ibu-ibu rumah tangga dengan responden 67 atau dengan persentase 32% mengikuti tayangan Sinema Pintu Taubat hanya sekilas atau menonton dan berhenti pada saat jeda iklan berlangsung.

Sinema Pintu Taubat ditayangkan dari jam 13.00 – 15.00 WITA, ibu-ibu rumah tangga yang menonton tayangan tersebut selama kurang lebih 1 sampai 2 jam sebanyak 154 responden dengan persentase 74%, hal ini dikarenakan dengan bertepatan pada jam istirahat ibu-ibu rumah tangga sehingga ibu-ibu rumah tangga dapat meluangkan waktu untuk menonton tayangan Sinema Pintu Taubat tersebut.. Sebagian ibu-ibu rumah tangga sebanyak 53 responden dengan persentase 26% hanya menonton sekitar 30 menit atau bahkan kurang dari 30 menit mengikuti tayangan Sinema Pintu Taubat.

Sebanyak 168 responden dengan persentase 82% ibu-ibu rumah tangga suka hingga sangat suka terhadap tayangan Sinema Pintu Taubat, dan sebanyak 39 responden dengan persentase 19% kurang suka terhadap tayangan sinema pintu

taubat tersebut. Dilihat dari beberapa factor yang mendorong ibu-ibu rumah tangga untuk menonton tayangan sinema pintu taubat yang terdiri dari tema, alur cerita, adegan dan nilai pesan. Dimana faktor nilai pesan yang paling banyak dipilih untuk mendorong ibu-ibu rumah tangga menonton tayangan sinema pintu taubat sebanyak 72 responden dengan persentase 35%. Faktor kedua yang mendorong ibu-ibu rumah tangga untuk menonton tayangan Sinema Pintu Taubat yaitu alur cerita sebanyak 66 responden dengan persentase 32%. Sedangkan yang memilih tema sebanyak 48 responden dengan persentase 23% dan adegan sebanyak 21 responden dengan persentase 10%. Hal ini dapat dilihat bahwa sinema pintu taubat memberikan nilai pesan yang baik sehingga ibu-ibu rumah tangga tertarik untuk menonton tayangan tersebut.

Tema yang dipilih dalam setiap tayangan sinema pintu taubat setiap harinya dinilai baik hingga sangat baik oleh ibu-ibu rumah tangga sebanyak 177 responden dengan persentase 86% sedangkan sebanyak 30 responden dengan persentase 14% menilai thema yang diangkat pada Sinema Pintu Taubat kurang baik atau bahkan tidak baik. Sedangkan isi pesan tayangan sinema pintu taubat dinilai baik hingga sangat baik oleh ibu-ibu rumah tangga sebanyak 189 responden dengan persentase 91% dan sebanyak 18 responden dengan persentase 9% menilai kurang baik. Alur cerita pada tayangan sinema pintu taubat dinilai baik hingga sangat baik oleh ibu-ibu rumah tangga sebanyak 174 responden dengan persentase 84% dan sebanyak 33 responden dengan persentase 16% menilai kurang baik. Sedangkan tanggapan ibu-ibu rumah tangga terhadap adegan tokoh-tokoh pada sinema pintu taubat dinilai baik hingga sangat baik sebanyak 180 responden dengan persentase 87% dan yang menilai kurang baik sebanyak 27 responden dengan persentase 13%.

Tayangan Sinema Pintu Taubat merupakan sinema yang menceritakan kisah-kisah nyata yang terjadi dalam lingkungan keluarga yang tergolong sinema bernuansa religi. Ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur bertanggapan bahwa pesan yang disampaikan dalam Sinema Pintu Taubat sesuai dengan kenyataan yang ada dilingkungan sekitar sebanyak 174 responden dengan persentase 84% dan sebanyak 33 responden dengan persentase 15% menilai kurang sesuai atau bahkan tidak sesuai.

#### **4.6 Tanggapan**

Bentuk respon yang dilakukan khalayak terhadap isi media, menunjukkan bahwa khalayak aktif dalam menilai isi pesan. Hal ini dilihat dari data hasil penelitian bahwa ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur turut menilai kualitas Sinema Pintu Taubat dari aspek nilai pesan, alur cerita, adegan tokoh-tokoh, dan isi pesan yang disampaikan. Hal ini sesuai dengan teori puluru (Bullet Theory) berfungsi sebagai jarum suntik untuk mengalirkan obat ke dalam tubuh manusia. Media berperan secara otomatis untuk menyampaikan pesan-pesan kepada khalayak dan hal tersebut sesuai dengan teori rangsangan-tanggapan (stimulus-respons) yang berperan untuk mendapatkan dan melihat reaksi dari khalayak. Artinya, media massa dapat berperan sebagai pemberi informasi kepada khalayak.

#### **4.7 Ketertarikan**

Bentuk respon yang dilakukan khalayak aktif menilai dari hasil penelitian bahwa ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur sebagian besar menonton tiap hari dengan mengikuti jam tayangan sinema pintu taubat dari awal sampai akhir, durasi yang dibutuhkan lumayan lama

menghabiskan waktu dari jam 13.00 WITA-15.00 WITA dengan tingkat kesukaan yang sangat tinggi untuk menonton tayangan Sinema Pintu Taubat . hal ini sesuai dengan teori uses and gratification ( kegunaan dan kepuasan) yang pola penggunaan media diartikan sebagai waktu (durasi), frekuensi, tingkat kesukaan dan keterlibatan menggunakan media. Semakin banyak waktu yang dialokasikan dan frekuensi menggunakan media akan memperbesar jenis media dan jenis isi yang diperolehnya, dengan demikian juga tingkat kesukaan pada saat khayak menggunakan media.

Dengan demikian dapat diinterpretasi program yang ditayangkan di televisi harus menunjukkan bahwa khalayak aktif menilai program acara tersebut. Pihak produsen acara televisi harus mampu membuat program yang baik dan tepat dengan segmen khalayaknya. Pada tayangan sinema pintu taubat ini masyarakat tidak hanya menilai dari sisi positif saja, tetapi khalayak juga menilai dari sisi negatif , adapun sisi negatifnya seperti pertengkaran dalam rumah tangga , dll.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

1. Berdasarkan tanggapan ibu-ibu rumah tangga menonton Sinema Pintu Taubat di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur terdapat 5 Indikator yang menjadi tolak ukur meliputi tema (*theme*), isi pesan, alur cerita, adegan tokoh-tokoh serta pesan yang disampaikan sesuai dengan kenyataan di lingkungan sekitar. tanggapan ibu-ibu rumah tangga terhadap penayangan Sinema Pintu Taubat di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur dapat dikatakan sangat baik terutama dalam indikator isi pesan, alur cerita dan pesan yang disampaikan sesuai dengan kenyataan sedangkan tema dan adegan tokoh-tokoh mendapatkan respon baik.
2. Ketertarikan Ibu-Ibu Rumah Tangga Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur terhadap Sinema Pintu Taubat dapat dikatakan sangat tinggi. Dalam hal ini ada tiga indikator yang digunakan untuk mengukur ketertarikan terhadap sinema tersebut, adapun indikatornya seperti frekuensi menonton, durasi (lamanya) menonton, dan minat kesukaan. Dari segi ketiga indikator tersebut dapat dikatakan bahwa ibu-ibu rumah tangga di Desa Baruga Kecamatan Towuti, Luwu Timur terhadap sinema pintu taubat dapat dikatakan sangat tinggi. Hal itu dapat dilihat dari beberapa survey yang telah dilakukan, berdasarkan frekuensi sebagian dari ibu-ibu rumah tangga menyempatkan waktu setiap hari untuk menonton sinema tersebut dan sebagian kecil menyempatkan waktu untuk menontonnya di hari libur dari segi lamanya (durasi), kebanyakan ibu-ibu rumah

tangga mengikuti tayangan tersebut dari awal sampai akhir, dan menghabiskan waktu sekitar 1 sampai 2 jam untuk menonton Sinema Pintu Taubat, karena jadwal dari sinema tersebut bertepatan dengan waktu luang. Dalam tingkat kesukaan, hampir seluruh ibu-ibu rumah tangga dapat dikatakan menyukai Sinema Pintu Taubat tersebut, hal itu disebabkan oleh ketertarikan sebagian ibu-ibu rumah tangga terhadap nilai pesan yang disampaikan serta alur cerita yang menarik dalam tayangan Sinema Pintu Taubat.

## **5.2 Saran**

1. Hendaknya PT Indosiar Visual Mandiri khususnya dalam bagian program acara sinema pintu taubat lebih meningkatkan nilai pesan, mengangkat tema-tema yang tidak selalu berhubungan dengan tindak kekerasan dalam keluarga (KDRT) dan mempertahankan atau ditingkatkan kualitas program acaranya , bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian terhadap penayangan sinema pintu taubat diharapkan membatasi indikator penilaian namun dalam hal sampel tidak hanya mencakup ibu-ibu rumah tangga saja tetapi seluruh anggota keluarga atau masyarakat.
2. Sinema Pintu Taubat tidak hanya mencakup pesan moral untuk keluarga yang berumah tangga saja, diharapkan bisa mencakup semua kalangan seperti anak-anak serta anak remaja karena dalam ilmu psikologi anak-anak lebih cenderung dengan meniru (imitation) apa yang mereka lihat, terkadang mereka tirukan sehingga alur cerita tidak hanya berkaitan dengan masalah rumah tangga ataupun pertengakaran-pertengakaran yang dilakukan oleh orang dewasa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad,AS, 1992. *Komunikasi Media dan khalayak*. Hasanuddin University Press: Makassar
- Ardianto, Elvinaro, 2004. *Komunikasi massa: Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media: Bandung
- Arsyad,Azhar. 2005. *Media Pembelajaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Cangara, Hafied, 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. RajaGrafindo Persada: Jakarta
- \_\_\_\_\_, 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. RajaGrafindo Persada: Jakarta
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi ( Teori, Paradigma, dan Discourse Teknologi Komunikasi di Masyarakat)*. Kencana Prenada Media Group : Jakarta
- Effendy, Onong Uchjana, 2005. *Komunikasi & Modernisasi*. Mandar maju :Bandung
- \_\_\_\_\_,1983. *Televisi Siaran Teori dan Praktek*. Mandar maju:Jakarta
- \_\_\_\_\_,2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti : Bandung
- \_\_\_\_\_,1989. *Kamus Komunikasi*. CV.Mandar Maju : Bandung
- Fatimah, Machmud. 2012. *Tanggapan Masyarakat Kelurahan Karampuang Terhadap Sinetron Namaku Mentari Di RCTI. Disertai tidak diterbitkan*. Makassar: Program Study Broadcasting Universitas Fajar Makassar
- Mabruri, KN Anton. 2013. *Manajemen Produksi Program AcaraTv*. Gramedia Widiasarana Indonesia: Jakarta
- Nurudin , 2015. *Pengantar Komunikasi Massa*. RajaGrafindo : Jakarta
- Sari, Arwinda Arsayd. 2016. *Pengaruh Serial Uttaran Terhadap Aktifitas Ibu Rumah Tangga di Kelurahan Parang Kecamatan Mamacang Kota Makassar*. Program Studi S1 Komunikasi. Universitas Fajar Makassar

Sugiyono, 2014 . *Metode Peneltian dan Kuantitatif Kualitatif dan R&D* . Alfabeta : Bandung

Suprpto, Tommy, 2011 . *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi* . Buku kita : Jakarta

Susanto, Astrid S,1982 .*Komunikasi Massa*. Binacipta : Jakarta

Theojunior Lamintang, Franciscus, 2013. *Pengantar Ilmu Broadcasting dan Cinematography*. Media : Jakarta

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi* . PT.Grasindo : Jakarta

<http://www.nielsen.com/id/ed/press-room/2014/Nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html>/di akses 6 april 2017

<https://dapidsaputra.wordpress.com/2013/10/14/pengertian-komunikasi/>diakses 22 maret 2017

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/sinema> /29 maret 2017

[https://id/Wikipedia.org/wiki/Daftar\\_stasiun\\_televisi\\_diIndonesia/](https://id/Wikipedia.org/wiki/Daftar_stasiun_televisi_diIndonesia/) diakses 6 april 2017

<https://m.wikipedia.org/wiki/indosiar/>diakses 27 maret 2017

<https://nensisilvia.wordpress.com/2015/07/07/karakteristik-komponen-komunikasi-massa/> 22 maret 2017

<https://sinaukomunikasi.wordpress.com/2013/09/11/sekilas-tentang-film/>diakses 01 april 2017

<http://www.zamrikpi.com/2016/08/teori-uses-and-gratificationsdalam.html>diakses 22 agustus 2017

## LAMPIRAN 1. DOKUMENTASI

### DOKUMENTASI PENYEBARAN KUESIONER



