

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Nadia Chitra Ayu
NPM : 044115297
Judul : Pengaruh Film Dua Garis Biru Terhadap Perilaku Seksual
Pada Remaja Kabupaten Bogor (Studi Kasus :
Remaja Gunung putri Kabupaten Bogor Usia 15-19 Tahun

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

DEWAN PENGUJI

Menyetujui

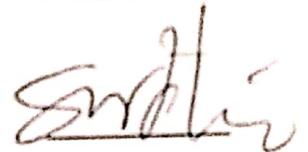
Pembimbing I : Qoute Nuraini C, M.I.Kom
NIK. 1.1215 047 681



Pembimbing II : Dini Valdiani, M.Si
NIK. 1.1110 033 517



Pembaca : Sardi Duryatmo, M.Si
NIK: 1.0715 022 649



Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : November 2019

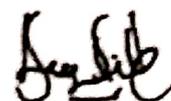
Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



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



Ketua Program Studi



Muslim.M.Si
NIK: 1 0909 048 513

ABSTRAK

NADIA CHITRA AYU 044115297 "Pengaruh Film Dua Garis Biru Terhadap Perilaku Seksual Pada Remaja Kabupaten Bogor" Studi Kasus Remaja Gunung Putri Kabupaten Bogor 15-19 tahun). Program Studi Ilmu Komunikasi, Penyiaran, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor. Dibawah bimbingan Quote Nuraini C, M.I.Kom dan Dini Vahdiani, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Film Dua Garis Biru Terhadap Perilaku seksual Pada Remaja Kabupaten Bogor. Untuk itu digunakan fokus penelitian yaitu unsur naratif dan unsur sinematika. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menjadikan remaja Kabupaten Bogor. Dalam memperoleh data digunakan metode angket kuisioner, dan studi kepustakaan. Populasi pada penelitian adalah remaja Kota Bogor yang berusia . Teknik pengambilan sampel digunakan metode *accidental sampling* dimana sampel tersebut, dan instrumen penelitian diuji Validitas dengan *Pearson Product Moment* dan reliabilitas dengan *Cronbach's alpha*. Hasil penelitian ini menemukan bahwa Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah remaja berusia 16 & 17 tahun dan berjenis kelamin perempuan. Pada variabel X naratif dan sinematika termasuk pada kategori sangat tinggi, sedangkan untuk variabel Y kognitif dan afektif termasuk pada kategori cukup/sedang dan untuk variabel komatif termasuk pada kategori sangat tinggi. Hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan angka 0,065 yang berarti variabel X yaitu Film Dua Garis Biru berkontribusi sebesar 6,5% terhadap perilaku seksual remaja Kabupaten Bogor, sedangkan sisanya 93,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Hasil uji hipotesis merupakan uji terakhi untuk menunjukkan keterpengaruhn variabel X terhadap variabel Y menggunakan uji T, dimana hasilnya menunjukkan T(hitung) 2,604 dan T(table) 1,660 yang bermakna bahwa terdapat pengaruh film Dua Garis Biru (X) terhadap perilaku seksual (Y).

Kata Kunci: Film Dua Garis Biru dan Perilaku Seksual Remaja.

**PENGARUH FILM DUA GARIS BIRU TERHADAP PERILAKU
SEKSUAL PADA REMAJA KABUPATEN BOGOR
(Studi Kasus : Remaja Gunung Putri Kabupaten Bogor Usia 15-19 Tahun)**

SKRIPSI

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

**Disusun Oleh:
NADIA CHITRA AYU
044115297**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
2019**

**PENGARUH TAYANGAN HOTMAN PARIS SHOW TERHADAP SIKAP
PENONTON PEREMPUAN (KASUS: SIKAP PENONTON
PEREMPUAN DI JAKARTA TIMUR)**

SKRIPSI

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

**Disusun Oleh:
NUR HOLIPAH
044115381**



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

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Nur Holipah
NPM : 044115381
Judul : Pengaruh Tayangan Hotman Paris Show Terhadap Sikap Penonton Perempuan (Kasus: Sikap Penonton Perempuan di Jakarta Timur)

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

DEWAN PENGUJI Menyetujui

Pembimbing I : Qoute Nuraini C, M.I.Kom
NIK. 1.1215 047 681



Pembimbing II : Feri Ferdinan Alamsyah, M.Ikom
NIK. 1.0614 025 629



Pembaca : Tiara Puspaindra, M.Si
NIK. 1.0815 033 671



Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 28 Mei 2019

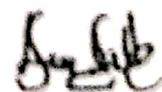
Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



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



Ketua Program Studi



Muslim M.Si
NIK: 1 0909 048 513

ABSTRAK

NUR HOLIPAH. 044115381. 2019. Pengaruh Tayangan Hotman Paris *Show* Terhadap Sikap Penonton Perempuan (Studi Kasus: Penonton Perempuan di Jakarta Timur). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: Qoute Nuraini C, M.Ikom dan Feri Ferdinan, M.Ikom

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh tayangan terhadap sikap penonton perempuan, mendeskripsikan karakteristik serta tayangan Hotman Paris *Show* terhadap sikap penonton perempuan, dan menghubungkan karakteristik serta tayangan Hotman Paris *Show* terhadap sikap penonton perempuan. Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas, yaitu karakteristik penonton dan tayangan Hotman Paris *Show*. Indikator yang digunakan untuk menggambarkan variabel karakteristik penonton adalah usia, pendidikan dan pendapatan. Indikator yang digunakan untuk menggambarkan variabel tayangan adalah durasi dan frekuensi. Penelitian ini dilaksanakan di Jakarta Timur pada bulan maret 2019. Pengambilan sampling pada penelitian ini menggunakan *simple random sampling* kepada 100 orang. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik menggunakan metode pendekatan yaitu metode eksplanatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara karakteristik dan tayangan terhadap sikap penonton perempuan.

ABSTRAK

NUR HOLIPAH. 044115381. 2019. Pengaruh Tayangan Hotman Paris *Show* Terhadap Sikap Penonton Perempuan (Studi Kasus: Penonton Perempuan di Jakarta Timur). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: Qoute Nuraini C, M.Ikom dan Feri Ferdinan, M.Ikom

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh tayangan terhadap sikap penonton perempuan, mendeskripsikan karakteristik serta tayangan Hotman Paris *Show* terhadap sikap penonton perempuan, dan menghubungkan karakteristik serta tayangan Hotman Paris *Show* terhadap sikap penonton perempuan. Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas, yaitu karakteristik penonton dan tayangan Hotman Paris *Show*. Indikator yang digunakan untuk menggambarkan variabel karakteristik penonton adalah usia, pendidikan dan pendapatan. Indikator yang digunakan untuk menggambarkan variabel tayangan adalah durasi dan frekuensi. Penelitian ini dilaksanakan di Jakarta Timur pada bulan maret 2019. Pengambilan sampling pada penelitian ini menggunakan *simple random sampling* kepada 100 orang. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik menggunakan metode pendekatan yaitu metode eksplanatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara karakteristik dan tayangan terhadap sikap penonton perempuan.

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON SEGMENTALIS CHALLENGE
PADA TAYANGAN THE COMMENT DI NET. TERHADAP SIKAP
SISWA SMK NEGERI 1 KOTA BOGOR**

SKRIPSI

PUTRI BUNGA

044 115 582



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

NOVEMBER 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini disusun oleh :

Nama : Putri Bunga
NPM : 04411 5582
Judul Skripsi : Pengaruh Intensitas Menonton Segmen Alis Challenge Pada Tayangan
The Comment di NET TV Terhadap Sikap Siswa SMK Negeri 1 Kota
Bogor

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,

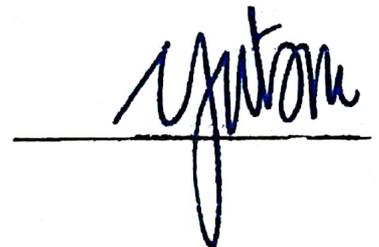
Pembimbing I. : Prasetyo Adinugroho. M.Ikom
NIK : 1.0113001606



Pembimbing II. : Imani Satriani., M.Si.
NIK : 1.0616049763

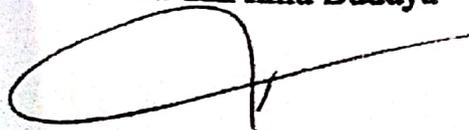


Pembaca : . Intan Tri Kusumaningtias, M.I.Kom..
NIK : 1.0815033671



Ditetapkan di : Bogor
Tanggal : 11 Nopember 2019

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



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



Ketua Program Studi



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

ABSTRAK

Putri Bunga. 044115582. 2019. PENGARUH INTENSITAS MENONTON SEGMENT ALIS CHALLENGE PADA TAYANGAN THE COMMENT DI NET.TV TERHADAP SIKAP SISWA SMK NEGERI 1 KOTA BOGOR. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan : Prasetyo Adinugroho, M.I.Kom dan Imani Satriani, Si.

Skripsi yang membahas tentang pengaruh intensitas menonton segmen *Alis Challenge* pada tayangan *The Comment* di NET.TV terhadap sikap siswa SMK Negeri 1 Kota Bogor, ini di luar belakang oleh pergeseran sikap khususnya para anak muda. Pengaruh perubahan moral tidak hanya terjadi karena merebaknya situs-situs yang berbau pornografi dapat dengan mudah diakses tetapi juga program televisi juga dapat merusak sikap. Peran media televisi yang utama yaitu mampu menggiring seseorang dalam berperilaku. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik dan bagaimana pengaruh intensitas menonton segmen *Alis Challenge* dalam program *The Comment* di NET.TV terhadap sikap siswa SMK Negeri 1 Kota Bogor. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pelajar di SMK Negeri 1 Kota Bogor. Teknik pengambilan sampel yang digunakan *Proportionate Stratified Random Sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan hasil kuesioner langsung. Dalam penelitian ini, Teknik analisis data yang menggunakan analisis statistik. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skor rata-rata, uji asumsi klasik dan uji regresi berganda dengan pengujian hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Terdapat

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON TAYANGAN IKLAN POLITIK
TERHADAP SIKAP MASYARAKAT PADA KONTEN IKLAN PARTAI
PERINDO**

**(Kasus: Masyarakat Puri Nirwana 2 RT 01/RW 12 Kel. Harapan Jaya Kec.
Cibinoaq Kab. Bogor)**

SKRIPSI

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

RIZKI AMALI

044115516



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

BOGOR

MEI 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh

Nama : Rizki Amali

NPM : 044115516

Judul : Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Iklan Politik Terhadap Sikap Masyarakat Pada Konten Iklan Partai Perindo

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Wiranta Yudha Ginting, M.A

NIP/NIK. 1.0616 049 758

Pembimbing 2: Yogaprasta Adi Nugraha, M.Si

NIP/NIK. 1.0641 025 628

Pembaca : Diana Amaliasari, M.Si

NIP/NIK. 1.0113 001 606

Ditetapkan di : Bogor

Tanggal :

Dekan Fakultas Ilmu Sosial

dan Ilmu Budaya


Dr. Agnes Setyowati, M.Hum.

NIP. 1.0536 008 229



Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Muslim, M.Si

NIP. 1.0909 048 513

ABSTRAK

RIZKI AMALI. 044115516. 2019. Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Iklan Politik Terhadap Sikap Masyarakat Pada Konten Iklan Partai Perindo (Kasus: Masyarakat Puri Nirwana 2 RT 01/RW 12 Kel. Harapan Jaya Kec. Cibinong Kab. Bogor) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: Wiranta Yudha Ginting, M.A dan Yogaprasta Adi Nugraha, M.Si

Televisi mempunyai kemampuan menyampaikan informasi dengan cepat pada khalayak luas, dengan demikian televisi memberikan pengaruh yang besar bagi masyarakat. Tayangan iklan politik partai Perindo melalui televisi merupakan salah satu bentuk teknik komunikasi politik. Iklan politik partai Perindo dimaksudkan untuk mempersusasi khalayak agar mendukung partai tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana intensitas menonton tayangan iklan politik partai Perindo di televisi dapat mempengaruhi sikap masyarakat. Penelitian dilakukan di Puri Nirwana 2 RT 01/RW 12 Kel. Harapan Jaya Kec. Cibinong Kab. Bogor pada bulan Februari hingga Maret 2019. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan teknik analisis data menggunakan analisis asumsi klasik dan regresi linear sederhana. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non Probability Sampling* (sampel jenuh). Hasil penelitian ini berdasarkan penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara intensitas menonton tayangan iklan politik partai Perindo terhadap sikap masyarakat. Hal ini berdasarkan uji regresi intensitas menonton tayangan iklan partai Perindo memiliki pengaruh signifikan sebesar 6,4%

Kata Kunci : Iklan Politik, Intensitas Menonton, Metode Kuantitatif, Partai Perindo

**STRATEGI PROGRAM ACARA ONE PRIDE DALAM MENARIK AUDIENCE
DI STASIUN TELEVISI TV ONE**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menempuh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Pakuan Bogor

IRSHAN ERRANGGA

NPM : 0441 15 074



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

**BOGOR
MEI 2019**

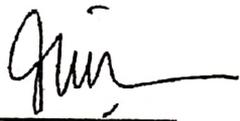
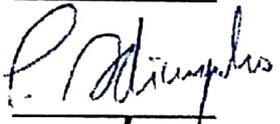
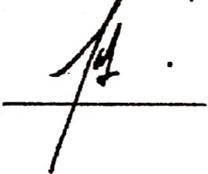
Skripsi yang disusun oleh

Nama : Irshan Errangga
NPM : 044115074
Judul : Strategi Program Acara One Pride Dalam Menarik Audiens di TV ONE

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Diana Amaliasari, M.Si
NIP : 1.0113 001 606
Pembimbing II : Prasetyo Adinugroho, M.I.Kom
NIP : 1.0616 049 760
Pembaca : Feri Ferdinan Alamsyah, M. Ikom.
NIP : 1. 0614 025 29

Ditetapkan di : Bogor
Tanggal : 10 Mei 2019
oleh

Dekan Fakultas



Dr. Agnes Setyowati H., M.Hum

NIP: 1.0596 088 229

Ketua Program Studi



Muslim, M.Si

NIP: 1.0909 048513

IRSIHAN ERRANGGA. 044115074. 2019. Strategi Program Acara One Pride dalam Menarik Audiens di Stasiun Televisi TV ONE. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: Diana Amaliasari, M.Si dan Prasetyo Adinugroho, M.I.Kom

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang diterapkan oleh tim produksi One Pride di TV ONE dalam upaya menarik audiens. Penelitian ini menggunakan Teori strategi penayangan yang dikemukakan oleh Head-Sterling, dalam Morrisson yaitu *Head to head*, Program Tandingan, *Bloking program*, Pendahuluan Kuat, Strategi Buaian, Penghalangan, dan Strategi lainnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, karena penelitian ini membutuhkan observasi dilapangan, dan juga penelitian ini melakukan wawancara terhadap narasumber yang berkaitan dengan penelitian ini untuk mendapat data yang valid. Adapun metode yang digunakan adalah metode deskriptif, karena penelitian ini ingin menjabarkan atau menggambarkan strategi-strategi yang diterapkan tim program One Pride dalam upaya menarik audiensnya di stasiun televisi TV ONE. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kesesuaian antara teori dengan praktik yang terjadi di lapangan, dari 7 teori yang ada dalam teori penayangan tersebut ada 5 teori yang diterapkan yaitu *Head to head*, Program tandingan, Pendahuluan kuat dan Strategi lainnya. Adapun yang menjadi perhatian khusus dalam memperkuat strategi dan menarik audiens oleh tim program One Pride adalah *Head to Head* dan strategi lainnya. Karena pada tahun 2018 terdapat program yang sejenis di stasiun televisi lain, tim produksi One Pride menggunakan startegi *Head to Head* agar audiens tidak berpindah ke program acara lain dan terbukti usaha tim produksi One Pride berhasil mempertahankan audiens dan audiens yang berada di program sejenis berpindah ke program One Pride. Strategi lainnya menjadi perhatian khusus dikarenakan komitmen dan konsisten, komitmen yang dimaksud adalah komitmen dari pemilik TV ONE dan tim produksi One Pride untuk membuat kembali program acara MMA yang pernah ada tapi di berhentikan, sekarang dibuat kembali dengan konten baru. Konsisten dengan program acara One Pride, dengan sendirinya audiens akan terbiasa pada konten program yang di pertahankan oleh tim produksi One pride itu sendiri.

Kata Kunci : *Strategi Penayangan, Program Televisi, Menarik Audiens*

ABSTRAK

IRSHAN ERRANGGA, 044115074, 2019. Strategi Program Acara One Pride dalam Menarik Audiens di Stasiun Televisi TV ONE. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: **Diana Amaliasari, M.Si dan Prasetyo Adinugroho, M.I.Kom**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang diterapkan oleh tim produksi One Pride di TV ONE dalam upaya menarik audiens. Penelitian ini menggunakan Teori strategi penayangan yang dikemukakan oleh Head-Sterling, dalam Morrisan yaitu *Head to head*, Program Tandingan, *Bloking program*, Pendahuluan Kuat, Strategi Buaian, Penghalangan, dan Strategi lainnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, karena penelitian ini membutuhkan observasi dilapangan, dan juga penelitian ini melakukan wawancara terhadap narasumber yang berkaitan dengan penelitian ini untuk mendapat data yang valid. Adapun metode yang digunakan adalah metode deskriptif, karena penelitian ini ingin menjabarkan atau menggambarkan strategi-strategi yang diterapkan tim program One Pride dalam upaya menarik audiensnya di stasiun televisi TV ONE. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kesesuaian antara teori dengan praktik yang terjadi di lapangan, dari 7 teori yang ada dalam teori penayangan tersebut ada 5 teori yang diterapkan yaitu *Head to head*, Program tandingan, Pendahuluan kuat dan Strategi lainnya. Adapun yang menjadi perhatian khusus dalam memperkuat strategi dan menarik audiens oleh tim program One Pride adalah *Head to Head* dan strategi lainnya. Karena pada tahun 2018 terdapat program yang sejenis di stasiun televisi lain, tim produksi One Pride menggunakan startegi *Head to Head* agar audiens tidak berpindah ke program acara lain dan terbukti usaha tim produksi One Pride berhasil mempertahankan audiens dan audiens yang berada di program sejenis berpindah ke program One Pride. Strategi lainnya menjadi perhatian khusus dikarenakan komitmen dan konsisten, komitmen yang dimaksud adalah komitmen dari pemilik TV ONE dan tim produksi One Pride untuk membuat kembali program acara MMA yang pernah ada tapi di berhentikan, sekarang dibuat kembali dengan konten baru. Konsisten dengan program acara One Pride, dengan sendirinya audiens akan terbiasa pada konten program yang di pertahankan oleh tim produksi One pride itu sendiri.

Kata Kunci : *Strategi Penayangan, Program Televisi, Menarik Audiens*