

**PERSEPSI PENONTON TERHADAP PROGRAM
UANG KAGET DI GTV**

SKRIPSI

**Diajukan untuk dipertahankan dalam
Ujian Sidang Sarjana Ilmu Komunikasi
Jurusan Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

NUR NOVIDA

044114288



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR**

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini disusun oleh :

Nama : Nur Novida

NPM : 04411 4288

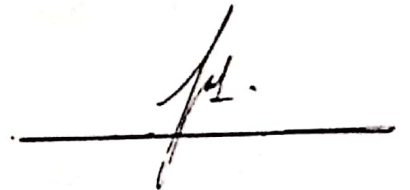
Judul Skripsi : Persepsi Penonton Terhadap Program Uang Kaget di GTV.

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan.

DEWAN PENGUJI

Menyetujui,

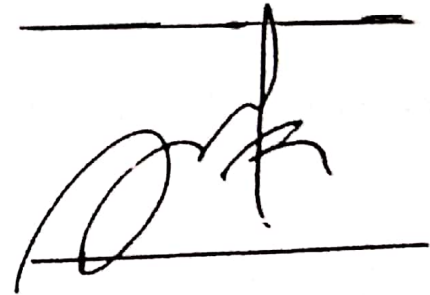
Pembimbing I. : Feri Ferdian Alamsyah. M.Ikom.
NIK : 1.0614025629



Pembimbing II. : Prasetyo Adi Nugroho. M.Ikom.
NIK : 1.0616049760




Pembaca : Ismail Taufik Rusfien. M.Si.
NIK : 1.1215047681



Ditetapkan di : Bogor
Tanggal : 14 Januari 2019

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya


Drs. Agnes Setyowati H., M.Hum.
NIK. : 1 0295 006 229



Ketua Program Studi



Muslim. S.Sos., M.Si.
NIK. 1 0909 048 513

ABSTRAKSI

Nur Novida. NPM : 044114288. "Persepsi Penonton Terhadap Program "Uang Kaget" di GTV". Dibawah bimbingan : Feri Ferdinan Alamsyah, M.I.Kom dan Prasetyo Adinugroho, M.I.Kom.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik penonton program Uang Kaget, untuk mengetahui intensitas menonton penonton program Uang Kaget, untuk mengetahui persepsi penonton terhadap program Uang Kaget, untuk mengetahui hubungan antara karakteristik penonton dengan persepsi penonton terhadap program Uang Kaget dan untuk mengetahui hubungan antara intensitas menonton dengan persepsi penonton terhadap program Uang Kaget.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan penelitian ini dilakukan pada bulan Juli – Desember 2018. Metode pengumpulan data melalui kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Dengan membagikan 100 responden masyarakat Desa Sukamakmur Kecamatan Ciomas Kabupaten Bogor yang dihitung menggunakan rumus *slovin*, kemudian data didapatkan, dan diolah dengan bantuan SPSS versi 16. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Uji validitas menggunakan *Product Moment Pearson* dan Uji reliabilitas menggunakan *Alpha Cronbach*. Pengukuran uji korelasi setiap variabel menggunakan *Rank Spearman*.

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Desa Sukamakmur Kecamatan Ciomas Kabupaten Bogor tentang persepsi penonton terhadap program "Uang Kaget" di GTV untuk variabel karakteristik mayoritas perempuan, dari tingkat usia mayoritas berusia >40, berpendidikan terakhir SMA, pekerjaan sebagai ibu rumah tangga dan berpenghasilan Rp 1.000.000,00 – Rp 2.000.000,00. Untuk variabel intensitas menonton, dalam indikator perhatian mayoritas menjawab setuju, dalam indikator penghayatan mayoritas menjawab setuju, dalam indikator durasi lebih banyak yang sangat setuju dan setuju pada pernyataan menonton dalam durasi 10-30 menit dalam setiap kali tayang, dan dalam indikator frekuensi mayoritas menyatakan lebih sering menonton sebanyak 1-5 kali dalam seminggu.

Uji hubungan antara karakteristik penonton (X1) dengan persepsi penonton program "Uang Kaget" (Y), terdapat hubungan yang sangat nyata antara indikator pendidikan dan indikator konatif, hubungan nyata berbanding terbalik pada indikator pekerjaan dan indikator konatif dan hubungan yang sangat nyata antara indikator pendapatan dan indikator konatif. Uji hubungan antara intensitas menonton (X2) dengan persepsi penonton program "Uang Kaget" (Y), terdapat hubungan nyata antara indikator penghayatan dan indikator konatif, terdapat hubungan nyata antara indikator frekuensi dan indikator kognitif dan terdapat hubungan yang sangat nyata antara indikator frekuensi dan indikator afektif.

**STRATEGI KREATIF PRODUSER FREMANTLE DALAM
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PROGRAM ACARA FAMILY100
INDONESIA**

SKRIPSI

MUHAMMAD FARIZAL SURYA

044115051



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
BOGOR
MEI 2019**

**STRATEGI KREATIF PRODUSER FREMANTLE DALAM
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PROGRAM ACARA FAMILY100
INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menempuh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Universitas Pakuan Bogor

**MUHAMMAD FARIZAL SURYA
044115051**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
BOGOR
MEI 2019**

ABSTRAK

MUHAMMAD FARIZAL SURYA. 2019. Strategi Kreatif Produser Fremantle Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Acara Family100 Indonesia. Faculty of Social Science and Humanities, Departement of Communication Science, Pakuan University Bogor. Supervised by: **Imani Satriani, M.Si dan Wiranta Yudha Ginting, M.A**

This study aims to identify the strategies applied by the producer of Fremantle to maintain the existence of the Family100 Indonesia program. This study uses the concept of 13 elements of creative strategy according to Naratama, i.e the target audience, the language of the script, the format of the event, punch line, gimmick, clip hanger, tune and bumper, artistic arrangement, music and fashion, event rhythm, logo and music track, general rehearsal and interactive program. This research was carried out at the Fremantle office in February until April 2019. This study used a qualitative research methodology, the data collection techniques used were interviews, observation and documentation. Triangulation in this study uses source triangulation. The results of this study show that the Family100 Indonesia applies the 13 strategy elements of Naratama's creative strategy and makes it last for 23 years.

Keywords: Eksistensi, Family100, Fremantle, Produser, Strategi.

**PENGARUH TERPAAN TAYANGAN ILOOK DI NET TV TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF SISWA
(KASUS SMK NEGERI 3 BOGOR JURUSAN TATA BUSANA)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan Bogor**

SARI RAHMADANY

0441 15 435



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS PAKUAN**

BOGOR

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh

Nama : Sari Rahmadany

NPM : 0441 15 435

Judul : Pengaruh Terpaan Tayangan ILook di NET TV Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Kasus SMK NEGERI 3 BOGOR Jurusan Tata Busana)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan

DEWAN PENGUJI

Menyetujui

Pembimbing I : Feri Ferdinan Alamsyah, M.I.kom.
NIP/NIK: 1.0614 025 629

Pembimbing II : Yogaprasta Adi Nugraha, M.Si
NIP/NIK: 1.0641 025 628

Pembaca : Mariana R.A. Siregar, M.I.Kom
NIP/NIK: 1.1211 053 566

Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 23 November 2019

Oleh

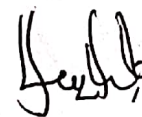
Dekan,



Dr. Agnes Setyowati H, M.Hum
NIP/NIK:1.0536 008 229



Ketua Program Studi,



Muslim, M.Si
NIP/NIK: 1.0909 048 513

ABSTRAK

SARI RAHMADANY. 044115435. 2019. Pengaruh Terpaan Tayangan iLook di NET TV Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Kasus SMK NEGERI 3 BOGOR Jurusan Tata Busana) Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Penyiaran, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan : Feri Ferdinan Alamsyah, M.I.kom. dan Yogaprasta Adi Nugraha, M.Si. 2019

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan tayangan iLook terhadap perilaku konsumtif siswa di SMKN 3 Bogor. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menjadikan siswa SMKN 3 Bogor sebagai sampel penelitian. Terdapat tiga variabel dalam penelitian kuantitatif ini yaitu Karakteristik Siswa SMKN 3 Bogor (X1), Terpaan Tayangan iLook (X2) dan Perilaku Konsumtif Siswa Bogor (Y). Teknik pengambilan sample menggunakan metode *purposive sampling* dimana sample tersebut ditentukan dengan menggunakan rumus slovin yang dibulatkan menjadi 75 responden. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Data penelitian diperoleh dengan teknik kuesioner menggunakan skala likert. Hasil penelitian ini menemukan bahwa: Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah siswa berusia 17 tahun dan berjenis perempuan. Hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan angka 17,9 yang berarti bahwa variabel X yaitu terpaan tayangan berkontribusi sebesar 17,9 persen terhadap perilaku konsumtif, sedangkan sisanya 82,1 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini.