

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP SIARAN MGSTV
(Kasus Masyarakat Kota Sukabumi Jawa Barat)**

SKRIPSI

**SUHARDI
044118202**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
NOVEMBER 2022**

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP SIARAN MGSTV
(Kasus Kota Sukabumi Jawa Barat)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh
gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya
Universitas Pakuan

**SUHARDI
044118202**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
NOVEMBER 2022**

**PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER
INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul **Persepsi Masyarakat Terhadap Siaran MGSTV (Kasus Masyarakat Kota Sukabumi Jawa Barat)** adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di akhir skripsi ini.

Dengan ini melimpahkan hak cipta karya tulis saya ini kepada Universitas Pakuan Bogor.

Bogor, November 2022

Suhardi
NPM 044118202

**HALAMAN PERNYATAAN
ORISINALITAS**

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar**

Nama : Suhardi
NPM : 044118202
Tanda Tangan :
Tanggal : 24 November 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh :

Nama : **Suhardi**
NPM : **044118202**
Judul Skripsi : **Persepsi Masyarakat Terhadap Siaran Mgstv
(Kasus Kota Sukabumi Jawa Barat)**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian 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 : 1.0614025629

Pembimbing II : Dr. David Rizar Nugroho, M.Si

NIP/NIK : 1.0909 048 514

Pembaca : Dini Valdiani, M.Si

NIP/NIK : 1.111033517

Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 24 November 2022

Oleh

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya

Dr. Henny Suharyati, M.Si.

NIP: 1.96006071990092001

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dr. Dwi Rini Sovia Firdaus, M.Comn

NIP: 1.0113 001 607



KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat Rahmat dan Ridho-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Penelitian skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor.

Peneliti menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Persepsi Masyarakat Terhadap Siaran MGSTV (Kasus Masyarakat Kota Sukabumi Jawa Barat)”. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Berkat doa dan usaha, dukungan serta bimbingan dari pihak semua. Alhamdulillah skripsi ini dapat dirampungkan. Peneliti berharap skripsi dapat memberikan manfaat dan berguna bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya khususnya kepada mahasiswa jurusan penyiaran sebagai bahan referensi dalam penelitian serupa. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Bogor, November 2022

Suhardi

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada tahapan skripsi. Sangatlah penting bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini, oleh karena itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberikan kesehatan dan kemudahan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua, keenam kakak peneliti, serta keluarga terdekat yang telah memberikan dukungan serta senantiasa mendoakan.
3. Dr. Henny Suharyati, M.Si., Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan.
4. Dwi Rini Sovia Firdaus, M.Comn., Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Feri Ferdinan Alamsyah, M.I.Kom., pembimbing I yang telah meluangkan waktu serta memberikan bimbingan dan masukan selama proses penulisan skripsi.
6. Dr. David Rizar Nugroho, M.Si, pembimbing II yang telah meluangkan waktu serta bimbingan dan masukan selama proses penulisan skripsi.
7. Dini Valdiani, M.Si sebagai pembaca dan Dosen Penguji yang memberikan masukan dan saran positif untuk penelitian ini.
8. Pihak MGSTV yang telah banyak membantu dalam memberikan data yang saya perlukan.
9. Teman-Teman yang selalu ada untuk peneliti, Amelia Fitria, Dinda Balqis Shanti, Vina Allifiyah Pradipta, Dimas Dwi Damara, Desti Abriyanti, Kamal, Andri Setia Budi, Derani yang selalu memberikan dukungan kepada peneliti sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik
10. Semua pihak yang telah banyak membantu peneliti dan tidak dapat disebutkan satu-satu.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu.

ABSTRAK

SUHARDI. 044118202. Persepsi Masyarakat Terhadap Siaran MGSTV (Kasus Masyarakat Kota Sukabumi Jawa Barat). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan : **Feri Ferdinan Alamsyah dan David Rizar Nugroho.**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena media massa yaitu televisi yang merupakan salah satu media massa yang banyak diminati masyarakat sebagai salah satu sarana untuk mendapatkan hiburan dan informasi. Stasiun televisi saat ini sudah banyak telah memiliki izin siaran di Indonesia salah satunya televisi loka Jawa Barat adalah MGSTV. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fungsi siaran yang ada di MGSTV (X), dengan indikator Informasi, Pendidikan, Hiburan dan Kontrol Sosial terhadap variable Y, yaitu persepsi masyarakat dengan indikator kognatif, afektif, dan konatif. Siaran MGSTV merupakan televisi yang baru mengudara sekitar satu tahun di Sukabumi Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *nonprobability* sampling dengan kategori teknik *purposive sampling* dengan survei kepada 100 responden di Kota Sukabumi dengan analisis deskriptif dan koefisien korelasi. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa variabel (X) Siaran MGSTV dikatakan sudah sangat baik, hal ini terlihat dari rata-rata jawaban pada keempat indikatornya yaitu rata-rata menjawab sangat setuju. Variabel (Y), Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi dapat dikatakan sangat baik, hal ini terlihat dari rata-rata jawaban ketiga indikator yaitu rata-rata menjawab sangat setuju. Hasil Korelasi juga menunjukkan angka yang positif, hubungan antara variabel bebas Siaran MGSTV (X) dengan dengan variabel terikat Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi (Y) adalah sebesar 0.842. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel bernilai sangat kuat, karena berada pada interval korelasi 0.80 – 1.000 seperti yang dicantumkan pada tabel pedoman interpretasi koefisien korelasi. sehingga bisa dikatakan bahwa hubungan antara kedua variabel dinilai signifikan Dengan hasil yang dijabarkan tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat hubungan dari Siaran MGSTV terhadap Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi.

Kata Kunci: Masyarakat, Siaran MGSTV, Televisi Lokal.

ABSTRACT

SUHARDI. 044118202. Public Perceptions of MGSTV Broadcasts (The Case of the People of Sukabumi City, West Java). Faculty of Social and Cultural Sciences, Communication Studies Program, Pakuan University, Bogor. Under the guidance of: **Ferdi Ferdinan Alamsyah and David Rizar Nugroho.**

This research is motivated by the phenomenon of mass media, namely television which is one of the mass media that is in great demand by the public as a means to get entertainment and information. Currently, many television stations already have broadcast licenses in Indonesia, one of which is West Java local television, MGSTV. This study aims to analyze the broadcast function on MGSTV (X), with indicators of Information, Education, Entertainment and Social Control on Y variable, namely public perception with cognitive, affective, and conative indicators. MGSTV is a television broadcast that has only been broadcast for about a year in Sukabumi, West Java. This study uses a quantitative approach with the sampling technique used by the researcher is non-probability sampling with the category of purposive sampling technique with a survey of 100 respondents in Sukabumi City with descriptive analysis and correlation coefficients. The results of this study found that the MGSTV broadcasting variable (X) was said to be very good, this could be seen from the average answers on the four indicators, namely the average answer was strongly agree. Variable (Y), Public Perception of Sukabumi City can be said to be very good, this can be seen from the average answer of the three indicators, namely the average answer is strongly agree. Correlation results also show a positive number, the relationship between the independent variable broadcasting MGSTV (X) with the dependent variable the perception of the people of Sukabumi City (Y) is 0.842. This shows that the relationship between the two variables is very strong, because it is in the correlation interval of 0.80 - 1000 as stated in the guideline table for interpreting the correlation coefficient. So it can be said that the relationship between the two variables is considered significant. With the results described above, it can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted, meaning that there is a relationship from MGSTV Broadcasts to the People's Perception of Sukabumi City.

Keywords: Community, MGSTV Broadcast, Local Television.

DAFTAR ISI

INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Masalah	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Komunikasi	12
2.2 Komunikasi Massa	13
2.2.1 Karakteristik Komunikasi Massa	14
2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa	14
2.3 Media Massa	16
2.3.2 Jenis Jenis Media Massa.....	17
2.4 Televisi	17

2.5 Televisi Lokal.....	18
2.6 Siaran Televisi.....	19
2.6.1 Fungsi Siaran	20
2.7. Masyarakat	21
2.7.1 Karakteristik Individu Penonton (Masyarakat)	22
2.8 Persepsi.....	23
2.8.1 Komponen Persepsi	25
2.9 Penelitian Terdahulu	25
2.10 Teori Berlo	27
2.11 Kerangka Berpikir	28
2.12 Hipotesis.....	29
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Desain Penelitian.....	30
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
3.3 Populasi dan Sampel	31
3.3.1 Populasi	31
3.3.2 Sampel	31
3.4 Data dan Instrumentasi.....	33
3.4.1 Data Primer.....	33
3.4.2 Data Sekunder	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data	34
3.6 Teknik Analisis Data.....	35
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	36
3.6.2 Analisis Skor Rataan	37
3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	38
3.7.1 Uji Validitas.....	38
3.7.2 Uji Reabilitas.....	40
3.8 Operasional Variabel.....	42
3.8.1 Karakteristik Responden	42
3.8.2 Siaran MGSTV (X)	43
3.8.3 Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi (Y).....	44

BAB 4 GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1 Sejarah Singkat MGSTV	45
4.1.2 Visi MGSTV	46
4.1.3 Misi MGSTV	46
4.1.4 Logo MGSTV.....	46
4.1.5 Program MGSTV	48
4.1.6 Struktur Organisasi MGSTV	49
4.2 Hasil Penelitian	49
4.2.1 Gambaran Umum Karakteristik Individu (Masyarkat di Kota Sukabumi)	49
4.2.2 Fungsi Siaran MGSTV (X)	53
4.2.3 Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi Terhadap Siaran MGSTV (Y)	58
4.3 Pengujian Hipotesis.....	63
4.3.1 Hubungan Antar Siaran MGSTV (X) dengan Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi (Y).	64
4.4 Hasil Uji Hipotesis	70
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian dengan Teori Berlo	71
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsumsi Media oleh Milenial di Indonesia (2019).....	3
Gambar 1.2 Peresmian Gedung MGSTV di Sukabumi	6
Gambar 1.3 Jumlah Penduduk Kota Sukabumi, 1961-2020.....	7
Gambar 1.4 Komposisi Penduduk Menurut Generasi	7
Gambar 1.5 Keterangan Komposisi Penduduk Menurut Generasi	8
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	28
Gambar 4.1 Logo MGSTV Tahun 2004-2010.....	46
Gambar 4.2 Logo MGSTV tahun 2010-2013	47
Gambar 4.3 Logo MGSTV tahun 2014-2015	47
Gambar 4.4 Logo MGSTV tahun 2014-sekarang.....	48
Gambar 4.5 Struktur Organisasi MGSTV	49
Gambar 4.6 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Gambar 4.7 Responden Berdasarkan Usia.....	50
Gambar 4.8 Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Gambar 4.9 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	52
Gambar 4.10 Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	52

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kriteria Derajat Keeratan koefisien korelasi.....	36
Tabel 3.2 Skala Likert.....	37
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	39
Table 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	40
Tabel 3.5 Penafsiran Uji Realibilitas.....	41
Tabel 3.6 Hasil Uji Reabilitas Variabel X.....	42
Tabel 3.7 Hasil Uji Reabilitas Variabel Y.....	42
Tabel 4.1 Program Siaran MGSTV.....	48
Tabel 4.2 Deskripsi Data Responden Terhadap Indikator Informasi.....	53
Tabel 4.3 Deskripsi Data Responden Terhadap Indikator Pendidikan.....	54
Tabel 4.4 Deskripsi Data Responden Terhadap Indikator Hiburan.....	56
Tabel 4.5 Deskripsi Data Responden Terhadap Indikator Kontrol Sosial.....	57
Tabel 4.6 Deskripsi Data Responden Terhadap Indikator Kognitif.....	59
Tabel 4.7 Deskripsi Data Responden Terhadap Indikator Afektif.....	60
Tabel 4.8 Deskripsi Data Responden Terhadap Indikator Konatif.....	62
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Terhadap Nilai Hubungan Siaran MGSTV (X) Dengan Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi (Y).....	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Korelasi Variabel X dan Y.....	70
Tabel 4.11 Kriteria Derajat Keeratan koefisien korelasi.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	84
Lampiran 2. <i>Google Form Kuesioner</i>	93
Lampiran 3. Uji Validitas dan Realibilitas Variabel X.....	97
Lampiran 4. Uji Validitas dan Realibilitas Variabel Y.....	99
Lampiran 5. Hasil Koesioner per-indikator	100
Lampiran 6 Data Hasil Hipotesis Variabel X dan Y.....	110

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi pada dasarnya dapat terjadi dalam berbagai konteks kehidupan. Peristiwa komunikasi dapat berlangsung tidak saja dalam kehidupan manusia, tetapi juga dalam kehidupan binatang, tumbuh-tumbuhan, dan makhluk hidup lainnya. Komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media (Heriyadi, 2018:100).

Komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pernyataan seseorang kepada orang lain. Pengertian ini memberikan pemahaman kepada kita bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang atau manusia, sehingga komunikasi seperti ini disebut sebagai *Human Communication* (komunikasi manusia). Komunikasi dapat disimpulkan yaitu, proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku, baik langsung (komunikasi tatap muka) maupun tidak langsung (komunikasi melalui media) (Nurhadi & Kurniawan, 2017:19).

Komunikasi massa merupakan suatu komunikasi yang dilakukan antara seseorang dengan seorang lainnya atau lebih melalui media massa, baik itu media cetak maupun media digital. Karakteristik dalam prosesnya, komunikasi massa bersifat lebih kompleks dan bersifat satu arah, sehingga dapat dipastikan dalam komunikasi massa ini akan mengalami berbagai hambatan dari berbagai sisi. Komunikasi massa secara luas ialah kegiatan yang dilakukan antara satu orang atau lebih untuk menyampaikan pesan melalui media massa cetak, elektronik ataupun digital dengan mengharapkan adanya timbal balik. (Sarwono et al., 2015:1-3).

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang melembagakan dan ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen (Tambunan, 2018:25) .

Media massa merupakan sarana menyebarkan informasi kepada masyarakat, menurut Bungin (2006:72) media massa diartikan sebagai media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara masal dan dapat diakses oleh masyarakat banyak, ditinjau dari segi makna, media massa merupakan alat atau sarana untuk menyebarkan isi berita, opini, komentar, hiburan, dan lain sebagainya (Habibie, 2018:79).

Media massa meliputi media cetak, media elektronik dan media online. Media cetak terbagi menjadi beberapa macam diantaranya seperti koran, majalah, buku, dan sebagainya, begitupula dengan media elektronik terbagi menjadi dua macam, diantaranya radio dan televisi, sedangkan media online meliputi media internet seperti website, dan lainnya (Khatimah, 2018:121).

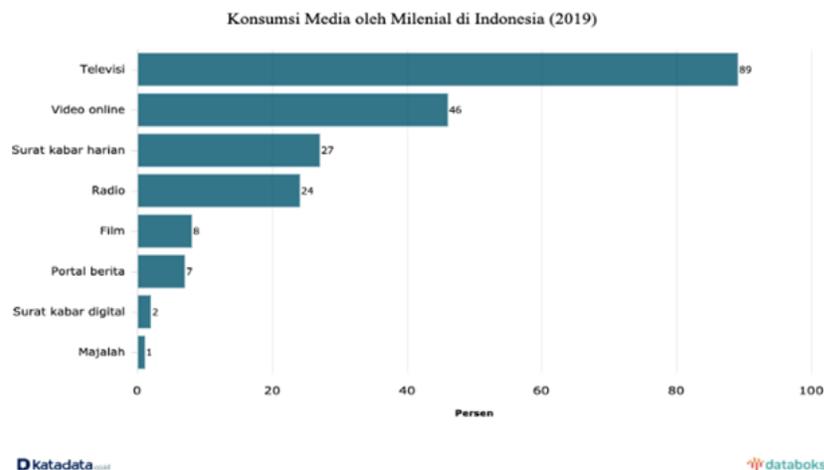
Televisi merupakan media massa elektronik yang paling berpengaruh dalam kehidupan manusia. Televisi merupakan salah satu media massa yang memiliki audiens paling besar dan sifat televisi yang disajikan dalam bentuk audio visual membuatnya dapat dinikmati oleh berbagai kalangan, tak terkecuali anak-anak (Nursalam, 2013:1).

Perkembangan televisi dari zaman ke zaman dalam penemuan televisi, terdapat banyak pihak, penemu maupun inovator yang terlibat, baik perorangan maupun badan usaha. Televisi merupakan karya massal yang dikembangkan dari tahun ke tahun awal dari televisi tentu tidak bisa dipisahkan dari penemuan dasar, hukum gelombang elektromagnetik yang ditemukan oleh Joseph Henry dan Michael Faraday 1831 yang merupakan awal dari era komunikasi elektronik 1876. George Carey menciptakan selenium camera yang digambarkan dapat membuat seseorang "melihat gelombang listrik". Eugen Goldstein menyebut tembakkan gelombang sinar dalam tabung hampa itu dinamakan sebagai sinar katoda (Talitha et al., 2019:3).

Televisi sebagai media konvensional, dirasa masih tetap eksis menahan genpuran media-media baru yang ada, dilihat dari hasil survei yang dikembangkan oleh Nielsen televisi masih diminati dan mendapatkan tempat teratas media yang di minati oleh masyarakat Indonesia. Khalayak pada umumnya menyukai televisi dikarenakan

karakternya yang praktis akan sebuah informasi dan hiburan yang disajikannya (Haqu, 2020:16).

Televisi di era digital masih menjadi primadona bagi sebagian besar orang untuk mendapatkan hiburan yang murah meriah. Kotak Ajaib yang booming pada dekade 70-an sampai 90-an memang belum kehilangan pamor, khususnya untuk daerah-daerah yang secara lokasi belum terjamah dengan koneksi internet yang stabil dan cepat. Televisi di Indonesia sendiri, menurut riset yang dilakukan IDN Research Institute seperti yang dikutip oleh Databoks dari Katadata pada 2019 dipaparkan bahwa televisi menjadi media yang paling banyak dikonsumsi oleh kaum millenials dibandingkan dengan media lainnya.



Gambar 1. 1 Konsumsi Media oleh Milenial di Indonesia (2019)

(Sumber : katadata.co.id)

Aktifitas menonton televisi kebanyakan berawal dari sebuah kebutuhan akan informasi dan hiburan yang kemudian berpola dan menjadi kebiasaan keseharian. Aktivitas menonton televisi merupakan proses yang rumit, dalam praktik domestik, dimana umumnya hanya dapat dipahami dalam konteks kehidupan sehari-hari. Televisi hanyalah satu di antara sekian banyak industri hiburan yang memberikan kesenangan (pleasure) (Mustika, 2012:51).

Televisi lokal menurut Aosiasi Televisi Lokal Indonesia yang merupakan stasiun televisi memberikan daya jangkau siaran lokal (daya jangkau siaran maksimum dalam satu propinsi/kota. Stasiun). Televisi Lokal adalah stasiun penyiaran yang memiliki

studio siaran yang berada di lokasi tertentu, dengan wilayah jangkauan siaran tertentu (Ardiyanti, 2011:3).

Televisi lokal memiliki peran dalam membangun perekonomian daerah, serta dapat mengangkat budaya lokal dalam konten siaran. Televisi lokal juga ikut dalam melestarikan budaya lokal, dan eksplorasi potensi daerah dengan mengekspos kepada khalayak, karena itu konten lokal berbasis kearifan lokal setempat menjadi hal yang penting bagi televisi lokal. Televisi lokal ini pula yang menjadi alternatif untuk menyampaikan pesan juga menampung kearifan lokal dinamika masyarakat (Juditha, 2015:50).

Stasiun televisi di Indonesia sudah banyak yang telah memiliki izin siaran, maka masyarakat bebas memilih stasiun televisi mana yang akan ditonton, baik televisi nasional maupun televisi lokal, salah satu televisi lokal Jawa Barat adalah MGSTV. MGSTV hadir ditengah tengah masyarakat Sukabumi dengan siaran analog dan digital melalui channel 32 UHF TV Analog dan 33 UHF TV Digital. MGSTV hadir untuk menjadi televisi lokal yang memberikan hiburan, informasi dan pendidikan kepada masyarakat sehingga menjadi bagian penting dalam memajukan daerah. Mengembangkan program acara informasi, pendidikan, pengetahuan dan hiburan. Mengedepankan program acara bermuatan lokal daerah yang berkualitas, informasi aktual, faktual dan berimbang. Memberikan kesempatan kepada pemerintah daerah dan mitra usaha kecil dan menengah lokal untuk memanfaatkan sebagai sarana sosialisasi dan promosi yang efektif dan efisien. MGSTV memiliki coverage terrestrial Kota Sukabumi dan Kabupaten Sukabumi¹.

Sejarah MGSTV dimulai pada tahun 2003, yang mana MGSTV dikenal dengan nama panjang Megaswara TV yang berada di bawah naungan PT. Cipta Megaswara Televisi. Perusahaan tersebut didirikan pada 18 Agustus 2003 dan mulai mengudara pada 7 November 2003 pada siaran analog melalui channel 25 UHF. Megaswara TV menayangkan program-programnya dari pukul 05:00-24:00 WIB, dengan 70% program lokal, terutama menyangkut Kota Bogor. Acara yang ditayangkan meliputi

¹ <https://mgstv.co.id/live-streaming/>

berita, musik, serta sempat merelai acara-acara di TV Edukasi serta Bali TV. Nama Megaswara TV kemudian disingkat menjadi MGSTV pada 10 Februari 2010².

MGSTV keinginan untuk menjangkau pemirsa yang lebih luas di Jabodetabek, namanya sejak 2012 menjadi tvPlus!. Programnya pun berubah, tidak lagi berbasis Kota Bogor melainkan lebih menekankan pada informasi umum, dengan ekspansi tersebut, justru kemudian tidak terlalu menguntungkan bagi pemilik tvPlus!, sehingga mereka berusaha mencari solusi. Tahun 2014, tvPlus! kemudian dijual ke Kompas Gramedia, yang saat itu membutuhkan badan hukum agar siaran Kompas TV dapat ditangkap dengan baik di wilayah Jabodetabek. Badan hukum tvPlus! (PT Cipta Megaswara Televisi) kemudian dijadikan sebagai pengelola dari Kompas TV dan induk dari jaringannya di seluruh Indonesia. tvPlus! kemudian mulai menyiarkan beberapa program Kompas TV, dan pada 28 Juni 2015 tvPlus! berganti nama menjadi Kompas TV³.

Pemilik lama tvPlus! kemudian mengakuisisi juga sebuah stasiun televisi lokal lain, bernama Dian TV (PT Dian Televisi Putra Pertama) yang beroperasi di channel 32 UHF. Nama Dian TV kemudian berubah menjadi MGSTV agar menyesuaikan dengan nama sebelumnya sejak 1 Juni 2015 yang hanya bersiaran di Bogor dan sekitarnya⁴.

MGSTV pernah berhenti siaran selama 2 tahun dan beroperasi kembali tahun 2021 awal yang berada di bawah naungan PT. Dian Televisi Putra Pertama. Tahun 2021 MGSTV mulai bermigrasi dari televisi analog ke televisi digital melalui channel 33 UHF, Namun MGSTV dimasa migrasi dari analog kedigital memiliki persoalan izin siaran. MGSTV sebelumnya memiliki izin siaran tv plus yang memiliki ruang lingkup jabodetabek dengan posisi pemancar siaran antena berada di puncak yang mengarah ke jabodetabek. Kemudian MGSTV menjual izin siaran tv plus ke kompas tv dan MGSTV membeli televisi Sukabumi yang bernama Dian TV, maka MGSTV memiliki izin

² Wawancara kepada Manager Post Produksi (Suhendi Permana, 16 juni 2022 pukul 09.10).

³ Wawancara kepada Manager Post Produksi (Suhendi Permana, 16 juni 2022 pukul 09.14).

⁴ Wawancara kepada Manager Post Produksi (Suhendi Permana, 16 juni 2022 pukul 09.15).

siaran yang berada Sukabumi Jawa Barat. MGSTV saat ini migrasi ke penyiaran digital dengan izin siaran di Sukabumi di bawah naungan PT. Dian Televisi Putra Pertama. MGSTV saat ini pindah siaran ke Sukabumi yang sebelumnya berada di Bogor⁵.

Keberadaan MGSTV ini diterima baik oleh masyarakat Sukabumi, terlebih lagi sejak September 2020 Gedung Perkantoran MGSTV telah diresmikan oleh Walikota Sukabumi yang berada di Jalan Sarasa Jalur Lingkar Selatan, Kecamatan Cibeureum, Kota Sukabumi. Walikota Sukabumi, Achmad Fahmi berharap MGSTV dapat menjadi media yang senangtiasa meberikan informasi kepada masyarakat dan menjadi mitra yang baik bagi Pemerintah (Radarsukabumi, 2020). MGSTV juga diharapkan mampu mengangkat potensi lokal yang berada di wilayah Sukabumi⁶.



Gambar 1.2 Peresmian Gedung MGSTV di Sukabumi

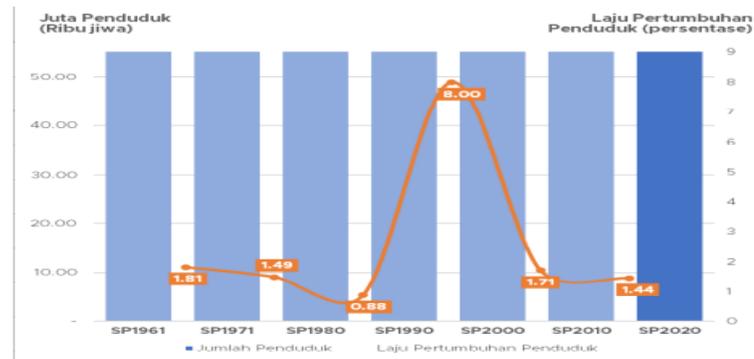
Sumber: Radarsukabumi.com

Karakteristik Kota Sukabumi merupakan salah satu kota dengan luas wilayah terkecil di Jawa Barat, namun memiliki jumlah penduduk yang terus meningkat jika di bandingkan dalam sepuluh tahun terakhir sejak tahun 2010. Jumlah penduduk Kota Sukabumi mengalami penambahan sekitar 47,64 ribu jiwa atau rata-rata sebanyak 3,90 ribu setiap tahun. Kurun waktu sepuluh tahun terakhir (2010-2020), laju pertumbuhan

⁵ Wawancara kepada Manager Post Produksi (Suhendi Permana, 16 juni 2022 pukul 09.16).

⁶ <https://radarsukabumi.com/kota-sukabumi/mgstv-dan-megaswara-hadir-dengan-tampilan-baru/>.

penduduk Kota Sukabumi sebesar 1,44 persen per tahun (Gambar 1.1). Terdapat pengurangan laju pertumbuhan penduduk sekitar 0,27 persen poin jika dibandingkan dengan periode 2000-2010 yang sebesar 1,71 persen (BPS Kota Sukabumi).

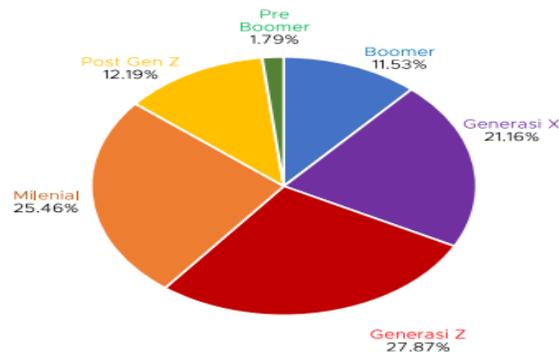


Gambar 1.3 Jumlah Penduduk Kota Sukabumi, 1961-2020

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Sukabumi

Kota Sukabumi secara Geografis terletak di bagian selatan Jawa Barat pada koordinat 106 °45'50" Bujur Timur dan 106°45'10" Bujur Timur, 6°50'44" Lintang Selatan.

Hasil SP2020 mencatat mayoritas penduduk Kota Sukabumi didominasi oleh generasi Z dan milenial. Proporsi generasi Z sebanyak 27,87% atau sebanyak 95,91 ribu orang dan generasi milenial sebanyak 25,46% 87,62 ribu orang dari total populasi Kota Sukabumi. Kedua generasi ini termasuk dalam usia produktif yang dapat menjadi peluang untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi (BPS Kota Sukabumi).



Gambar 1.4 Komposisi Penduduk Menurut Generasi

Sumber: William H. Frey analysis of Census Bureau Population Estimates (25 June, 2020).



Gambar 1.5 Keterangan Komposisi Penduduk Menurut Generasi

Sumber: William H. Frey analysis of Census Bureau Population Estimates (25 June, 2020).

Persepsi merupakan proses yang kompleks dimana seseorang memilih, mengatur dan menafsirkan respon terhadap suatu rangsangan ke dalam suatu situasi masyarakat dunia yang penuh dengan logika. Persepsi merupakan proses pengambilan informasi tentang sesuatu lalu mengorganisasikannya berdasarkan prinsip tertentu, tetapi tujuan dan perasaan juga dapat memengaruhi pandangan terhadap informasi yang telah dikumpulkan, Shelley *dalam* (Idayanti, 2017:8).

Alasan peneliti memilih tema mengenai Persepsi Masyarakat Terhadap Siaran MGSTV (Kasus Masyarakat Kota Sukabumi Jawa Barat) adalah dari latar belakang di atas dapat disimpulkan, saat ini MGSTV memiliki izin siaran di Sukabumi setelah membeli tv Sukabumi yang bernama Dian TV di bawah naungan PT. Dian Televisi Putra Pertama. MGSTV baru siaran di Sukabumi selama satu tahun, maka dari itu MGSTV memilkin penonton baru yaitu masyarakat Sukabumi yang sebelumnya penonton MGSTV adalah masyarakat Bogor. MGSTV harus launching dan harus menggali informasi dari masyarakat Sukabumi sebagai penonton baru di MGSTV. Menggali informasi tersebut bertujuan ketika akan membuat materi siaran program, apakah sudah sesuai dengan keinginan masyarakat Sukabumi, diantaranya konten-konten yang mengenai infomasi dari pemerintahan sukabumi. Peneliti mengambil tema diatas bertujuan untuk menganalisis hubungan variable X, yaitu siaran MGSTV dengan indikator Informasi, Pendidikan, Hiburan dan Kontrol Sosial terhadap variable Y, yaitu

persepsi masyarakat dengan indikator kognatif, afektif, dan konatif. Penelitian yang serupa dengan penelitian ini, pernah dilakukan oleh Idayanti (2017) dari program Ilmu Komunikasi (S.Ikom) Jurusan Jurnalistik pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi (UIN) Alauddin Makassar. Penelitian dengan judul “Persepsi Masyarakat Terhadap Siaran TVRI Sul-Sel (Survei Masyarakat Gowa)”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Persamaan penelitian ini sama-sama ingin mengetahui persepsi masyarakat terhadap siaran televisi lokal, sedangkan untuk perbedaannya adalah terhadap pada objek penelitiannya, dimana objek penelitian ini merupakan siaran-siaran yang ada di MGSTV.

Penelitian kedua yaitu Rosdiana (2017) dari program Ilmu Komunikasi (S.Ikom) Jurusan Jurnalistik pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi (UIN) Alauddin Makassar. Penelitian dengan judul “Persepsi Masyarakat Terhadap Siaran Net Tv Sul Sel (Survei Masyarakat Kelurahan Bontoramba Kabupaten Gowa)”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan wawancara, perbedaan dengan peneliti lakukan adalah pada objek penelitiannya.

Penelitian ketiga mengenai persepsi juga dilakukan oleh Nurul Hasanah (2017) program sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara. Menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dengan judul “Persepsi Masyarakat terhadap Program Acara Ini Talkshow” di NET TV”. Persamaan penelitian Nurul Hasanah dengan penelitian ini adalah sama-sama ingin mengetahui persepsi masyarakat salah satu siaran program televisi. Perbedaannya hanya dengan penelitian ini berfokus pada satu program siaran televisi.

Alasan peneliti memilih objek penelitian di MGSTV adalah karena MGSTV sebagai Televisi yang baru setahun siaran di Sukabumi yang sebelumnya berada di Bogor, dapat dilihat dari latarbekang diatas bahwa September 2020 Gedung Perkantoran MGSTV telah diresmikan oleh Walikota Sukabumi yang berada di Jalan Sarasa Jalur Lingkar Selatan, Kecamatan Cibeureum, Kota Sukabumi. Hasil Wawancara peneliti dengan pihak MGSTV, siaran MGSTV baru berjalan setahun di Sukabumi dengan menggunakan televisi digital.

“mgstv baru bersiaran di sukabumi sekitar setahun yang lalu, dimana sebelumnya mgstv pernah pakum hampir dua tahun, dan akhirnya mengudara lagi di sukabumi sebagai tv digital melalui channel 33 UHF” wawancara dilakukan 16 juni 2022 pikul 09.40 WIB. Suhendi, manager post produksi.

Alasan peneliti memilih lokasi penelitian di Kota Sukabumi adalah karena dari hasil Wawancara peneliti kepada pihak MGSTV. Siaran MGSTV hanya di Kota Sukabumi belum sampai ke Kabupaten Sukabumi, maka penonton MGSTV berada di kota Sukabumi.

“untuk saat ini mgstv mengudara hanya disekitaran kota sukabumi dulu, kenapa belum merata sampai ke kabupaten sukabumi. Karena sistem di kabupaten sukabumi masih menggunakan tv parabola sehingga di era tv digital ini jika ingin siaran kami sampai ke kabupaten yang akan kami lakukan menggunakan tv kabel dari rumah-rumah” wawancara dilakukan 16 juni 2022 pikul 09.40 WIB. Suhendi, manager post produksi.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti mengangkat judul **“Persepsi Masyarakat Terhadap Siaran MGSTV (Studi Kasus Kota Sukabumi Jawa Barat)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti menyusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik masyarakat Kota Sukabumi?
2. Bagaimana siaran MGSTV?
3. Bagaimana Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi Terhadap Siaran MGSTV?
4. Bagaimana Hubungan Antara Siaran MGSTV dengan Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi?

1.3 Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti menyusun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis karakteristik masyarakat Kota Sukabumi.
2. Menganalisis siaran MGSTV.
3. Menganalisis Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi Terhadap Siaran MGSTV.

4. Menganalisis Hubungan Siaran MGSTV dengan Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan yang bermanfaat untuk pengembangan ilmu komunikasi utamanya yang berkaitan dengan media massa, persepsi menonton dan siaran televisi dan hubungan persepsi masyarakat Kota Sukabumi terhadap siaran MGSTV. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan menjadi referensi bagi peneliti yang memilih judul penelitian serupa, khususnya bagi mahasiswa Penyiaran Universitas Pakuan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang persepsi masyarakat Kota Sukabumi terhadap siaran MGSTV. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai masukan untuk MGSTV dalam mengambil kebijakan serta masukan untuk penelitian selanjutnya.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Menurut Endang Lestari G *dalam* (Masdul, 2018:3) secara etimologis komunikasi berasal dari bahasa Latin yaitu *cum*, sebuah kata depan yang artinya dengan, atau bersama dengan, dan kata *umus*, sebuah kata bilangan yang berarti satu. Dua kata tersebut membentuk kata benda *communio*, yang dalam bahasa Inggris disebut *communion*, yang mempunyai makna kebersamaan, persatuan, persekutuan, gabungan, pergaulan, atau hubungan. Ber-*communio* diperlukan adanya usaha dan kerja, maka kata *communion* dibuat kata kerja *communicare* yang berarti membagi sesuatu dengan seseorang, tukar menukar, membicarakan sesuatu dengan orang, memberitahukan sesuatu kepada seseorang, bercakapcakap, bertukar pikiran, berhubungan, atau berteman. Peneliti simpulkan komunikasi mempunyai makna pemberitahuan, pembicaraan, percakapan, pertukaran pikiran atau hubungan. (Masdul, 2018:3). Definisi diatas dapat dipahami bahwa komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi. Kesuksesan komunikasi tergantung kepada desain pesan atau informasi dan cara penyampaiannya.

Menurut Anwar *dalam* (Inah Ety Nur, 2015:151) Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan atau interaksi dari pengirim kepada penerima, Oleh karena itu komunikasi harus ada timbal balik (*feed back*) antara komunikator dengan komunikan. Begitu jugadengan pendidikan membutuhkan komunikasi yang baik, sehingga apa yang disampaikan, dalam hal ini materi pelajaran, oleh komunikator (guru) kepada komunikan (siswa) bisa dicerna dengan optimal, maka tujuan pendidikan yang ingin dicapai bisa terwujud (Inah Ety Nur, 2015:151).

Menurut Hovland, Janis dan Kelly komunikasi adalah suatu proses melalui dimana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah, membentuk perilaku orang lain (Kurniawan, 2018:62). Proses komunikasi dimulai atau berawal dari sumber (*source*) atau pengiriman pesan yaitu dimana gagasan, ide atau pikiran berasal kemudian akan

disampaikan pada pihak lainnya yaitu penerima pesan (Morissan, 2013) dalam (Masindo, 2018:41).

Komunikasi adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan dari istilah bahasa Inggris, *communication* inilah yang kemudian menjadi kata komunikasi yang bermakna sebagai suatu kegiatan untuk menyampaikan ide, opini, pikiran dan gagasan dari seseorang kepada orang lain menurut Effendy dalam Purba & Dkk, 2020:2). Komunikasi juga secara umum merupakan proses pengiriman pesan oleh komunikator dengan melalui media atau tanpa media (tatap muka) untuk menyampaikan pesan kepada khalayak yaitu komunikan yang diharapkan komunikan memberikan sebuah *feedback* kepada komunikator. Komunikasi dapat disebut dengan proses transaksi pesan atau pertukaran pesan antara komunikator dan komunikan melalui media atau tanpa media (tatap muka) (Wulandari et al., 2019:124).

2.2 Komunikasi Massa

Menurut Joseph A. Devito, sebagaimana dikutip Nurudin (2007:11-12) mengatakan bahwa Fatma Laili Khoirun Nida “*First, mass communication is communication addressed to masses, to an extremely large science... Second, mass communication is communication mediated by audio and/or visual transmitter*”. Menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988), “*Mass communication is process whereby mass-produced message are transmitted to large, anonymous, and heterogeneous masses of receivers*”. Definisi di atas dapat kita pahami bahwa yang dimaksudkan dengan komunikasi massa adalah proses pengiriman pesan yang ditujukan kepada massa atau khalayak yang jumlahnya banyak. Berbicara tentang komunikasi massa sama dengannya berbicara tentang proses transmisi pesan yang dilakukan dengan menggunakan media massa baik cetak, maupun elektronik (Nida, 2014:85-86).

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (*communicating with media*), atau komunikasi kepada banyak orang (massa) dengan menggunakan sarana media. Media massa sendiri ringkasan dari media atau sarana komunikasi massa. Media massa terdiri dari media cetak dan media non cetak. Media cetak seperti surat kabar, majalah sedangkan media non cetak adalah radio, TV, internet, film. Massa

sendiri artinya “orang banyak” atau “sekumpulan orang” kelompok, kerumunan, public (Valdiani, 2018:86).

Menurut Pool *dalam* (Asya, 2021:14) mendefinisikan komunikasi massa sebagai 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, majalah, radio, televisi atau film.

2.2.1 Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa menurut (Gede et al., 2021:112) dibatasi pada lima jenis media massa yang dikenal sebagai *The Big Five of Mass Media*. Media massa ini terdiri dari koran, majalah, radio, televisi, dan film. Karakteristik komunikasi massa secara konseptual yaitu:

1. Komunikasi media massa diperuntukkan bagi khalayak luas, heterogen dan tersebar, serta tidak mengenal batas geografis kultural.
2. Bentuk kegiatan komunikasi melalui media massa bersifat umum.
3. Penyampaian pesan melalui media massa cenderung berjalan satu arah.
4. Kegiatan komunikasi melalui media massa dilakukan secara terencana, terjadwal, dan terorganisasi.
5. Penyampaian pesan melalui media massa, dilakukan secara berkala, tidak bersifat temporer.
6. Isi pesan yang disampaikan melalui media massa mencakup berbagai aspek kehidupan manusia seperti sosial, ekonomi, politik, budaya, dan lainnya yang mencakup di sekitar lingkungan manusia.

2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Dominick *dalam* (Halik, 2013:59-60) fungsi komunikasi massa dapat dibedakan sebagai berikut:

1. *Surveillance* (pengawasan)
 - a. *Warning of beware surveillance* (pengawasanperingatan) Media menginformasikan hal-hal yang sangat urgent bagi keselamatan manusia

seperti ancaman bencana alam, dampak inflansi, serangan militer, peperangan, dan seterusnya.

- b. *Instrumental surveillance* Media menyampaikan atau menyebarkan informasi yang berguna atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari agar mendapatkan informasi yang diinginkan.
2. *Interpretation* Media memberi fakta dan data. Media bahkan tidak saja mengungkapkan realitas yang terjadi di masyarakat, tetapi juga berikut penafsirannya. Melaporkan peristiwa misalnya, media massa memberikan posisi-posisi tertentu dalam isu yang disampaikan dalam bentuk interpretasi dengan demikian, media memiliki potensi untuk mengarahkan, membentuk, dan mengalihkan pendapat dan penilaian khalayak mengenai hal-hal tertentu dalam masyarakat.
3. *Linkage* (keterkaitan) Media dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam. Bentuk linkage (pertalian) yang dilakukan media massa berdasar kepentingan dan minat yang sama. Media massa dapat mengikatkan bagian-bagian masyarakat dalam memberi respon terhadap lingkungan. Pemberian interpretasi dan informasi yang menghubungkan satu kelompok sosial dengan kelompok sosial lainnya atau antara satu pandangan dengan pandangan lainnya untuk memperoleh konsensus.
4. *Transmission of values* (penyebaran nilai) Media massa tidak saja menyampaikan informasi kepada khalayak, tetapi juga sekaligus menyebarkan nilai-nilai tertentu kepada masyarakat. Berkaitan dengan cara individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media dapat berfungsi sebagai pemelihara nilai-nilai sosial budaya tertentu yang diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya atau dari satu kelompok ke kelompok lainnya.
5. *Entertainment* (hiburan) Media massa dapat berfungsi sebagai sarana untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak agar lebih segar. Media massa melayani kebutuhan khalayak dalam informasi yang menghibur serta melalui kemasan-kemasan atau program yang berdimensi seni seperti film, musik, tari, dan seterusnya.

2.3 Media Massa

Media massa merupakan penggambaran bagaimana media massa memainkan perannya, untuk melihat bagaimana perannya harus melihat bagaimana seluruh kegiatan media massa secara utuh sampai kemudian output media massa dikonsumsi oleh publik. Penilaian terhadap peran media massa harus terus dilaksanakan mengingat perannya yang begitu krusial terhadap perkembangan negara dan budaya negara (Habibie, 2018:86).

Menurut Lesikon media massa merupakan sarana untuk menyampaikan pesan yang berhubungan dengan khalayak contohnya seperti surat kabar, radio, dan televisi. Menurut Canggara media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio, dan televisi (Mustofa, 2017:19).

Menurut Canggara *dalam* (Fahmi Weisarkurnai, 2017:5-6) Karakteristik atau ciri khas pada media massa pada intinya yaitu media yang ditujukan kepada khalayak umum sebagai sasarannya, hubungan antara komunikator dan komunikan hanya bersifat interpersonal tidak terdapat hubungan yang timbal balik, terjadi kontak yang keserempakan dengan banyak orang yang terpisah satu sama lain, memiliki struktur organisasi yang melembaga secara jelas dan isi yang disampaikan mengenai kepentingan umum.

2.3.1 Karakteristik Media Massa

Menurut Canggara *dalam* (Mustofa, 2017:19-20) karakteristik komunikasi massa antara lain:

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.

3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama.
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan semacamnya.
5. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal batas usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.

2.3.2 Jenis Jenis Media Massa

Menurut (Artha, 2016:20) jenis-jenis media massa dan fungsi media massa, diantaranya sebagai berikut:

Jenis-jenisnya yaitu:

1. Media Cetak, misalnya seperti: Majalah, Koran, Surat Kabar dll.
2. Media Elektronik, misalnya seperti: Radio, TV, Film atau Video, dll.
3. Media Siber, misalnya seperti: Media Sosial, Website, Portal Berita, Blog, dll

Fungsi media massa, yaitu:

1. Sebagai pemberi informasi – pemberi informasi kepada masyarakat umum, secara tepat waktu.
2. Sebagai pengambilan keputusan – Berperan dalam menghantarkan informasi untuk mengambil keputusan.
3. Sebagai bahan untuk diskusi, memperjelas permasalahan yang dihadapi serta menyampaikan pesan-pesan para pemuka masyarakat.
4. Sebagai pendidik – Sebagai pemberi pendidikan kepada masyarakat melalui berbagai macam informasi.

2.4 Televisi

Menurut Riswandi *dalam* (Nina, 2020:72) televisi merupakan media yang dapat mendominasi komunikasi massa karena sifatnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak. Televisi memiliki kelebihan dari media massa lainnya, seperti dapat streaming dan online karena bersifat audio visual (didengar dan dilihat), dapat menggambarkan kenyataan secara langsung, serta dapat menyajikan peristiwa yang sedang terjadi kepada setiap pemirsa.

Menurut Effendy dan Onong Uchjana *dalam* (Idayanti, 2017:10) Televisi merupakan sebuah media telekomunikasi yang dikenal sebagai penerima siaran gambar bergerak dan bersuara baik itu yang monokrom (hitam putih) maupun berwarna. Menurut Effendy televisi, terdiri dari istilah “tele” yang berarti jauh dan “visi” yang berarti penglihatan. Segi “jauh”nya diusahakan oleh prinsip radio dan segi “penglihatan”nya oleh gambar. Televisi adalah panduan (radio broadcast) dan film (moving picture).

Menurut Ardiyanto dan Erdinaya *dalam* (Hasana, 2017:34). Televisi adalah salah satu bentuk dari media elektronik. Media ini merupakan media yang dapat mendominasi komunikasi massa, karena sifatnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak. Televisi mempunyai kelebihan dari media massa lainnya yaitu bersifat audio visual (didengar dan dilihat), dapat menggambarkan kenyataan dan langsung dapat menyajikan peristiwa yang sedang terjadi ke setiap rumah para pemirsa manapun mereka berada.

Menurut Adi Badjuri *dalam* (Andriagus, 2017:69) Stasiun televisi merupakan salah satu media massa yang menyediakan acara-acara dan menjadi pandang sekaligus media pendengar (audio-visual), yang dimana orang tidak hanya memandangi gambar yang ditayangkan televisi, tetapi sekaligus mendengar atau menerima narasi dari gambar tersebut. Sedangkan menurut Ilham Z Stasiun televisi adalah media yang menyajikan siaran berupa hiburan maupun pengetahuan yang sedemikian rupa telah disusun oleh tim kreatif dan ditujukan kepada khalayak banyak (Andriagus, 2017:69).

2.5 Televisi Lokal

Menurut Sudibyo TV lokal adalah stasiun penyiaran dengan wilayah siaran yang kecil yang mencakup satu wilayah kota atau kabupaten saja. Definisi tersebut juga diperkuat oleh Undang-Undang Penyiaran yang mengatakan bahwa “Stasiun penyiaran lokal dapat didirikan di lokasi tertentu dalam wilayah negara Republik Indonesia dengan wilayah jangkauan siaran tertentu terbatas pada lokasi tersebut” (Pasal 31 ayat 5 UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran). peneliti simpulkan dari pengertian diatas bahwa TV lokal adalah televisi yang mempunyai batasan ruang siar

berskala daerah, televisi lokal sendiri juga lebih menonjolkan daerah yang menjadi lingkup siarannya (Saputro & Aji 2018:104).

Menurut Morissan *dalam* (Wahid & Rizki, 2018: 165) , Televisi lokal menjadi salah satu stasiun televisi di Indonesia yang berbasis kedaerahan yang disiarkan melalui satelit dan kabel dengan menggunakan otonomi daerah sebagai pembiayaannya. Kehadiran televisi lokal diharapkan menjadi upaya positif untuk menyeimbangkan dampak dari televisi swasta yang dinilai telah menguasai penyiaran di Indonesia sehingga menghasilkan kekhawatiran dapat merugikan budaya-budaya lokal. Televisi lokal mempunyai peran yang penting yaitu dapat menghidupkan budaya dan kesenian daerah dan juga mendapatkan target khalayak mereka. Strategi televisi lokal juga bertujuan untuk mengangkat budaya lokal masyarakat atau nilai etnik.

Televisi lokal mempunyai peranan penting dalam mengangkat unsur lokalitas suatu daerah, dalam hal ini televisi lokal menayangkan konten-konten yang berisikan unsur-unsur kebudayaan dengan menampilkan program acara bertema budaya seperti kesenian daerah. Televisi lokal memiliki kekuatan tersendiri yang tidak dimiliki oleh televisi swasta nasional, yaitu terletak pada kelokalannya. Kekuatan televisi lokal yang mampu mengeksplor kebudayaan daerah dan menjadikannya sebuah program tayangan, membuat televisi lokal mempunyai peranan penting dalam melestarikan kebudayaan daerah (Ramdhani & Ahmal, 2021:2).

Televisi lokal sangat berguna bagi daerah tersebut karena bisa mengangkat pelestarian budaya daerah di Indonesia. Televisi lokal memiliki konten dan isi tayangan yang lebih mengangkat dan mengekspos kearifan budaya lokal yang dimiliki oleh masing-masing budaya dengan tujuan untuk membangun daerahnya masing-masing. Televisi lokal menjadi sebuah alternatif untuk mengangkat potensi daerah, karena konten lokal dapat disesuaikan dengan kondisi masyarakat setempat (Namira & Nuraeni, 2017:2).

2.6 Siaran Televisi

Menurut Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin Siaran merupakan bagian dari televisi, dan siaran televisi terikat pada sebuah perundang-undangan yaitu UU Penyiaran No 32 tahun 2002 pada pasal 31 ayat 1 “Lembaga penyiaran yang

menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau jasa penyiaran televisi atas stasiun penyiaran jaringan atau stasiun penyiaran lokal”. Siaran televises Sebagai informasi tentang daerah yang tidak terekspos oleh media nasional kehadiran media televisi lokal di berbagai daerah, menambah variasi atau pilihan bagi masyarakat untuk mendapatkan informas, hiburan, pendidikan. Sesuai dengan amanat Undang-Undang Penyiaran No. 32 tahun 2002 yang lebih menitik beratkan pada partisipasi dan kontrol sosial serta pemberdayaan institusi lokal (Idayanti, 2017:16).

Menurut Morissan (2004:2) bahwa: “Siaran televisi merupakan pemancaran sinyal listrik yang membawa muatan gambar proyeksi yang terbentuk melalui pendekatan sistem lensa dan suara”. Menurut Sumadiria (2005:5) menyatakan bahwa: Siaran televisi merupakan gabungan dari segi verbal, visual, teknologial, dan dimensi dramatikal. Verbal, berhubungan dengan kata-kata yang disusun secara singkat, padat, efektif. Visual lebih banyak menekankan pada bahasa gambar yang tajam, jelas, hidup, memikat. Teknologikal, berkaitan dengan daya jangkau siaran, kualitas suara dan gambar yang dihasilkan serta diterima oleh pesawat televisi penerima di rumah-rumah. Definisi siatas penulis simpukan bahwa siaran televisi adalah suatu pemancar yang diproyeksikan melalui pendekatan system lensa, suara, dan menghasilkan gambar yang bergerak dan berisikan suatu informasi yang beranekaragam yang dapat diterima oleh setiap kalangan masyarakat (Aisyah et al., 2020:6).

Menurut Andi Alimudin *dalam* (Idayanti, 2017:16) Pada Undang-Undang No. 32 tahun 2002 sudah sangat jelas bahwa fungsi siaran televisi yaitu sebagai media informasi, hiburan, pendidikan dan kontrol sosial (masyarakat), dan diperjelas pula dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.40 tahun 1999 pasal 3 tentang pers, secara tegas menyatakan bahwa media massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, media pendidikan, media hiburan dan media pengawasan serta kontrol sosial.

2.6.1 Fungsi Siaran

Menurut Onong Uchjana *dalam* (Idayanti, 2017:16-18) ada empat fungsi siaran televisi antara lain:

1. Fungsi siaran televisi sebagai sumber informasi karena televisi mampu menyiarkan informasi yang dapat memuaskan khalayak misalnya, khalayak mengakses program siaran televisi karena memerlukan informasi mengenai berbagai hal. Seperti peristiwa yang terjadi, informasi yang dekat dengan khalayak, informasi-informasi terkini atau yang hangat, informasi sesuai yang sesuai keinginan khalayak, isi informasi mudah untuk dipahami dan lain sebagainya.
2. Fungsi siaran televisi sebagai pendidikan adalah sarana yang ampuh untuk menyiarkan acara yang memberikan pendidikan pada khalayak yang jumlahnya begitu banyak, Sesuai dengan makna pendidikan yakni pengetahuan dan penalaran masyarakat, televisi menyiarkan acara-acara tertentu secara implikasi mengandung pendidikan seperti film, kuis dan lain sebagainya yang disebut dengan Education Television (ETV), yaitu acara pendidikan yang disisipkan dalam siaran yang bersifat umum.
3. Fungsi siaran televisi sebagai hiburan, banyak khalayak menonton televisi hanya untuk mendapatkan hiburan bahkan fungsi siaran televisi yang paling utama bagi khalayak yaitu hiburan. Televisi sebagai hiburan melalui berbagai macam program yang ditayangkan oleh televisi seperti drama, tarian, kesenian, sastra, musik, film, komedi, dan olahraga atau semuan siaran yang membuat khalayak memperoleh hiburan yang dikehendakinya.
4. Fungsi terakhir siaran televisi sebagai kontrol sosial adalah terdapat atau terbagi atas dua yaitu kontrol peringatan dan kontrol instrumental. Kontrol peringatan terjadi siaran televisi menginformasikan tentang ancaman dari bencana atau isu-isu seperti bencana alam atau serangan militer. Kontrol instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang berguna dan membantu khalayak dalam kehidupan sehari-harinya.

2.7. Masyarakat

Masyarakat adalah sekelompok individu yang tinggal dalam suatu tempat tertentu, saling berinteraksi dalam waktu yang relatif lama, mempunyai adat-istiadat dan aturan-aturan tertentu dan lambat laun membentuk sebuah kebudayaan. Masyarakat juga merupakan sistem sosial yang terdiri dari sejumlah komponen struktur sosial

yaitu: keluarga, ekonomi, pemerintah, agama, pendidikan, dan lapisan sosial yang terkait satu sama lainnya, bekerja secara bersama-sama, saling berinteraksi, berelasi, dan saling ketergantungan (Cahyono, 2016:148).

Masyarakat yang beradab sejatinya adalah masyarakat yang masing-masing individunya mengakui bahwasanya realitas kehidupan ini heterogen adanya. Masing-masing individu tidak hanya mengakui kehidupan yang heterogen saja, tetapi juga menjunjung tinggi kesederajatan. Wujud kehidupan yang heterogen merupakan takdir sosial yang tidak dapat dielakkan, Kita tidak bisa mengingkari bahwa masyarakat adalah entitas keberagaman yang terdiri dari berbagai etnisitas, ras, agama, gender, dan kelompok-kelompok yang memiliki keunikannya masing-masing (Laksono, 2017:47).

Menurut Aikenhead masyarakat adalah suatu lingkungan pergaulan sosial dan kaidah-kaidah yang dianut oleh suatu kelompok masyarakat. Menurut Poerwadarminta masyarakat adalah sehimpunan orang yang hidup bersama dalam suatu tempat dengan ikatan-ikatan dan aturan-aturan tertentu. Sosial adalah segala sesuatu yang mengenai masyarakat. Ringkasnya dapat dikatakan bahwa, masyarakat adalah sekelompok manusia yang memiliki wilayah, kebutuhan, dan norma-norma sosial tertentu (Widyaningtyas, 2012:32).

2.7.1 Karakteristik Individu Penonton (Masyarakat)

Menurut Morissan *dalam* (Irania, 2020:43) menjelaskan untuk segmentasi audiens berdasarkan demografis adalah segmentasi yang berdasarkan peta kependudukan, yaitu usia, jenis kelamin, besarnya anggota keluarga, pendidikan tertinggi yang dicapai, jenis pekerjaan konsumen, tingkat penghasilan, agama, suku, dan sebagainya.

Menurut Morissan *dalam* (Irania, 2020:44) variabel demografi dijelaskan sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin, banyak sekali produk yang menggunakan pendekatan jenis kelamin ini dalam pemasarannya ada satu merek produk yang ditujukan hanya kepada perempuan atau hanya kepada laki-laki, masing-masing memiliki strategi promosi yang berbeda.

2. Usia Segmentasi ini untuk menjangkau audiens yang diinginkan sehingga dapat mengetahui program yang untuk anak-anak, remaja, muda, dewasa, dan seterusnya.
3. Jenis Pekerjaan Profesi, apa yang dilakukan untuk mencari nafkah. Tingkat Pendidikan Konsumen bisa juga dikelompokkan menurut tingkat pendidikan orang dicapai.
4. Pendidikan yang berhasil diselesaikan biasanya menentukan pendapatan dan kelas sosial mereka, selain itu pendidikan juga menentukan tingkat intelektualitas seseorang.
5. Penghasilan Produk yang dibeli seseorang biasanya erat hubungannya dengan penghasilan yang diperoleh rumah tangga orang tersebut. Selera atau konsumsi seseorang sangat dipengaruhi kelas sosial yang ditempatinya.

2.8 Persepsi

Rakhmat (2007:51) menyatakan persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Menurut Suharman (2006:23) persepsi merupakan suatu proses menginterpretasikan atau menafsir informasi yang diperoleh melalui sistem alat indera manusia. Menurutnya ada tiga aspek di dalam persepsi yang dianggap relevan dengan kognisi manusia, yaitu pencatatan indera, pengenalan pola, dan perhatian. Definisi diatas menjelaskan suatu kesamaan pendapat bahwa persepsi merupakan suatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga terbentuk tanggapan yang terjadi dalam diri individu sehingga individu sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui inderaindera yang dimilikinya (Jayanti & Arista, 2019:208).

Persepsi terbentuk dari pengamatan yang melalui proses hubungan melihat, mendengar, menyentuh, merasakan, dan menerima sesuatu hal yang kemudian seseorang menyeleksi, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi yang diterimanya menjadi suatu gambaran yang berarti (Kotler, 2004). Robbins, S.P. (2003) mendefinisikan bahwa persepsi ada kaitannya dengan lingkungan, yaitu proses dimana individu mengorganisasikan dan menafsirkan indera mereka agar dapat memaknai lingkungan yang bersangkutan. Pengamatan ini dapat dipengaruhi oleh pengalaman

masa lampau dan sikap seseorang. Persepsi ini hanya berlaku bagi dirinya sendiri dan tidak bagi orang lain. Persepsi tidak bertahan seumur hidup, dan dapat berubah sesuai dengan perkembangan pengalaman, perubahan kebutuhan, dan sikap dari seseorang tersebut. Faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah katakteristik orang yang dipersepsi dan faktor situasional (Solikah & Paramitha, 2017:13)

Persepsi menurut Morgan (1986) sebagai segala hal yang berhubungan dengan pengalaman seseorang dalam hidupnya di dunia, Artinya persepsi merupakan suatu aktifitas individu dalam mendeteksi dan menginterpretasikan segala dari lingkungannya yang sesuai dengan pengalamannya. Aktifitas tersebut adalah berfikir, mengingat, menerima, merencanakan dan memilih sesuatu. Jefry S.Turner (1995) berpendapat bahwa persepsi adalah aktifitas kognitif yang memungkinkan masing-masing individu mendeteksi dan menginterpretasikan informasi dari lingkungan sekitarnya (Dahlan, 2018:7-8).

Menurut Joseph A. Devito (2011:80), Persepsi adalah proses yang membuat kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus atau rangsangan yang mempengaruhi indera kita. Persepsi menurut Sarlito *dalam* Ugi Nugraha (2015:4) mengatakan Persepsi berlangsung saat menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ- organ bantunya yang kemudian masuk ke dalam otak. Kesimpulan dari definisi diatas adalah Persepsi pada hakikatnya proses kognitif yang dialami oleh setiap orang didalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat pengelihatn, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman (Effendy & Sunarsi, 2020:3).

Proses pembentukan Persepsi menurut Walgito *dalam* (Fuady et al., 2017:91) menyatakan bahwa terjadinya persepsi merupakan suatu yang terjadi dalam tahap-tahap berikut:

1. Tahap pertama, merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses kealaman atau proses fisik, merupakan proses ditangkapnya suatu stimulus oleh alat indera manusia.
2. Tahap kedua, merupakan tahap yang dikenal dengan proses fisiologis, merupakan proses diteruskannya stimulus yang diterima oleh reseptor (alat indera) melalui saraf-saraf sensoris.

3. Tahap ketiga, merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses psikologik, merupakan proses timbulnya kesadaran individu tentang stimulus yang diterima reseptor.
4. Tahap ke empat, merupakan hasil yang diperoleh dari proses persepsi yaitu berupa tanggapan dan perilaku.

2.8.1 Komponen Persepsi

Menurut Bimo Walgito *dalam* (Hardini, 2017:2), menjelaskan bahwa pandangan atau persepsi mengandung 3 komponen yang membentuk struktur sikap, yaitu:

1. Komponen kognitif (komponen perseptual), yaitu komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan, yaitu hal- hal yang berhubungan dengan bagaimana seseorang mempersepsi terhadap obyek sikap.
2. Komponen afektif (komponen emosional), yaitu komponen yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap objek sikap. Rasa senang merupakan hal yang positif, sedangkan rasa tidak senang merupakan hal yang negatif.
3. Komponen konatif (komponen perilaku atau action component), adalah komponen yang berhubungan dengan kecenderungan seseorang untuk bertindak atau berperilaku terhadap objek sikap. Komponen ini menunjukkan intensitas sikap, yaitu menunjukkan besar kecilnya kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap objek sikap.

2.9 Penelitian Terdahulu

Penelitian serupa yang dilakukan oleh Rosdiana (2017) dari program Ilmu Komunikasi (S. Ikom) Jurusan Jurnalistik pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi (UIN) Alauddin Makassar. Penelitian dengan judul Persepsi Masyarakat Terhadap Siaran Net Tv Sul Sel (Survei Masyarakat Kelurahan Bontoramba Kabupaten Gowa). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan wawancara. Sampel penelitian sebanyak 100 orang yang terdiri dari responden laki-laki sebanyak 45 orang dan 55 orang responden perempuan, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah Simple Random Sampling (Berpeluang acak Sederhana). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan studi

kepuustakaan yang kemudian akan diolah dan dianalisa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat di Kelurahan Bontoramba dalam menonton program siaran NET TV Sul Sel berbeda-beda. Motivasi menonton khalayak tergolong tinggi terutama untuk motivasi hiburan dan informasi. Sementara untuk persepsi, seluruh responden berpersepsi bagus terhadap kualitas tayangan, unsur dalam siaran, dan unsur materi siaran. Hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan motivasi menonton dengan persepsi masyarakat.

Penelitian kedua yaitu Idayanti (2017) dari program Ilmu Komunikasi (S. Ikom) Jurusan Jurnalistik pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi (UIN) Alauddin Makassar. Penelitian dengan judul Persepsi Masyarakat Terhadap Siaran TVRI Sul-Sel (Survei Masyarakat Gowa). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, yang mengambil sampel sebanyak 74 orang menggunakan rumus Slovin. Peneliti menggunakan data analisis regresi sederhana dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa siaran TVRI Sul-Sel tidak menarik perhatian masyarakat Beroanging RW 4 RT 1, serta siaran TVRI Sul-Sel dianggap tidak berkualitas. Masyarakat Beroanging RW 4 RT 1 menyatakan bahwa siaran TVRI Sul-Sel memberikan informasi tentang Sul-Sel kepada masyarakat walaupun TVRI Sul-Sel kadang tidak menyajikan berita Terkini Yang Terjadi Di Sul-Sel, Sehingga TVRI Sul-Sel Tidak Berkesan Bagi masyarakat. Masyarakat Beroanging RW 4 RT 1 menyatakan siaran TVRI Sul-Sel memberikan informasi yang akurat tapi tidak memberikan informasi yang benar dan dekat dengan masyarakat. Masyarakat menyatakan bahwa TVRI Sul-Sel tidak memberikan siaran hiburan yang menyenangkan, dapat mengisi waktu luang dan menarik. Masyarakat beranggapan bahwa siaran TVRI Sul-Sel tidak menayangkan siaran yang memberikan mereka gagasan/pengetahuan yang baru, serta masyarakat menyatakan bahwa TVRI Sul-Sel tidak menayangkan siaran yang memberikan peringatan mengenai bahaya ataupun bencana alam dan masyarakat menyatakan bahwa siaran TVRI Sul-Sel tidak memberikan pengetahuan yang dapat membantu masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Persepsi masyarakat Beroanging terhadap siaran TVRI Sul-Sel memengaruhi aktifitas menonton siaran TVRI SulSel secara signifikan, sehingga hipotesis yang

diterima adalah H_a yaitu aktifitas menonton siaran TVRI Sul-Sel dipengaruhi oleh persepsi masyarakat.

Penelitian ketiga mengenai persepsi juga dilakukan oleh Nurul Hasanah (2017) program sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara. Menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Kelurahan Sidorame Barat II Medan dengan jumlah populasi 10.322 orang. Menggunakan rumus Taro Yamane, diperoleh sampel 99 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan penelitian lapangan, dan pengumpulan data melalui kuesioner, kemudian penelitian kepustakaan melalui literature, sumber bacaan dan jurnal terdahulu serta sumber-sumber yang relevan dengan penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis tabel tunggal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Masyarakat terhadap Program Acara “Ini Talkshow” di NET TV yaitu mampu menarik perhatian dan memberikan motivasi, mendapatkan hiburan dan informasi dari materi-materi yang disajikan dalam tayangan acara tersebut serta membawa dampak positif bagi masyarakat yang menontonnya.

2.10 Teori Berlo

Teori komunikasi yang digunakan adalah teori komunikasi model David K. Berlo. Model komunikasi Berlo dikenal dengan model SMCR yaitu kepanjangan dari Source (sumber), Message (pesan), Channel (Saluran), dan Receiver (penerima). Dalam penelitian ini penulis mengfokuskan pada sumber sebagai pengirim pesan kepada penerimanya dalam hal ini masyarakat kota Sukabumi. Keterangan tersebut dapat dilihat dari teori yang diungkapkan oleh David K. Berlo (Sarlij, 1981).

Tahun 1960, David Berlo mengemukakan suatu model komunikasi interpersonal yang dikenal dengan model SMCR (Source, Message, Channel, Receiver). Pada model SMCR, Sumber (Source) diasumsikan sebagai orang yang mempunyai informasi yang senantiasa mengirimkan informasi yang disebutnya sebagai Pesan (Message) kepada Penerima (Receiver) melalui Saluran komunikasi (Channel), sehingga menimbulkan perubahan perilaku pada Penerima sesuai dengan yang dikehendaki oleh Sumber. Model Berlo Dwi Sadono 45 (1960) sangat mengutamakan pada pengaruh pesan

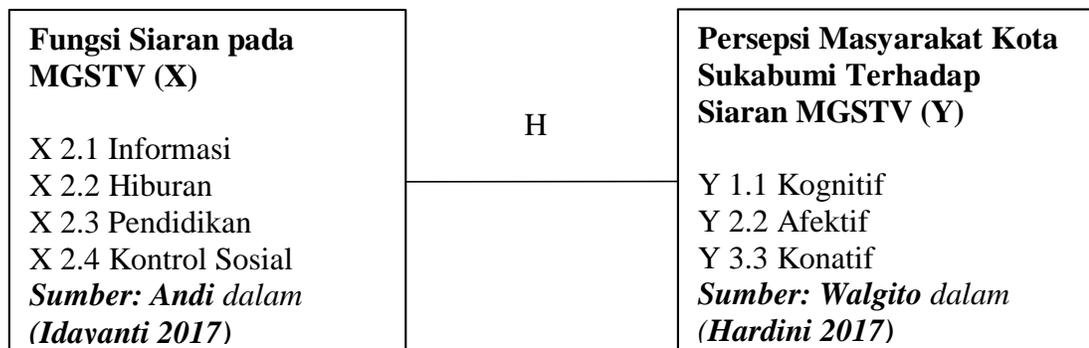
terhadap perilaku Penerima, oleh karenanya orientasinya lebih kepada bagaimana pesan harus diterima oleh Penerima sesuai kehendak Sumber. Itu sebabnya bersifat linear dan searah dalam arus pesan (Dwi Sadono, 2009).

Menurut Berlo (Mulyana, 2007: 162) mengemukakan bahwa sumber adalah pihak yang menciptakan pesan, baik seseorang ataupun suatu kelompok. Pesan adalah terjemahan gagasan ke dalam kode simbolik, seperti bahasa atau isyarat, saluran adalah medium yang membawa pesan, dan penerima adalah orang yang menjadi sasaran komunikasi. Pesan adalah informasi yang disampaikan oleh MGSTV melalui media massa televisi kepada masyarakat Kota Sukabumi.

1. S (source) atau sumber dalam penelitian ini televisi MGSTV sebagai sumber
2. M (message) atau pesan dalam penelitian ini siaran-siaran yang ada di MGSTV
3. C (channel) atau saluran media massa dalam penelitian yaitu media Televisi.
4. R (receiver) atau penerima dalam penelitian ini masyarakat Kota Sukabumi sebagai penonton siaran di MGSTV.

2.11 Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaiman teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting (Sugiyono, 2013:3).



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

2.12 Hipotesis

Hipotesis merupakan asumsi-asumsi terhadap rumusan masalah penelitian, karena asumsi tersebut baru didasarkan pada teori yang relevan belum berdasarkan fakta-fakta diperoleh dari pengumpulan data. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_a: Diduga ada hubungan antara siaran MGSTV terhadap persepsi masyarakat Kota Sukabumi.

H₀: Diduga tidak ada hubungan antara siaran MGSTV terhadap persepsi masyarakat Kota Sukabumi.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah rincian dari penelitian yang akan dilakukan oleh seorang peneliti, yang mencakup bagaimana data akan dikumpulkan, sampai dari mana data diperoleh, dengan menggunakan alat apa yang akan digunakan, dan bagaimana proses analisis data untuk menjawab permasalahan yang akan diajukan (Suryadi, 2019:105). Bougie *dalam* (Suryadi, 2019) mengungkapkan bahwa dalam desain penelitian diungkapkan perincian mengenai (1) jenis penelitian yang akan dilakukan, eksperimen atau noneksperimen, (2) teknik dan instrumen pengumpulan data yang akan digunakan, (3) rancangan penarikan sampel penelitian, dan (4) rancangan analisis data.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif deskriptif korelasional. Menurut Nur Indrianto dan Bambang Supomo (2002 :26) mengemukakan bahwa “Metode deskriptif korelasional merupakan metode penelitian terhadap masalah-masalah tanpa fakta-fakta pada saat ini dari sebuah populasi, dengan karakteristik masalah yang berupa hubungan korelasional antara dua variabel atau lebih”. Tujuan metode ini adalah untuk menemukan ada atau tidaknya korelasi antar variabel, atau membuat prediksi berdasarkan korelasi antar variabel. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah Penelitian Eksplanatori. Penelitian eksplanatori bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua atau lebih gejala atau variabel. “Melalui penelitian eksplanatori diketahui bagaimana korelasi antara dua atau lebih variabel, baik pola, arah, sifat, bentuk, maupun kekuatan hubungannya (Ulber Silalahi, 2006, h.28)”. (Nisa & Joharudin, 2017:79).

Pelaksanaan survai digunakan kuesioner untuk mengkaji persepsi masyarakat Kota Sukabumi terhadap siaran MGSTV guna memperkaya pembahasan dalam tahap hasil penelitian, dengan menggunakan penelitian kuantitatif, penelitian ini bersifat deskriptif atas data-data yang diperoleh dari lapangan. Desain penelitian ini diharapkan dapat mencari, mengetahui, menguji, mengenai kedua variabel yakni variabel X dan Variabel Y.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Sukabumi melalui *Google Form*. Pemilihan lokasi penelitian secara sengaja dengan pertimbangan bahwa siaran MGSTV di Sukabumi baru berjalan selama setahun. Perluasan jangkauan siaran MGSTV masih di sekitaran Kota Sukabumi sedangkan untuk Kabupaten Sukabumi masih dalam proses. Waktu yang digunakan dalam penelitian dilaksanakan mulai dari bulan Juni sampai dengan Agustus 2022.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

(Sulistyo, 2006:182) mengemukakan Populasi adalah keseluruhan objek yang akan diteliti. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Subjek penelitian ini adalah orang-orang yang dapat memberikan informasi mengenai latar belakang dan keadaan yang sebenarnya dari objek penelitian, sehingga data yang dihasilkan bersifat akurat. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Sukabumi yang menonton siaran di MGSTV. Pertimbangan pemilihan tempat karena peneliti ingin melihat persepsi masyarakat Kota Sukabumi sebagai penonton baru terhadap siaran-siaran di MGSTV. Populasi yang ditentukan oleh peneliti yaitu masyarakat Kota Sukabumi yang berjumlah 346,32 ribu jiwa.

3.3.2 Sampel

Menurut (Sujarweni, 2015:81), sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Pengambilan sampel yang dianggap perlu dipertimbangkan antara lain yang memenuhi indikator sampel antara lain:

1. Masyarakat yang aktif menonton ataupun yang pernah menonton siaran MGSTV.
2. Masyarakat yang mengerti bahasa Indonesia dan dapat berkomunikasi dengan baik.
3. Masyarakat yang berumur 20-45 tahun ke atas.

Indikator diharapkan data yang didapatkan saat penelitian dapat dipertanggung jawabkan oleh peneliti dan hasilnya merepresentasikan persepsi masyarakat Kota Sukabumi.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan model *purposive sampling* dan menggunakan rumus *Slovin* (Safryani et al., 2020:5). *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel ini diantaranya *sampling incidental*, *sampling bertujuan*, *sampling bola salju (snowball sampling)*, dan *sampling kuota*. *Nonprobability sampling* ini tidak bisa digunakan untuk membuat generalisasi. *Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan peneliti atau evaluator tentang sampel mana yang paling bermanfaat dan representative (Babbie, 2004: 183). Terkadang sampel yang akan diambil ditentukan berdasarkan pengetahuan tentang suatu populasi, anggota-anggotanya dan tujuan dari penelitian. Jenis sampel ini sangat baik jika dimanfaatkan untuk studi penjajagan (studi awal untuk penelitian atau evaluasi), yang kemudian diikuti oleh penelitian lanjutan yang sampelnya diambil secara acak (random). (Ramadhani Khija, ludovick Uttoh, 2015:4).

Berikut penentuan pengukuran sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat presisi yang ditetapkan sebesar 10%,:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Presisi yang ditetapkan

$$n = \frac{346,32}{1+353.355 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{353.355}{1+3533,55}$$

$$n = \frac{353.355}{3534,55}$$

$n = 99,9717$ dibulatkan menjadi 100

Hasil penelitian di atas, peneliti menggunakan rumus slovin dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan model *purposive sampling* dan menggunakan jumlah responden 100 orang yang berada di Kota Sukabumi. Memastikan persepsi masyarakat terhadap siaran MGSTV adalah dengan pertanyaan di kuesioner yaitu “Apakah Anda mengetahui MGSTV? dan pertanyaan berikutnya apakah anda menonton MGSTV?”. Pertanyaan tersebut juga dituliskan keterangan bahwa “Jika ya, maka silakan lanjut ke pernyataan selanjutnya” dengan arti lain jika tidak maka responden tidak bisa lanjut ke pernyataan selanjutnya.

3.4 Data dan Instrumentasi

Data adalah cara-cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data sehingga dapat menghasilkan data yang valid. Telah diuraikan sebelumnya, bahwa peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.4.1 Data Primer

Menurut Indriantoro dan Supomo Data primer merupakan data yang di peroleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrument-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Pengumpulan data primer merupakan bagian internal dari proses penelitian dan yang seringkali diperlukan untuk tujuan pengambilan keputusan. Data primer dianggap lebih akurat, karena data ini disajikan secara terperinci (Purhantara, 2010:72).

3.4.2 Data Sekunder

Data Sekunder “Yaitu data yang diperoleh dengan cara mengutip dari sumber seperti literatur, dokumentasi, serta sumber lainnya yang berhubungan dengan gambaran umum organisasi dan struktur organisasi.” (Akbar, 1996:7) Data sekunder dalam penelitian ini adalah buku-buku yang berkaitan dengan penelitian, jurnal, skripsi, literatur, dan berasal dari internet yang sumbernya terpercaya dan bisa dipertanggung jawabkan oleh penulis. Data mengenai responden, isi dan gambaran umum perusahaan media yang diteliti oleh penulis.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data untuk keperluan penelitian dan langkah yang penting dalam metode ilmiah. Data yang dikumpulkan akan digunakan, kecuali untuk keperluan eksploratif, juga untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Mochar, 2002:131).

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data (Kriyantono, 2008:94) ada beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, maka pengumpulan data yang dilakukan adalah :

1. Metode Angket (Kuesioner), menurut Bungin *dalam* (Meilano & Diana, 2015:48) kuisisioner adalah berbentuk rangkaian atau kumpulan pertanyaan, kemudian pertanyaan yang disusun secara sistematis dalam sebuah daftar pertanyaan, kemudian dikirim kepada responden untuk diisi. Menurut Arikunto, *dalam* (Neyfa, B. C., & Tamara, 1976:86) Angket adalah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam artilaporan tentang pribadi atau hal-hal yang ia ketahui” Setelah diisi angket kuesioner dikembalikan kembali ke peneliti. Responden dalam penelitian ini dibatasi kepada masyarakat Kota Sukabumi Jawa Barat. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi (Sukandarrumidi, 2012:78). Daftar pertanyaan dengan alternatif (option) jawaban yang telah tersedia sehingga responden tinggal memilih jawaban sesuai aspirasi, persepsi, sikap, keadaan atau pendapat pribadinya (Suyanto dan Sutinah, 2005:60). Peneliti akan menyebarkan sejumlah koesioner kepada masyarakat Kota Sukabumi Jawa Barat.
2. Observasi, menurut Mania observasi merupakan cara atau metode menghimpun keterangan atau data yang dilakukan dengan mengandalkan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang sedang dijadikan sasaran pengamatan. (Rahardja et al., 2018:44) Metode Observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan dan permasalahan yang sedang

terjadi yang dilakukan dan sebagai pemecahan. Peneliti memperoleh data Primer dengan melakukan observasi terhadap responden dengan cara observasi yang sudah terstruktur meliputi apa yang ingin diamati, kapan, dan dimana lokasi penelitian akan diambil. Setelah mendapatkan hasil kemudian dipilah dan dicatat sebelum kemudian dilakukan pengodean serangkaian sikap dan suasana saat penelitian berlangsung (Rahardja et al., 2018:44).

3. Studi Kepustakaan (librarysearch) merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk menemukan dan mengumpulkan data-data sekunder dan informasi melalui buku, majalah, dokumen, catatan dan lain-lainnya (Syafitri & Nuryono, 2020:55).

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan bagian yang amat penting dalam metode ilmiah karena dengan analisis, data tersebut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian. Data mentah yang telah dikumpulkan perlu dipecahkan dalam kelompok-kelompok, diadakan kategorisasi, dilakukan manipulasi, serta diperas sedemikian rupa sehingga data tersebut mempunyai makna untuk meniadakan masalah dan bermanfaat untuk menguji hipotesis (Nazir, 2014:304).

Penelitian ini, teknik analisis data menggunakan skala pada variabel, yaitu skala nominal yang menjelaskan pengkategorian sampel berdasarkan jenis kelamin. Skala ordinal berdasarkan usia dan tingkat pendidikan, Kedua skala tersebut digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel yang dapat dikategorikan kedalam skala nominal dan ordinal. Pengukuran pernyataan setuju - tidak setuju menggunakan skala likert.

Data yang menggunakan data ordinal, akan menggunakan rumus Rank Spearman dengan rumus sebagai berikut:

$$r_s = 1 - \frac{6\sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan:

- r_s : Nilai Korelasi *Renk Spearman*
 d_i : Beda Antara Dua Perubahan Berpasangan
 n : Jumlah Responden

1 dan 6 : Bilangan Koefisien

Analisis Koefisien Korelasi

Tabel 3.1 Kriteria Derajat Keeratan koefisien korelasi

Koefisien Korelasi	Tingkat Keeratan
0.00 – 0.199	Sangat lemah
0.20 – 0.399	Lemah
0.40 – 0.599	Cukup
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber: Siregar (2013)

Data yang berbentuk nominal, menggunakan rumus *Chi Square* adapun dibawah ini menggunakan rumus *Chi Square*.

$$x^2 = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^n \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

Keterangan

x^2 : Koefisien korelasi *Chi Square*

O_{ij} : Frekuensi yang termasuk pada tiap sel (ij)

E_{ij} : Frekuensi yang diharapkan dalam sel (ij)

k : Jumlah baris

n : Jumlah kolom

3.6.1 Analisis Deskriptif

Teknis data dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Metode peneliti deskriptif kuantitatif merupakan penelitian yang membuat deskriptif atau gambaran melalui fakta-fakata mengenai suatu keadaan atau peristiwa. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk memperoleh gambaran tentang sesuatu dengan jelas terhadap suatu keadaan atau masalah tertentu dengan maksud serta tujuan untuk menguraikan sifat-sifat suatu keadaan. Menurut (Russeffendi, 2010:33), mengatakan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggunakan

observasi, wawancara atau kuisioner mengenai keadaan sekarang ini, mengenai subjek yang sedang kita teliti melalui kuisioner dan sebagainya kita mengumpulkan data untuk menguji hipotensis atau menjawab suatu pertanyaan, melalui penelitian deskriptif ini peneliti akan memaparkan yang sebenarnya terjadi mengenai keadaan sekarang ini yang sedang diteliti.

Menurut (Ghozali, 2011:160-165), statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean) standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness. Analisis ini merupakan teknik deskriptif yang memberikan informasi tentang data yang dimiliki dan tidak bermaksud menguji hipotesis.

3.6.2 Analisis Skor Rataan

Analisis skor rata-rata digunakan untuk mengelompokkan jawaban responden terhadap masing-masing kriteria dari skala 1 sampai dengan skala 5. Skala 1 sampai dengan skala 5 ini dinamakan Skala Likert. Penelitian ini pengumpulan datanya menggunakan kuisioner. Kuisioner adalah sejumlah pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan mengenai hal-hal yang di ketahui (Arikunto, 2013:194).

Kuesioner ini untuk mengukur sikap subjek terhadap suatu objek yang dinyatakan dengan setuju - tidak setuju. Skala ini ada satu titik yang memiliki nilai netral, pernyataan ke arah kiri menunjukkan sikap negatif dan ke arah kanan dari titik tersebut menunjukkan sikap positif, atau bisa ditetapkan sebaliknya bergantung pernyataannya (Suryadi, 2019:141).

Tabel 3.2 Skala Likert

Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Kurang Setuju (KS)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
5	4	3	2	1

Sumber: suryadi (2019)

Hasil jawaban responden kemudian dikelompokkan dalam setiap kriteria dan dikaitkan dengan bobotnya. Hasil perkalian dalam setiap kriteria dijumlahkan,

kemudian dibagi dengan jumlah respondennya, sehingga dapat memperoleh suatu nilai skor rata-rata yang berada pada skala sampai dengan skala 5 setelah data kuisioner diterima dari responden, peneliti akan mencari nilai rata-rata yang didapatkan dari variabel berdasarkan indikator.

3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur, dan menyangkut mengenai akurasi sebuah instrument (Juliansyah, 2011:132). Uji validitas ini akan mengukur yang seharusnya dapat diukur untuk menentukan sebuah akurasi perhitungan secara nyata. Uji validitas dalam penelitian biasanya mengukur hubungan atau pengaruh dari dua variabel. Variabel yang diukur biasanya variabel bebas atau yang biasa dilambangkan dengan (X) dan variabel terikat atau biasanya dilambangkan dengan (Y).

Sugiyono dan Wibowo menjelaskan instrument yang valid adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur (Suprijono, 2009:94). Menurut Sugiyono dan Wibowo, seluruh item adalah valid jika nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dibanding 0,3. Sugiyono menyatakan bila korelasi tiap faktor positif dan besarnya 0,3 keatas maka faktor tersebut merupakan konstruk yang kuat . Validitas alat ukur diuji dengan menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari setiap butir pernyataan dengan keseluruhan yang diperoleh pada alat ukur tersebut. Rumus teknik korelasi Product Moment Pearson, berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{N(\sum XY) - \sum X \sum Y}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \right)$$

Keterangan:

- r = koefisien korelasi Product Moment
- N = jumlah responden
- X = jumlah skor untuk indikator x
- Y = jumlah skor untuk indikator y

XY = banyaknya responden (sampel) dari variabel x, y dari hasil kuesioner.

Menentukan instrumen valid atau tidak, ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika r hitung $\geq r$ tabel dengan taraf signifikansi 0,05 maka instrumen tersebut dikatakan valid.
2. Jika r hitung $\leq r$ tabel dengan taraf signifikansi 0,05 maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X

Variable	Item	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Siaran MGSTV (X ₂)	Informasi	0,701	0,361	Valid
		0,725	0,361	Valid
		0,670	0,361	Valid
		0,717	0,361	Valid
		0,789	0,361	Valid
	Pendidikan	0,597	0,361	Valid
		0,660	0,361	Valid
		0,641	0,361	Valid
		0,763	0,361	Valid
		0,693	0,361	Valid
	Hiburan	0,453	0,361	Valid
		0,632	0,361	Valid
		0,592	0,361	Valid
		0,459	0,361	Valid
	Kontrol Sosial	0,809	0,361	Valid
		0,870	0,361	Valid
		0,804	0,361	Valid
		0,821	0,361	Valid
		0,902	0,361	Valid

		0,911	0,361	Valid
		0,878	0,361	Valid

Sumber: Data Primer 2022

Table 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variable	Item	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi Terhadap Siaran MGSTV (Y₁)	Kognitif	0,914	0,361	Valid
		0,956	0,361	Valid
		0,934	0,361	Valid
		0,960	0,361	Valid
		0,940	0,361	Valid
	Afektif	0,943	0,361	Valid
		0,947	0,361	Valid
		0,954	0,361	Valid
		0,956	0,361	Valid
		0,949	0,361	Valid
		0,956	0,361	Valid
	Konatif	0,959	0,361	Valid
		0,956	0,361	Valid
		0,937	0,361	Valid
		0,959	0,361	Valid
		0,945	0,361	Valid
		0,963	0,361	Valid
			0,931	0,361

Sumber: Data Primer 2022

3.7.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah data indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dipercaya atau diandalkan, uji reabilitas juga menunjukkan sejauh mana sebuah alat ukur dikatakan konsisten jika dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama (Juliansyah, 2011:130). Uji reabilitas biasanya digunakan dalam penelitian untuk

menguji konsistensi dari hasil sebuah pengukuran yang telah dilakukan. Pengukuran dilakukan sebanyak dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan pengukuran yang sama maka data yang didapat bisa dikatakan data yang diukur layak digunakan.

Penelitian ini menggunakan metode uji reabilitas *Cronbach Alpha* yang digunakan untuk menghitung reabilitas suatu tes yang tidak mempunyai pilihan ‘benar’ atau ‘salah’ maupun ‘ya’ atau ‘tidak’, melainkan dengan digunakan untuk menghitung reabilitas suatu tes yang mengukur sikap dan perilaku (Sofyan,2013:56). Rumus *Alpha Cronbach* adalah :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

- r_{11} = Reliabilitas Kuesioner
 k = Banyaknya Butir Pertanyaan
 $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah Varian Butir
 σ_t^2 = Jumlah Varian Total

Jika hasil dari cronbach alpha > 0,60 maka data tersebut memiliki reliabilitas kurang baik, sedangkan cronbach alpha > 0,70 dapat diterima, dan jika cronbach alpha > 0,80 adalah baik (Duwi,2009:172). Nilai-nilai untuk pengujian reliabilitas berasal dari skor-skor item angket yang valid. Item yang tidak valid tidak dilibatkan dalam pengujian reliabilitas Uji reliabilitas ini diolah menggunakan SPSS 25, dapat dilihat dari teknik Alpha Cronbach. Batas maksimal nilai reliabilitas adalah 1,00 dengan batasan nilai yang dianggap pas yaitu > 0,6. Kriteria uji reliabilitas :

Tabel 3.5 Penafsiran Uji Realibilitas

<i>Alpha</i>	Tingkat Relibilitas
0.00 - 0.19	Sangat tidak reliabel
>0.20 – 0.39	Kurang reliabel
>0.40 – 0.59	Cukup reliabel
>0.60 – 0.79	Reliabel

>0.80 – 1.00	Sangat reliabel
--------------	-----------------

Sumber: Tarigan dalam Ferdinan 2016

Tabel 3.6 Hasil Uji Reabilitas Variabel X

Variable X ₂		Cronbach's Alpha	keterangan
Siaran MGSTV	Informasi	0,972	Sangat reliabel
	Pendidikan	0,941	Sangat reliabel
	Hiburan	0,753	Reliabel
	Kontrol Sosial	0,975	Sangat reliabel

Sumber: Data Primer 2022

Tabel 3.7 Hasil Uji Reabilitas Variabel Y

Variable Y ₁		Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi Terhadap Siaran MGTSV	Kognitif	0,972	Sangat Reliabel
	Afektif	0,984	Sangat Reliabel
	Konatif	0,980	Sangat Reliabel

Sumber: Data Primer 2022

3.8 Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan penjabaran lebih lanjut tentang konsep yang dikelompokkan dalam kerangka konsep. Definisi operasional adalah suatu petunjuk pelaksanaan mengenai cara-cara untuk mengukur variabel-variabel. Penelitian ini terdiri atas beberapa variabel yang terbagi menjadi beberapa indikator. Masing-masing variabel dan indikator diberi batasan terlebih dahulu sehingga dapat ditemukan skala pengukurannya.

Definisi operasional untuk masing-masing variabel sebagai berikut:

3.8.1 Karakteristik Responden

Karakteristik individu internal masyarakat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah dari usia remaja sampai usia tua, baik perempuan maupun laki- laki dan sudah

menikah atau. Karakteristik masyarakat adalah gambaran tentang sifat-sifat atau ciri-ciri pribadi yang dimiliki oleh responden sampel penelitian ini, meliputi ciri-ciri pribadi (internal) sebagai berikut:

1. Jenis kelamin ($X_{1.1}$) adalah sifat fisik responden seperti yang tercatat dalam karut identitas yang dimiliki oleh responden. Diukur melalui skala ordinal.
2. Usia ($X_{1.2}$) seorang individu dihitung dari saat kelahiran sampai penelitian ini dilakukan dibulatkan dalam jumlah tahun terdekat saat ulang tahun bila terdapat selisih bulan. Diukur melalui skala ordinal.
3. Pendidikan ($X_{1.3}$) adalah jenjang pendidikan formal yang pernah atau sedang diikuti oleh seorang individu. Diukur melalui skala ordinal.
4. Pekerjaan ($X_{1.4}$) adalah sesuatu aktivitas yang dilakukan oleh seorang individu dalam kehidupan sehari-hari. Terdapat enam kategori pekerjaan, yaitu ibu Rumah Tanga, Pegawai Negri, Pegawai Swasta, Wirausaha, Buruh dan Mahasiswa/i. Tingkat pekerjaan ini diukur dengan skala nominal.
5. Pendapatan ($X_{1.5}$) adalah penghasilan yang timbul dari aktivitas yang dilakukan guna mendapatkan peningkatan kualitas hidup yang balik. Tingkat pendapatan ini diukur dengan skala ordinal

3.8.2 Siaran MGSTV (X)

1. Informasi ($X_{1.1}$), menyajikan Informasi yang akurat, benar, yang dekat dengan khalayak. Dalam penelitian ini hal-hal yang bersangkutan dengan siaran program yang di MGSTV. Diukur menggunakan ordinal. (5) sangat Setuju, (4) Setuju, (3) Kurang Setuju, (2) Tidak Setuju, (1) Sangat Tidak Setuju.
2. Hiburan ($X_{1.2}$), menyajikan hiburan yang menyenangkan, yang dapat mengisi waktu luang, dan hiburan yang menarik. Dalam penelitian ini hal-hal yang bersangkutan dengan siaran program yang di MGSTV. Diukur menggunakan ordinal. (5) sangat Setuju, (4) Setuju, (3) Kurang Setuju, (2) Tidak Setuju, (1) Sangat Tidak Setuju.
3. Pendidikan ($X_{1.3}$), menyediakan siaran yang memberikan pengetahuan baru, dan motivasi belajar. Dalam penelitian ini hal-hal yang bersangkutan dengan siaran program yang di MGSTV. Diukur menggunakan ordinal. (5) sangat Setuju, (4) Setuju, (3) Kurang Setuju, (2) Tidak Setuju, (1) Sangat Tidak Setuju.

4. Kontrol sosial ($Y_{1.4}$), menyajikan siaran yang memberikan peringatan dan membantu dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, diukur dengan skala ordinal. (5) sangat Setuju, (4) Setuju, (3) Kurang Setuju, (2) Tidak Setuju, (1) Sangat Tidak Setuju.

3.8.3 Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi (Y)

5. Kognitif (Y_1), merupakan penonton dalam berpikir, mengetahui dan pemahaman dan kemudian menimbulkan persepsi pada responden Terhadap siaran MGSTV. Diukur dengan skala ordinal; (5) sangat Setuju, (4) Setuju, (3) Kurang Setuju, (2) Tidak Setuju, (1) Sangat Tidak Setuju.
6. Afektif (Y_2), intelektual mengenai sikap minat emosi nilai terhadap siaran MGSTV yang dipengaruhi faktor dalam diri responden. Diukur dengan skala ordinal; (5) Sangat Setuju, (4) Setuju, (3) Kurang Setuju, (2) Tidak Setuju, (1) Sangat Tidak Setuju.
7. Konatif (Y_3), suatu perilaku yang sudah sampai pada tahap melakukan suatu perbuatan kemudian menimbulkan ketertarikan terhadap pemanfaatan isi. Diukur dengan skala ordinal; (5) Sangat Setuju, (4) Setuju, (3) Kurang Setuju, (2) Tidak Setuju, (1) Sangat Tidak Setuju.

BAB 4

GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat MGSTV

MGSTV dimulai pada tahun 2003, yang mana MGSTV dikenal dengan nama panjang Megaswara TV yang berada di bawah naungan PT. Cipta Megaswara Televisi. Perusahaan tersebut didirikan pada 18 Agustus 2003 dan mulai mengudara pada 7 November 2003 pada siaran analog melalui channel 25 UHF. Megaswara TV menayangkan program-programnya dari pukul 05:00-24:00 WIB, dengan 70% program lokal, terutama menyangkut Kota Bogor. Acara yang ditayangkan meliputi berita, musik, serta sempat merelai acara-acara di TV Edukasi serta Bali TV. Nama Megaswara TV kemudian disingkat menjadi MGSTV pada 10 Februari 2010.

MGSTV keinginan untuk menjangkau pemirsa yang lebih luas di Jabodetabek, namanya sejak 2012 menjadi tvPlus!. Programnya pun berubah, tidak lagi berbasis Kota Bogor melainkan lebih menekankan pada informasi umum. Ekspansi tersebut, justru kemudian tidak terlalu menguntungkan bagi pemilik tvPlus!, sehingga mereka berusaha mencari solusi. Tahun 2014, tvPlus! kemudian dijual ke Kompas Gramedia, yang saat itu membutuhkan badan hukum agar siaran Kompas TV dapat ditangkap dengan baik di wilayah Jabodetabek. Badan hukum tvPlus! (PT Cipta Megaswara Televisi) kemudian dijadikan sebagai pengelola dari Kompas TV dan induk dari jaringannya di seluruh Indonesia. tvPlus! kemudian mulai menyiarkan beberapa program Kompas TV, dan pada 28 Juni 2015 tvPlus! berganti nama menjadi Kompas TV.

Pemilik lama tvPlus! kemudian mengakuisisi juga sebuah stasiun televisi lokal lain, bernama Dian TV (PT Dian Televisi Putra Pertama) yang beroperasi di channel 32 UHF. Nama Dian TV kemudian berubah menjadi MGSTV agar menyesuaikan dengan nama sebelumnya sejak 1 Juni 2015 yang hanya bersiaran di Bogor dan sekitarnya.

MGSTV pernah berhenti siaran selama 2 tahun dan beroperasi kembali tahun 2021 yang berada di bawah naungan PT. Dian Televisi Putra Pertama. Tahun 2021 MGSTV mulai bermigrasi dari televisi analog ke televisi digital melalui channel 33 UHF.

MGSTV dimasa migrasi dari analog kedigital memiliki persoalan izin siaran. Sebelumnya siaran analog dengan antena yang dimilikin sendiri dengan pemancarnya yang berada di puncak. MGSTV harus migrasi ke penyiaran digital yang mengharuskan sewa kanal ke grup metro. MGATV harus mengikutin izin siaran dari metro yang berada di Sukabumi, sehingga MGSTV pindah siaran ke Sukabumi yang sebelumnya berada di Bogor.

4.1.2 Visi MGSTV

MGS TV hadir di tengah masyarakat Sukabumi untuk menajdi televisi lokal yang memberikan hiburan, informasi dan pendidikan kepada masyarakat sehingga menjadi bagian penting dalam memajukan daerah.

4.1.3 Misi MGSTV

1. Mengembangkan program acara informasi, pendidikan, pengetahuan dan hiburan
2. Mengedepankan program acara televisi bermuatan daerah berkualitas, informatif, aktual, faktual dan berkembang.
3. Memberikan kesempatan kepada pemerinta daerah serta mitra usaha kecil dan menengah untuk memanfaatkan informasi.
4. Sebagai sarana dan promosi yang efektif dan efesien.

4.1.4 Logo MGSTV

Tahun 2010 Megaswara TV berganti nama menjadi MGSTV. Materi siaran yang ditayangkan mencakup 70% lokal dan 32% universal, yang dimana pada saat itu MGSTV hanya menjangkau wilayah Bogor dan sekitarnya.



Gambar 4.1 Logo MGSTV Tahun 2004-2010

Sumber : Arsip MGSTV, 2018

Juli tahun 2012 MGSTV melebarkan sayapnya menjadi TV JABODETABEK dan merubah loga dan namanya menjadi TV PLUS! Dengan menjangkau 14 Kabupaten atau kota di wilayah JABODETABEK.



Gambar 4.2 Logo MGSTV tahun 2010-2013

Sumber : Arsip MGSTV, 2018

Tahun 2014 kembali memakai nama MGS dan menjadi TV wilayah Bogor. Saat ini MGSTV merupakan salah satu media usaha Universitas Gunadarma.



Gambar 4.3 Logo MGSTV tahun 2014-2015

Sumber : Arsip MGSTV, 2018

MGSTV kini hadir sebagai TV dengan slogan “Sahabat Anda”.



Gambar 4.4 Logo MGSTV tahun 2014-sekarang

Sumber : Arsip MGSTV, 2018

Makna lambang MGSTV adalah:

1. MGSTV adalah singkatan dari Megaswara Televisi yang disingkat agar lebih mudah diingat.
2. Warna-warni pada logo MGSTV melambangkan kemajemukan warga Bogor
3. Pada logo huruf G yang meruncing dibagian atas dan bawah melambangkan bahwa Bogor di ampit oleh dua Gunung yaitu Gunung Salak dan Gunung Gede, warna ungu melambakan inovasi.

4.1.5 Program MGSTV

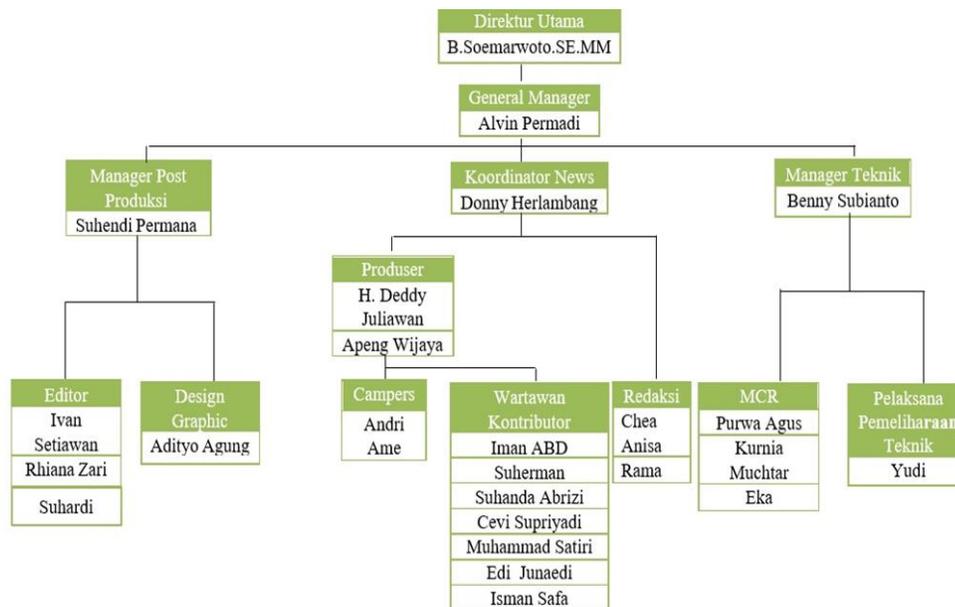
Proses siaran yang dilakukan MGSTV setiap harinya dimulai pukul 06.00 hingga 24.00 WIB MGSTV memberikan informasi dan pendidikan kepada masyarakat sehingga menjadi bagian penting dalam memajukan daerah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Program Siaran MGSTV

1.	Diamika News	8.	Kisah kadeudeuh
2.	Seputar bocimi	9.	32 titik
3.	Tusyiah	10.	Musik box
4.	Buka Usaha	11.	Ug talk
5.	Black night	12.	Putar-puter
6.	Catatan 1001	13.	Street photo
7.	Tentang Wanita	14.	Cahaya hikmah

Sumber: <https://mgstv.co.id/program/>

4.1.6 Struktur Organisasi MGSTV



Gambar 4.5 Struktur Organisasi MGSTV

Sumber : Arsip MGSTV, 2018

4.2 Hasil Penelitian

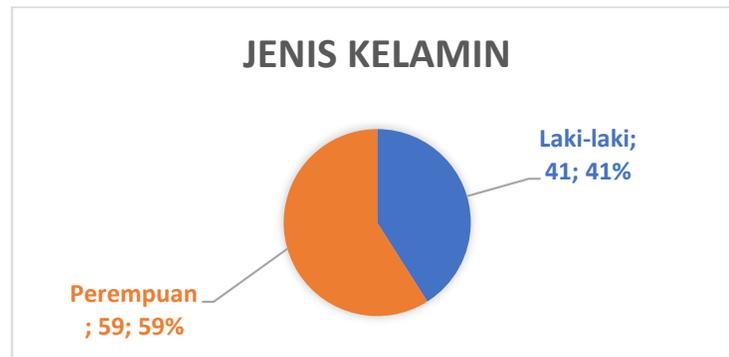
4.2.1 Gambaran Umum Karakteristik Individu (Masyarakat di Kota Sukabumi)

Karakteristik individu berguna untuk menguraikan identitas responden menurut sampel penelitian yang ditetapkan. Tujuan karakteristik responden adalah menggambarkan objek sampel penelitian ini. Karakteristik dalam penelitian ini dikelompokkan menurut jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan dan pendapatan. Hasil pengumpulan data dari kuesioner yang disebarakan melalui *Google From* kepada 100 masyarakat Kota Sukabumi, maka akan disajikan dalam tabel mengenai data responden sebagai berikut :

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin dalam penelitian ini bertujuan untuk menentukan produk yang menggunakan pendekatan jenis kelamin ini dalam pemasarannya. Merek tertentu dalam produk yang ditujukan hanya kepada perempuan atau hanya kepada laki-laki, masing-masing memiliki strategi promosi yang berbeda.

Hasil penelitian ini dari total keseluruhan 100 responden terdapat responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 41 orang (41%) dan responden berjenis kelamin perempuan adalah sebanyak 59 orang (59%) dan dapat disimpulkan bahwa mayoritas penonton Siaran MGSTV di Kota Sukabumi adalah perempuan.



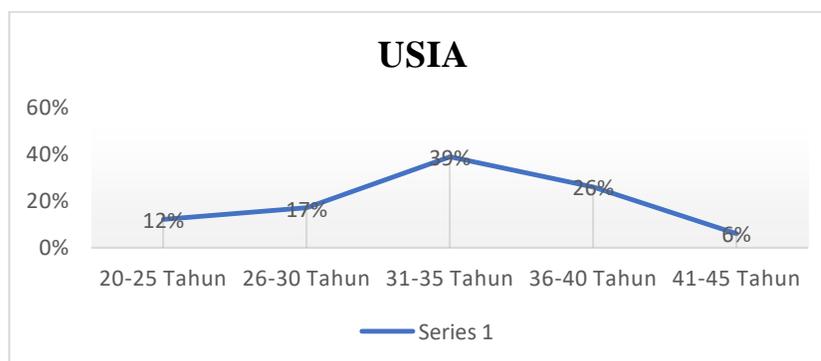
Gambar 4.6 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: Data Primer, 2022

2. Responden Berdasarkan Usia

Usia adalah salah satu kriteria responden peneliti untuk menjangkau audiens yang diinginkan sehingga dapat mengetahui program untuk anak-anak, remaja, muda, dewasa, dan seterusnya.

Hasil penelitian ini didapat 100 responden yang terbagi menjadi 5 kelompok usia dengan usia termuda 20 tahun dan tertua 45 tahun. Kelompok usia dengan jumlah terbanyak pada penelitian ini adalah di usia dari 31 – 35 tahun dengan total 30 responden (30%).

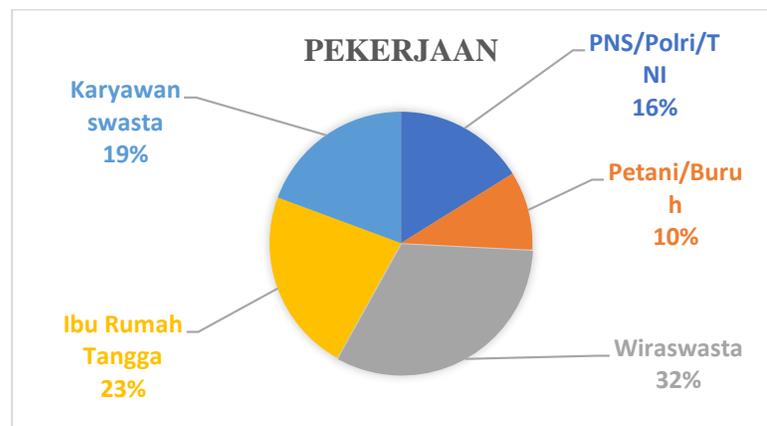


Gambar 4.7 Responden Berdasarkan Usia

Sumber : Data Primer, 2022

3. Reponden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Profesi apa yang dilakukan untuk mencari nafkah. Tingkat Pendidikan Konsumen bisa juga dikelompokkan menurut tingkat pendidikan yang dicapai. Hasil kuesioner yang sudah disebar, variabel berdasarkan responden pekerjaan memiliki Enam kategori yaitu, Pegawai Negeri, Petani, Wiraswasta, Ibu Rumah Tangga, Karyawan Swasta dan Pelajar/Mahasiswa. Hasil dari 100 responden mayoritas pekerja yang menonton siaran MGSTV yaitu paling tinggi Wiraswasta berjumlah 30 orang (30%) dan paling rendah Pelajar/Mahasiswa berjumlah 7 orang (7%).



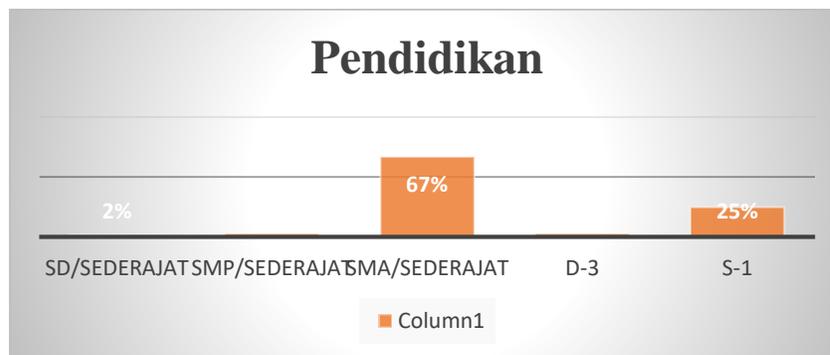
Gambar 4.8 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Sumber : Data Primer, 2022

4. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan yang berhasil diselesaikan biasanya menentukan pendapatan dan kelas sosial mereka, selain itu pendidikan juga menentukan tingkat intelektual seseorang, maka masyarakat dapat memilih tontonan yang mereka sukai dengan acara-acara tayangan yang mereka sukai.

Kuesioner yang sudah disebar dalam penelitian ini, variabel berdasarkan responden pendidikan memiliki lima kategori yaitu, SD/Sederajat, SMP/ sederajat, SMA/ sederajat, D-3, dan S-1. Hasil dari penelitian ini 100 responden mayoritas pendidikan yang menonton siaran MGSTV yaitu paling tinggi SMA/ sederajat berjumlah 67 orang (67%) dan paling rendah SD/ sederajat berjumlah 3 orang (3%). Tingkat Pendidikan dari hasil penelitian ini, masyarakat Kota Sukabumi rata-rata tingkat pendidikan SMA/ sederajat.



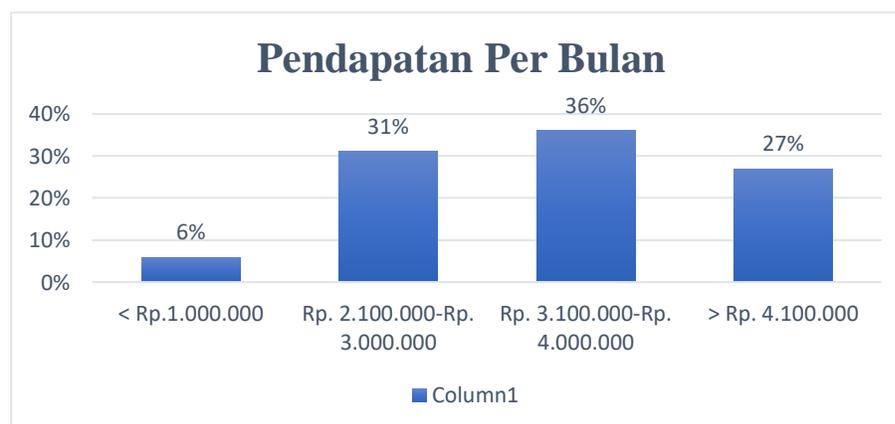
Gambar 4.9 Responden Berdasarkan Pendidikan

Sumber : Data Primer, 2022

5. Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Produk yang dibeli seseorang biasanya erat hubungannya dengan penghasilan yang diperoleh rumah tangga orang tersebut. Selera konsumen seseorang sangat dipengaruhi kelas sosial yang ditempatinya.

Berdasarkan hasil kuesioner yang sudah disebar, variabel berdasarkan responden pendapatan per bulan memiliki empat kategori dari kurang dari Rp.1000.000 (satu juta) sampai lebih dari Rp.4.100.000 (empat juta seratus). Hasil yang didapat dari penelitian ini yaitu 100 responden mayoritas pendapatan per bulan masyarakat Kota Sukabumi yang menonoton siaran MGSTV yaitu paling tinggi Rp.3.100.000-Rp.4.000.000 berjumlah 36 orang (36%) dan paling rendah kurang dari Rp.1000.000 (satu juta) berjumlah 6 orang (6%).



Gambar 4.10 Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Sumber : Data Primer, 2022

4.2.2 Fungsi Siaran MGSTV (X)

Siaran merupakan program acara yang ada di stasiun televisi. Siaran terbagi atas dua yaitu siaran informasi atau siaran hiburan, pada Undang-Undang No. 32 tahun 2002 sudah sangat jelas bahwa fungsi siaran televisi yaitu sebagai media informasi, hiburan, pendidikan dan kontrol sosial (masyarakat), dan diperjelas pula dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.40 tahun 1999 pasal 3 tentang pers, secara tegas menyatakan bahwa media massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, media pendidikan, media hiburan dan media pengawasan serta kontrol sosial (Andi, 2014).

1. Fungsi Siaran Sebagai Informasi

Fungsi siaran televisi sebagai sumber informasi karena televisi mampu menyiarkan informasi yang dapat memuaskan khalayak, Misalnya khalayak mengakses program siaran televisi karena memerlukan informasi mengenai berbagai hal, seperti peristiwa yang terjadi, informasi yang dekat dengan khalayak, informasi-informasi terkini atau yang hangat, informasi sesuai yang sesuai keinginan khalayak, isi informasi mudah untuk dipahami dan lain sebagainya.

Tabel 4.2 Deskripsi Data Responden Terhadap Indikator Informasi

Indikator	Pernyataan	Frekuensi						Rata-Rata	Ket.
		STS	TS	KS	S	SS	Rataan P.X ₂ Nilai		
Informasi	P-1	11	12	5	29	43	3.81	3.63	Sangat Tinggi
	P-2	7	12	9	43	29	3.75		
	P-3	9	12	8	31	40	3.81		
	P-4	10	10	9	34	37	3.78		
	P-5	9	35	17	22	17	3.03		

Sumber: Data Primer, 2022

Tabel 4.1 diketahui data dari 100 responden menunjukkan hasil sebagai berikut :

1. Pernyataan P1, kebanyakan responden menjawab sangat setuju bahwa siaran MGSTV memberikan informasi yang terkini atau yang sedang terjadi saat ini.
2. Pernyataan P2, kebanyakan responden menjawab setuju bahwa siaran MGSTV memberikan informasi yang sesuai dengan fakta atau kebenaran informasi.
3. Pernyataan P3, kebanyakan responden menjawab sangat setuju bahwa siaran MGSTV memberikan informasi yang mudah dipahami.
4. Pernyataan P4, kebanyakan responden menjawab sangat setuju bahwa siaran MGSTV memberikan informasi yang dekat dengan masyarakat, seperti informasi harga bahan pokok naik dan lain sebagainya.
5. Pernyataan P5, kebanyakan responden menjawab sangat setuju bahwa siaran MGSTV memberikan informasi yang sesuai dengan keinginan masyarakat.

Hasil dari tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa siaran MGSTV sebagai Informasi sangat efektif dalam penyampaian pesan terhadap masyarakat Kota Sukabumi, masyarakat sangat puas terhadap informasi yang disampaikan MGSTV, Dapat dilihat dari perolehan nilai rata-rata sebesar 3,63 dengan kriteria sangat tinggi.

2. Fungsi Siaran Sebagai Pendidikan

Fungsi siaran televisi sebagai pendidikan Sebagai media massa televisi merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan acara yang memberikan pendidikan pada khalayak yang jumlahnya begitu banyak. Sesuai dengan makna pendidikan yakni pengetahuan dan penalaran masyarakat, televisi menyiarkan acara-acara tertentu secara implikasi mengandung pendidikan seperti film, kuis dan lain sebagainya yang disebut dengan Education Television (ETV), yaitu acara pendidikan yang disisipkan dalam siaran yang bersifat umum.

Tabel 4.3 Deskripsi Data Responden Terhadap Indikator Pendidikan

Indikator	Pernyataan	Frekuensi					Rataan P.X ₂ Nilai	Rata- Rata	Ket.
		STS	TS	KS	S	SS			
Pendidikan	P-6	15	35	24	16	10	2.71	3.59	

	P-7	8	11	10	30	4	3.85	Sangat Tinggi
	P-8	9	9	10	39	33	3.78	
	P-9	8	11	9	32	40	3.85	
	P-10	9	9	11	36	35	3.78	

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui data dari 100 responden menunjukkan hasil sebagai berikut :

1. Pernyataan P6, kebanyakan responden menjawab tidak setuju bahwa program siaran BlackNigth (sejarah band rock terkenal) di MGSTV dapat memberikan pengetahuan baru terhadap band rock dunia.
2. Pernyataan P7, kebanyakan responden menjawab setuju bahwa program siaran Tentang Wanita (kisah tentang perempuan pekerja kasar) di MGSTV dapat mengedukasi sehingga mampu membangun potensi yang di miliki perempuan.
3. Pernyataan P8, kebanyakan responden menjawab setuju bahwa program siaran Buka Usaha di MGSTV dapat memberikan pengetahuan atau ide-ide dalam membuka usaha.
4. Pernyataan P9, kebanyakan responden menjawab sangat setuju bahwa program siaran 1001 (tentang menceritakan sejarah budaya dan kearifan loka) di MGSTV dapat memberikan pengetahuan baru terhadap budaya dan kearifan lokal yang ada.
5. Pernyataan P10, kebanyakan responden menjawab setuju bahwa program siaran Tausyiah (ceramah islam) di MGSTV dapat memberikan pengetahuan baru terhadap sejarah islam.

Hasil dari tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa siaran MGSTV sebagai sarana pendidikan diterima baik oleh masyarakat Kota Sukabumi dengan perolehan nilai rata-rata 3.59 dengan kriteria sangat tinggi.

3. Fungsi Siaran Sebagai Hiburan

Fungsi siaran televisi sebagai hiburan adalah banyaknya khalayak yang menonton televisi hanya untuk mendapatkan hiburan bahkan fungsi siaran televisi yang paling utama bagi khalayak yaitu hiburan. Televisi sebagai hiburan melalui berbagai macam program yang ditayangkan oleh televisi seperti drama, tarian, kesenian, sastra, musik,

film, komedi, dan olahraga atau semua siaran yang membuat khalayak memperoleh hiburan yang dikehendaknya.

Tabel 4.4 Deskripsi Data Responden Terhadap Indikator Hiburan

Indikator	Pernyataan	Frekuensi						Rataan P.X ₂ Nilai	Rata- Rata	Ket.
		STS	TS	KS	S	SS				
Hiburan	P-11	9	17	7	33	34	3.66	3.51	Sangat Tinggi	
	P-12	12	7	12	37	32	2.7			
	P-13	10	37	20	17	16	3.92			
	P-14	7	12	9	41	31	3.77			

Sumber: Data Primer, 2022

Tabel 4.3 diketahui data dari 100 responden menunjukkan hasil sebagai berikut :

1. Pernyataan P11, kebanyakan responden menjawab sangat setuju bahwa siaran MGSTV memberikan tayangan hiburan musik.
2. Pernyataan P12, kebanyakan responden menjawab setuju bahwa Dalam program siaran catatan 1001 di MGSTV, mengandung unsur komedi yang dapat menghibur anda.
3. Pernyataan P13, kebanyakan responden menjawab tidak setuju bahwa Dalam program siaran Ug Talk di MGSTV, anda terhibur dengan kemasan yang disajikan.
4. Pernyataan P14, kebanyakan responden menjawab setuju bahwa Dalam program siaran Cahaya Hikmah di MGSTV, penyajian acaranya ada unsur komedi yang dapat menghibur anda.

Hasil dari tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa siaran MGSTV sebagai sarana hiburan diterima baik oleh masyarakat Kota Sukabumi dengan perolehan nilai rata-rata sebesar 3.51 dengan kriteria sangat tinggi.

4. Fungsi Siaran Sebagai Kontrol Sosial

Fungsi terakhir siaran televisi sebagai kontrol sosial adalah Fungsi kontrol sosial yang terbagi atas dua yaitu kontrol peringatan dan kontrol instrumental. Kontrol peringatan terjadi siaran televisi menginformasikan tentang ancaman dari bencana atau isu-isu seperti bencana alam atau serangan militer. Kontrol instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang berguna dan membantu khalayak dalam kehidupan sehari-harinya.

Tabel 4.5 Deskripsi Data Responden Terhadap Indikator Kontrol Sosial

Indikator	Pernyataan	Frekuensi						Rata-Rata	Ket.
		STS	TS	KS	S	SS	Rataan P.X ₂ Nilai		
Kontrol Sosial	P-15	7	12	10	34	37	3.82	3.8	Sangat Tinggi
	P-16	6	12	10	38	34	3.82		
	P-17	6	11	11	33	39	3.88		
	P-18	7	12	10	39	32	3.77		
	P-19	9	11	9	34	36	3.8		
	P-20	6	11	11	34	38	3.87		
	P-21	9	12	13	32	34	3.7		

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 4.4 diketahui data dari 100 responden menunjukkan hasil sebagai berikut :

1. Pernyataan P15, kebanyakan responden menjawab sangat setuju bahwa siaran MGSTV memberikan informasi tentang kegiatan politik.
2. Pernyataan P16, kebanyakan responden menjawab setuju bahwa siaran MGSTV memberikan informasi sebuah peringatan bencana alam, seperti angin topan, banjir dan lain sebagainya.
3. Pernyataan P17, kebanyakan responden menjawab sangat setuju bahwa siaran MGSTV memberikan informasi sebuah peringatan tentang lalu lintas, seperti akan terjadinya razia gabungan atau kemacetan lalu lintas yang akan terjadi, dan lainnya.

4. Pernyataan P18, kebanyakan responden menjawab setuju bahwa siaran MGSTTV memberikan informasi sebuah peringatan tentang kejahatan, seperti begal sehingga mengharuskan kita untuk berhati-hati dalam berkendara dan kejahatan lainnya.
5. Pernyataan P19, kebanyakan responden menjawab sangat setuju bahwa siaran MGSTV memberikan informasi yang berguna dalam peristiwa yang terjadi di kota seperti kenaikan harga bahan pokok di pasar induk dan lain sebagainya.
6. Pernyataan P20, kebanyakan responden menjawab sangat setuju bahwa siaran MGSTV memberikan informasi yang berguna dalam peristiwa yang terjadi di desa, seperti jalan di desa banyak yang berlubang, petani gagal panen dan lain sebagainya.
7. Pernyataan P21, kebanyakan responden menjawab sangat setuju bahwa setelah menonton siaran di MGSTV, anda mendapatkan informasi yang dapat membantu dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil dari tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa siaran MGSTV sebagai sarana kontrol sosial diterima baik oleh masyarakat Kota Sukabumi dengan perolehan nilai rata-rata sebesar 3.8 dengan kriteria sangat tinggi.

4.2.3 Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi Terhadap Siaran MGSTV (Y)

Menurut Joseph A. Devito (2011:80), Persepsi adalah proses yang membuat kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus atau rangsangan yang mempengaruhi indera kita. Persepsi menurut Sarlito *dalam* Ugi Nugraha (2015:4) mengatakan Persepsi berlangsung saat menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk ke dalam otak. Kesimpulan dari definisi diatas adalah Persepsi pada hakikatnya proses kognitif yang dialami oleh setiap orang didalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat pengelihatn, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman (Effendy & Sunarsi, 2020:3).

Menurut Bimo Walgito *dalam* (Hardini, 2017:2), menjelaskan bahwa pandangan atau persepsi mengandung 3 komponen yang membentuk struktur sikap, yaitu: Kognitif (komponen perseptual), yaitu komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan, yang berhubungan dengan bagaimana seseorang mempersepsi

terhadap obyek sikap. Afektif (komponen emosional), yaitu komponen yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap objek sikap. Rasa senang merupakan hal yang positif, sedangkan rasa tidak senang merupakan hal yang negatif. Konatif (komponen perilaku atau action component), adalah komponen yang berhubungan dengan kecenderungan seseorang untuk bertindak atau berperilaku terhadap objek sikap. Komponen ini menunjukkan intensitas sikap, yaitu menunjukkan besar kecilnya kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap objek sikap.

1. Kognitif

Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya, dalam efek kognitif ini akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif, melalui media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang, atau tempat yang belum pernah kita kunjungi secara langsung.

Tabel 4.6 Deskripsi Data Responden Terhadap Indikator Kognitif

Indikator	Pernyataan	Frekuensi					Rataan P.Y Nilai	Rata-Rata	Ket.
		STS	TS	KS	S	SS			
Kognitif	P-1	7	13	5	25	50	3.98	3.87	Sangat Tinggi
	P-2	6	9	14	38	33	3.83		
	P-3	7	11	10	28	44	3.91		
	P-4	6	13	6	50	25	3.75		
	P-5	8	9	8	33	42	3.92		

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui data dari 100 responden menunjukkan hasil sebagai berikut :

1. Pernyataan P1, kebanyakan responden menjawab sangat setuju bahwa Setelah menonton program siaran di MGSTV, Anda mendapatkan informasi yang cukup.
2. Pernyataan P2, kebanyakan responden menjawab setuju bahwa Setelah menonton program siaran di MGSTV, informasi yang di tayangkan sangat bermanfaat bagi Anda.
3. Pernyataan P3, kebanyakan responden menjawab sangat setuju bahwa Setelah menonton program siaran di MGSTV, informasi yang disajikan memberikan ide-ide baru bagi Anda dalam berkereasi.
4. Pernyataan P4, kebanyakan responden menjawab setuju bahwa Setelah menonton program siaran di MGSTV, informasi yang disajikan membuat Anda menjadi banyak tahu tentang berita dan peristiwa yang ada di masyarakat lokal.
5. Pernyataan P5, kebanyakan responden menjawab sangat setuju bahwa Setelah menonton program siaran di MGSTV, informasi yang disajikan memberikan Anda pengetahuan baru tentang kearifan dan budaya lokal yang ada.

Hasil dari tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa efek kognitif dalam siaran MGSTV kepada responden mendapatkan informasi yang cukup, memberikan ide-ide baru dalam berkreasi, menjadi banyak tahu tentang berita dan peristiwa yang ada di masyarakat lokal, dan mendapat pengetahuan baru tentang kearifan dan budaya lokal yang ada, di lihat dari perolehan nilai rata-rata sebesar 3.87 dengan kriteria sangat tinggi.

2. Afektif

Efek Afektif ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif adalah tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu setelah mengetahui informasi yang diterimanya khalayak diharapkan merasakannya. Efek afektif ini salah satu efek yang komunikanya mendapatkan pesan yang dirasakan bukan hanya sekedar informasi.

Tabel 4.7 Deskripsi Data Responden Terhadap Indikator Afektif

Indikator	Pernyataan	Frekuensi						Rataan P.Y Nilai	Rata- Rata	Ket.
		STS	TS	KS	S	SS				
Afektif	P-6	16	12	7	43	32	3.83	3.86	Sangat Tinggi	
	P-7	7	10	9	31	43	3.93			
	P-8	7	10	9	40	34	3.84			
	P-9	6	12	9	32	41	3.9			
	P-10	7	9	9	39	36	3.88			
	P-11	8	11	6	35	40	3.88			
	P-12	7	12	7	45	29	3.77			

Sumber: Data Primer, 2022

Hasil Tabel 4.6 diketahui data dari 100 responden menunjukkan hasil sebagai berikut :

1. Pernyataan P6, kebanyakan responden menjawab setuju bahwa Setelah menonton program siaran di MGSTV, menjadi merasa simpati atau peduli terhadap beberapa informasi yang disampaikan.
2. Pernyataan P7, kebanyakan responden menjawab sangat setuju bahwa Setelah menonton program siaran di MGSTV, menyukai kemasan informasi yang di sajikan.
3. Pernyataan P8, kebanyakan responden menjawab setuju bahwa Setelah menonton program siaran di MGSTV, menyukai dengan tayangan-tayangan yang disajikan.
4. Pernyataan P9, kebanyakan responden menjawab sangat setuju bahwa Setelah menonton program siaran di MGSTV, menjadi ingin tahu lebih banyak terhadap beberapa tayangan yang disajikan.
5. Pernyataan P10, kebanyakan responden menjawab setuju bahwa Setelah menonton program siaran di MGSTV, ingin menunggu tayangan terbaru lainnya yang akan disajikan.

6. Pernyataan P11, kebanyakan responden menjawab sangat setuju bahwa Setelah menonton program siaran di MGSTV, selalu memberikan komentar atau pendapat terhadap tayangan yang disajikan.
7. Pernyataan P12, kebanyakan responden menjawab setuju bahwa Setelah menonton program siaran di MGSTV, puas dan tertarik untuk melakukan sesuatu dengan tayangan-tayangam yang telah disajikan.

Hasil dari tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa efek afektif dalam siaran MGSTV kepada responden menjadi merasa simpati atau peduli terhadap beberapa informasi yang disampaikan, menyukai kemasan informasi yang di sajikan, menyukai dengan tayangan-tayangan yang disajikan, menjadi ingin tahu lebih banyak terhadap beberapa tayangan yang disajikan, dan puas dan tertarik untuk melakukan sesuatu dengan tayangan-tayangam yang telah disajikan. Hasil perolehan nilai rata-rata efek afektif yaitu sebesar 3.86 dengan kriteria sangat tinggi.

3. Konatif

Efek konatif (behavioral) merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan. Adegan kekerasan dalam televisi atau film akan mengakibatkan orang menjadi beringas, Namun semua informasi dari berbagai media itu tidak mempunyai efek yang sama.

Tabel 4.8 Deskripsi Data Responden Terhadap Indikator Konatif

Indikator	Pernyataan	Frekuensi						Rata-Rata	Ket.
		STS	TS	KS	S	SS	Rataan P.Y Nilai		
Konatif	P-13	9	10	6	27	48	3.95	3.91	Sangat Tinggi
	P-14	7	7	9	41	36	3.92		
	P-15	7	10	8	39	36	3.87		
	P-16	5	10	9	39	37	3.93		
	P-17	6	11	7	32	44	3.97		
	P-18	8	9	8	42	33	3.83		

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 4.7 diketahui data dari 100 responden menunjukkan hasil sebagai berikut :

1. Pernyataan P13, kebanyakan responden menjawab sangat setuju bahwa Setelah menonton program siaran di MGSTV, ingin mencoba hal-hal baru.
2. Pernyataan P14, kebanyakan responden menjawab setuju bahwa Setelah menonton program siaran di MGSTV, ingin ikut bertanggung jawab terhadap potensi alam yang ada di lingkungan anda.
3. Pernyataan P15, kebanyakan responden menjawab setuju bahwa Setelah menonton program di MGSTV, ingin ikut bertanggung jawab atas keberlangsungan kebudayaan serta kearifan lokal.
4. Pernyataan P16, kebanyakan responden menjawab setuju bahwa Setelah menonton program di MGSTV, terpikir ingin membuka usaha kecil-kecilan.
5. Pernyataan P17, kebanyakan responden menjawab sangat setuju bahwa Setelah menonton program siaran di MGSTV, ingin menjadi orang yang berhati-hati dalam melakukan sesuatu.
6. Pernyataan P18, kebanyakan responden menjawab setuju bahwa Setelah menonton program siaran di MGSTV, ingin mengedukasi teman-teman anda untuk menonton program siaran yang ada di MGSTV.

Hasil dari tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa efek konatif setelah menonton siaran MGSTV, responden ingin mencoba hal-hal baru, ingin ikut bertanggung jawab terhadap potensi alam yang ada di lingkungan sekitar, ingin ikut bertanggung jawab atas keberlangsungan kebudayaan serta kearifan lokal, terpikir ingin membuka usaha kecil-kecilan dan ingin mengedukasi teman-teman untuk menonton program siaran yang ada di MGSTV. Hasil perolehan nilai rata-rata efek konatif adalah sebesar 3.91 dengan kriteria sangat tinggi.

4.3 Pengujian Hipotesis

Peneliti akan membahas hasil penelitian yang telah disajikan dalam bentuk data deskriptif statistik pada sub bab sebelumnya ke dalam pembahasan uji korelasi sebagaimana yang menjadi tujuan dari penelitian ini. Penelitian ini menggunakan

rumus uji korelasi Rank Spearman (r_s) untuk mengetahui hubungan antara variabel X dan variabel Y. Pengolahan data menggunakan SPSS versi 25.0 *for windows*.

4.3.1 Hubungan Antar Siaran MGSTV (X) dengan Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi (Y).

Variabel siaran MGSTV (X) merupakan salah satu variable dalam penelitian, dalam variable ini terdapat beberapa indikator diantaranya adalah Informasi, Pendidikan, Hiburan, dan Kontrol Sosial dan Sementara itu variable terikat dalam penelitian ini adalah kognitif, afektif, dan konatif (Y). Berikut ini merupakan hasil perhitungan mengenai hubungan antara variable Siaran MGSTV (X) dengan Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi (Y). Hasil perhitungan tersebut disajikan dalam Tabel berikut ini:

Tabel 4.9 Hasil Pengujian Terhadap Nilai Hubungan Siaran MGSTV (X) Dengan Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi (Y)

Siaran MGSTV (X)			Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi (Y)		
			Y1.1	Y1.2	Y1.3
			Kognitif	Afektif	konatif
X2.1	Spearman's rho	Informasi	.720**	.780**	.739**
X2.2	Spearman's rho	Pendidikan	.829**	.788**	.763**
X2.3	Spearman's rho	Hiburan	.768**	.712**	.640**
X2.4	Spearman's rho	Kontrol Sosial	.743**	.803**	.769**

Sumber: Data Primer 2022

A. Hubungan Indikator Informasi (X1.1) dengan Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi (Y).

Fungsi siaran televisi sebagai sumber informasi karena televisi mampu menyiarkan informasi yang dapat memuaskan khalayak, Misalnya khalayak mengakses program siaran televisi karena memerlukan informasi mengenai berbagai hal, seperti peristiwa

yang terjadi, informasi yang dekat dengan khalayak, informasi-informasi terkini atau yang hangat, informasi sesuai keinginan khalayak, isi informasi mudah untuk dipahami dan lain sebagainya.

Pengujian antara indikator Informasi dengan persepsi masyarakat Kota Sukabumi dilakukan dengan Uji Rank Spearman karena Indikator Informasi merupakan indikator yang diukur dengan skala ordinal. Tabel 4.8, hasil uji antara variabel siaran MGSTV pada indikator Informasi dengan variabel Persepsi pada indikator Kognitif memiliki nilai korelasi 0,720 yang artinya, terdapat hubungan yang nyata dan signifikan antara indikator Informasi dengan Kognitif. Hubungan tersebut bersifat positif karena memiliki nilai korelasi 0,720, Maka dapat disimpulkan jika dalam indikator Informasi semakin melihsatkan bahwa program siaran MGSTV memberikan informasi yang jelas, terkini, dan dapat di pahami, Dengan ini masyarakat Kota Sukabumi mengetahui tentang informasi-informasi lokal yang sedang terjadi.

Hasil uji hubungan indikator Informasi dengan variabel persepsi pada indikator afektif memiliki nilai korelasi 0,780 yang artinya terdapat hubungan yang nyata dan signifikan antara indikator Informasi dengan afektif, Maka dapat disimpulkan bahwa indikator Informasi dalam siaran MGSTV mempengaruhi persepsi masyarakat Kota Sukabumi terhadap sifat Afektif dalam suatu program siaran yang ada di MGSTV, seperti program siaran berita hujan deras disertai angin kencang yang menyebabkan sebagian masyarakat bogor terkena dampaknya. Masyarakat kota sukabumi yang menonton berita tersebut di MGSTV merasakan simpati terhadap peristiwa yang sedang terjadi.

Uji hubungan antara variabel indikator informasi dengan variabel persepsi pada indikator konatif memiliki nilai korelasi 0,739 yang artinya terdapat hubungan yang nyata dan signifikan antara indikator Informasi dengan konatif. Hubungan tersebut bersifat positif karena memiliki nilai korelasi 0,739, dapat disimpulkan jika dalam indikator Informasi semakin melihsatkan bahwa siaran informasi di MGSTV sangat diterima baik oleh masyarakat Kota Sukabumi seperti informasi kenaikan harga bahan pokok yang menyebabkan masyarakat harus lebih menghemat dalam menggunakan bahan pokok dari yang sebelumnya.

B. Hubungan Indikator Pendidikan (X1.2) dengan Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi (Y).

Fungsi siaran televisi sebagai pendidikan merupakan media massa televisi sebagai sarana yang ampuh untuk menyiarkan acara yang memberikan pendidikan pada khalayak yang jumlahnya begitu banyak, sesuai dengan makna pendidikan yakni pengetahuan dan penalaran masyarakat, televisi menyiarkan acara-acara tertentu secara implikasi mengandung pendidikan seperti film, kuis dan lain sebagainya yang disebut dengan Education Television (ETV), yaitu acara pendidikan yang disisipkan dalam siaran yang bersifat umum.

Hasil pengujian antara indikator Pendidikan dengan persepsi masyarakat Kota Sukabumi dilakukan dengan Uji Rank Spearman karena Indikator Pendidikan merupakan indikator yang diukur dengan skala ordinal. Berdasarkan pada tabel 4.8, hasil uji antara variabel siaran MGSTV pada indikator Pendidikan dengan variabel Persepsi pada indikator Kognitif memiliki nilai korelasi 0,829 yang artinya terdapat hubungan yang nyata dan signifikan antara indikator Pendidikan dengan Kognitif. Hubungan tersebut bersifat positif karena memiliki nilai korelasi 0,829. Kesimpulannya jika dalam indikator Pendidikan Education Television (ETV) semakin melihat bahwa program siaran MGSTV memberikan pengetahuan dan wawasan dalam program siarannya. Masyarakat Kota Sukabumi sebagai penonton MGSTV mengetahui tentang informasi-informasi lokal yang bersifat Education Television (ETV).

Hasil pengujian antara indikator Pendidikan dengan persepsi masyarakat Kota Sukabumi dilakukan dengan Uji Rank Spearman karena Indikator Pendidikan merupakan indikator yang diukur dengan skala ordinal. Hasil dari tabel 4.8, Pada Uji hubungan indikator Pendidikan dengan variabel persepsi pada indikator afektif memiliki nilai korelasi 0,788 yang artinya terdapat hubungan yang nyata dan signifikan antara indikator Pendidikan dengan afektif. Hubungan tersebut bersifat positif karena memiliki nilai korelasi 0,788, dapat disimpulkan bahwa indikator Pendidikan dalam siaran MGSTV mempengaruhi persepsi masyarakat Kota Sukabumi terhadap sifat Afektif dalam suatu program siaran yang ada di MGSTV seperti program siaran Buka

Usaha atau yang menayangkan siaran program yang berisi tentang kearifan lokal yang membuat masyarakat Kota Sukabumi sebagai penonton siaran tersebut termotivasi dan mendapatkan ide-ide baru dalam membuka usaha sesuai keinginan serta mendapatkan informasi tentang kearifan lokal.

Uji hubungan antara variabel indikator Pendidikan dengan variabel persepsi pada indikator konatif memiliki nilai korelasi 0,763 yang artinya terdapat hubungan yang nyata dan signifikan antara indikator Hiburan dengan konatif. Hubungan tersebut bersifat positif karena memiliki nilai korelasi 0,763, dapat disimpulkan jika dalam indikator Pendidikan semakin melihat bahwa siaran Pendidikan di MGSTV sangat diterima baik oleh masyarakat Kota Sukabumi sebagai penonton MGSTV, yang dimana masyarakat ikut bertanggung jawab terhadap kebudayaan serta kearifan lokal bahkan terpikir ingin membukan usaha kecil-kecilan untuk menambah penghasilan.

C. Hubungan Indikator Hiburan (X1.3) dengan Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi (Y).

Fungsi siaran televisi sebagai hiburan adalah khalayak menonton televisi hanya untuk mendapatkan hiburan bahkan fungsi siaran televisi yang paling utama bagi khalayak yaitu hiburan dengan berbagai macam program yang ditayangkan oleh televisi seperti drama, tarian, kesenian, sastra, musik, film, komedi, dan olahraga atau semua siaran yang membuat khalayak memperoleh hiburan yang dikehendakinya.

Hasil pengujian antara indikator Hiburan dengan persepsi masyarakat Kota Sukabumi dilakukan dengan Uji Rank Spearman karena Indikator hiburan merupakan indikator yang diukur dengan skala ordinal. Tabel 4.8, hasil uji antara variabel siaran MGSTV pada indikator Hiburan dengan variabel Persepsi pada indikator Kognitif memiliki nilai korelasi 0,768 yang artinya terdapat hubungan yang nyata dan signifikan antara indikator Hiburan dengan Kognitif. Hubungan tersebut bersifat positif karena memiliki nilai korelasi 0,768, dapat disimpulkan jika dalam indikator Hiburan semakin melihat bahwa program siaran MGSTV memberikan hiburan dalam program siarannya. Masyarakat Kota Sukabumi sebagai penonton MSTV mendapat hiburan dalam tayangan-tayangan yang disajikan oleh MGSTV.

Berdasarkan pada tabel 4.8, pada Uji hubungan indikator Hiburan dengan variabel persepsi pada indikator afektif memiliki nilai korelasi 0,712 yang artinya terdapat hubungan yang nyata dan signifikan antara indikator Hiburan dengan afektif. Hubungan tersebut bersifat positif karena memiliki nilai korelasi 0,712, dapat disimpulkan bahwa indikator Hiburan dalam siaran MGSTV mempengaruhi persepsi masyarakat Kota Sukabumi terhadap sifat Afektif dalam suatu program siaran yang ada di MGSTV seperti program siaran yang mengandung komedi, yang membuat masyarakat Kota Sukabumi merasa senang ketika menonton tayangan tersebut.

Pengujian antara indikator Hiburan dengan persepsi masyarakat Kota Sukabumi dilakukan dengan Uji Rank Spearman karena Indikator Informasi merupakan indikator yang diukur dengan skala ordinal. Hasil dari tabel 4.8, hasil uji antara variabel indikator Informasi dengan variabel Persepsi pada indikator Kognitif memiliki nilai korelasi 0,640 yang artinya terdapat hubungan yang nyata dan signifikan antara indikator Hiburan dengan Kognitif. Hubungan tersebut bersifat positif karena memiliki nilai korelasi 0,640, dapat disimpulkan jika dalam indikator Hiburan semakin melihat bahwa siaran hiburan di MGSTV sangat diterima baik kepada masyarakat Kota Sukabumi, yang dimana masyarakat ingin mengedukasi orang terdekat untuk menonton program siaran hiburan yang ada di MGSTV.

D. Hubungan Indikator Kontrol Sosial (X1.4) dengan Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi (Y).

Fungsi terakhir siaran televisi sebagai kontrol sosial adalah Fungsi kontrol sosial terbagi atas dua yaitu kontrol peringatan dan kontrol instrumental. Kontrol peringatan terjadi siaran televisi menginformasikan tentang ancaman dari bencana atau isu-isu seperti bencana alam atau serangan militer. Kontrol instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang berguna dan membantu khalayak dalam kehidupan sehari-harinya.

Pengujian antara indikator Kontrol Sosial dengan persepsi masyarakat Kota Sukabumi dilakukan dengan Uji Rank Spearman karena Indikator Kontrol Sosial merupakan indikator yang diukur dengan skala ordinal. Tabel 4.8, hasil uji antara variabel siaran MGSTV pada indikator Kontrol Sosial dengan variabel Persepsi pada

indikator Kognitif memiliki nilai korelasi 0,743 yang artinya terdapat hubungan yang nyata dan signifikan antara indikator Kontrol Sosial dengan Kognitif. Hubungan tersebut bersifat positif karena memiliki nilai korelasi 0,743, maka dapat disimpulkan jika dalam indikator Kontrol Sosial semakin melihatkan bahwa program siaran MGSTV memberikan peringatan yang menginformasikan tentang acaman dari bencana atau isu-isu seperti bencana alam atau serangan militer dalam program siarannya, masyarakat Kota Sukabumi menerima informasi mengenai tayangan-tayangan sebuah peringatan yang disajikan oleh MGSTV.

Uji hubungan indikator Kontrol Sosial dengan variabel persepsi pada indikator afektif memiliki nilai korelasi 0,803 yang artinya terdapat hubungan yang nyata dan signifikan antara indikator Hiburan dengan afektif. Hubungan tersebut bersifat positif karena memiliki nilai korelasi 0,803, dapat disimpulkan bahwa indikator Kontrol Sosial dalam siaran MGSTV mempengaruhi persepsi masyarakat Kota Sukabumi terhadap sifat Afektif dalam suatu program siaran yang ada di MGSTV seperti program siaran yang mengandung informasi peringatan atau kegiatan politik, sehingga masyarakat Kota Sukabumi merasa tertarik untuk menonton tayangan-tayangan seperti tayangan kegiatan politik, peringatan bencana alam, kejahatan terjadi (begal), adanya razia gabungan dan seperti kondisi jalan yang berada di desa maupun di kota.

Pengujian antara indikator Kontrol Sosial dengan persepsi masyarakat Kota Sukabumi dilakukan dengan Uji Rank Spearman karena Indikator Kontrol Sosial merupakan indikator yang diukur dengan skala ordinal. Berdasarkan pada tabel 4.8, hasil uji antara variabel indikator Kontrol Sosial dengan variabel Persepsi pada indikator Kognitif memiliki nilai korelasi 0,769 yang artinya terdapat hubungan yang nyata dan signifikan antara indikator Kontrol Sosial dengan Kognitif. Hubungan tersebut bersifat positif karena memiliki nilai korelasi 0,769, dapat disimpulkan jika dalam indikator Kontrol Sosial semakin melihatkan bahwa siaran peringatan seperti bencana alam di MGSTV diterima baik kepada masyarakat Kota Sukabumi. Masyarakat dalam hal ini ikut berpartisipasi ketika terjadinya bencana alam sedang terjadi atau antisipasi terhadap peristiwa yang akan terjadi di desa atau di kota sukabumi.

4.4 Hasil Uji Hipotesis

Siaran MGSTV (X) merupakan salah satu variabel dalam penelitian, dalam variable ini terdapat beberapa indikator diantaranya adalah Informasi, Pendidikan, Hiburan dan Kontrol Sosial, Sementara itu variabel terikat dalam penelitian ini adalah Pesepsi Masyarakat Kota Sukabumi (Y), dalam variable ini terdapat beberapa indikator diantaranya adalah kognitif, afektif, dan konatif. Berikut ini merupakan hasil perhitungan mengenai hubungan antara Siaran MGSTV (X) dengan Pesepsi Masyarakat Kota Sukabumi (Y). Hasil perhitungan uji korelasi tersebut disajikan pada Tabel 4.9:

Tabel 4.10 Hasil Uji Korelasi Variabel X dan Y
Correlations

		SIARAN MGSTV	PERSEPSI MASYARAKA T KOTA SUKABUMI
Spearman's rho	SIARAN MGSTV	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	100
PERSEPSI MASYARAKAT KOTA SUKABUMI		Correlation Coefficient	.842**
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data Primer 2022

Tabel 4.11 Kriteria Derajat Keeratan koefisien korelasi

Koefisien Korelasi	Tingkat Keeratan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2014:250)

Tabel 4.9 tersebut menjelaskan bahwa hubungan antara variabel bebas Siaran MGSTV (X) dengan dengan variabel terikat Pesepsi Masyarakat Kota Sukabumi (Y) adalah sebesar 0.842. Menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel bernilai sangat kuat, karena berada pada interval korelasi 0.80 – 1.000 seperti yang dicantumkan pada tabel pedoman interpretasi koefisien korelasi.

Korelasi juga menunjukkan angka yang positif, artinya korelasi menunjukkan arah yang sama pada hubungan antara variabel, artinya jika variabel 1 sermakin besar, maka variabel 2 akan semakin besar pula. Signifikansi hubungan dua variabel tersebut sebesar 0.000. Angka probabilitas antar variabel tersebut lebih kecil dari 0.005, sehingga bisa dikatakan bahwa hubungan antara kedua variabel dinilai signifikan, dengan hasil yang dijabarkan tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat hubungan dari siaran MGSTV terhadap persepsi Masyarakat Kota Sukabumi.

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian dengan Teori Berlo

Teori komunikasi yang digunakan adalah teori komunikasi model David K. Berlo. Model komunikasi Berlo dikenal dengan model SMCR yaitu kepanjangan dari Source (sumber), Message (pesan), Channel (Saluran), dan Receiver (penerima). Dalam penelitian ini penulis mengfokuskan pada sumber sebagai pengirim pesan yaitu MGSTV kepada penerimanya dalam hal ini yaitu masyarakat kota Sukabumi.

Model komunikasi berlo ini bersifat interpersonal yang dikenal dengan model SMCR (Source, Message, Channel, Receiver). Pada model SMCR, Sumber (Source) diasumsikan sebagai orang yang mempunyai informasi yang senantiasa mengirimkan informasi yang disebutnya sebagai Pesan, yaitu siaran-siaran yang ada di MGSTV kepada Penerima, yaitu Masyarakat Kota Sukabumi melalui Saluran komunikasi televisi MGSTV, sehingga menimbulkan perubahan perilaku pada Penerima sesuai dengan yang dikehendaki oleh Sumber. Model Berlo sangat mengutamakan pada pengaruh pesan terhadap perilaku Penerima, oleh karenanya orientasinya lebih kepada bagaimana pesan harus diterima oleh Penerima sesuai kehendak Sumber. Dalam penelitian ini siaran-siaran yang ada di MGSTV sudah memberikan pesan baik kepada masyarakat Kota Sukabumi.

Menurut Berlo (Mulyana, 2007: 162) mengemukakan bahwa sumber adalah pihak yang menciptakan pesan, baik seseorang ataupun suatu kelompok. Pesan adalah terjemahan gagasan ke dalam kode simbolik, seperti bahasa atau isyarat, saluran adalah medium yang membawa pesan, dan penerima adalah orang yang menjadi sasaran komunikasi. Maka penelitian ini Pesannya adalah informasi yang disampaikan oleh MGSTV melalui media massa televisi kepada masyarakat Kota Sukabumi sebagai penerima pesan tersebut.

Adapun unsur-unsur yang harus diperhatikan dalam penelitian ini yang akan menjadi dasar teori komunikasi dalam penelitian ini, antara lain:

1. S (source) dalam penelitian ini yaitu siaran televisi MGSTV sebagai sumber masyarakat Kota Sukabumi dalam mencari informasi seputar peristiwa-peristiwa yang terjadi di Sukabumi dan sekitarnya, hal ini dapat dibuktikan dari pernyataan-pernyataan yang telah peneliti buat kepada responden dengan jawaban sangat memuaskan. Siaran-siaran yang telah MGSTV berikan untuk masyarakat Kota Sukabumi sudah baik dan bermanfaat bagi masyarakat karena sudah memberikan informasi yang dekat dengan masyarakat Sukabumi.
2. M (message) dalam penelitian ini adalah siaran-siaran yang ada di MGSTV antara lain, menyajikan informasi aktual dan faktual seputar pemerintahan dan potensi yang ada di sukabumi dan sekitarnya. Memebrikan tayangan yang dapat mendidik atau menambah pengetahuan baru kepada masyarakat yaitu, pada program acara Buka Usaha yang dapat menginspirasi penonton yang ingin membuka usaha dan memberikan tayangan yang dapat menghibur masyarakat seperti, pada program acara 1001 yang dimana pembawa acaranya (host) memiliki unsur komedi yang dapat menghibur penonton, maka responden tertarik menonton siaran-siaran yang ada Di MGSTV.
3. C (channel) saluran media massa dalam penelitian ini yaitu melalui media Televisi MGSTV, sebagai saluran untuk masyarakat Kota Sukabumi mendapatkan informasi.
4. R (receiver) atau penerima dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Sukabumi sebagai penonton siaran di MGSTV.

Kesimpulan dari pernyataan diatas, maka keterkaitan hasil penelitian ini dengan teori Berlo yaitu, sumber dalam pembahasan teori ini adalah siaran-siaran di MGSTV, di mana siaran tersebut sudah cukup baik dan diterima oleh masyarakat Kota Sukabumi sebagai penerima.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dijelaskan dan dijabarkan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden penelitian ini terbagi Lima karakteristik yaitu karakteristik berdasarkan jenis kelamin, responden berdasarkan jenis kelamin berjumlah 100 orang dan paling banyak jenis kelamin perempuan 59 orang (59%) dan laki-laki 41 orang (41%). Kedua responden berdasarkan rata-rata usia yang terbagi lima kelompok yaitu, usia termuda 20 tahun dan tertua 45 tahun. Hasil dari penelitian Usia terbanyak 31-35 tahun yang berjumlah 30 orang (30%). Ketiga, responden berdasarkan jenis pekerjaan yang paling banyak menonton siaran di MGSTV yaitu Wiraswasta berjumlah sekitar 30 orang (30%). Keempat, responden berdasarkan tingkat pendidikan Pada penelitian ini dari 100 responden mayoritas pendidikan yang menonton siaran di MGSTV yaitu paling tinggi SMA/ sederajat berjumlah 67 orang (67%) dan yang kelima, responden berdasarkan tingkat pendapatan pada penelitian ini dari 100 responden mayoritas pendapatan perbulan masyarakat Kota Sukabumi yang menonton siaran MGSTV yaitu paling tinggi Rp.3.100.000-Rp.4.000.000 berjumlah 36 orang (36%).
2. Variabel siaran MGSTV (X) dapat dikatakan sudah sangat baik, hal ini terlihat dari rata-rata jumlah pada keempat indikatornya yaitu indikator informasi memiliki rata-rata jumlah sebesar 3.63 dengan keterangan rentang kriteria sangat tinggi. Indikator pendidikan memiliki rata-rata dengan jumlah sebesar 3.59 dengan keterangan rentang sangat tinggi, sedangkan indikator hiburan hasil dari penelitian 100 responden memiliki rata-rata dengan jumlah sebesar 3.51 dengan keterangan rentang kriteria sangat tinggi. Indikator yang terakhir yaitu kontrol sosial berdasarkan hasil dari penelitian 100 responden memiliki rata-rata dengan jumlah nilai sebesar 3.80 dengan keterangan rentang kriteria sangat tinggi.
3. Setelah melakukan penelitian di masyarakat Kota Sukabumi persepsi masyarakat terhadap siaran di MGSTV terdapat tiga indikator yaitu, kognitif dengan hasil

rataan sebesar 3.87 dengan keterangan rentang kriteria sangat tinggi. Indikator ini yaitu, indikator afektif berdasarkan hasil 100 responden memiliki rata-rata dengan jumlah nilai sebesar 3.86 dengan keterangan rentang kriteria sangat tinggi. Indikator konatif dengan berdasarkan hasil 100 responden memiliki rata-rata dengan jumlah nilai sebesar 3.91 dengan keterangan rentang kriteria sangat tinggi. Kesimpulan dari persepsi masyarakat Kota Sukabumi dengan tiga indikator kognitif, afektif dan konatif dapat dikatakan sangat baik, karena mayoritas responden sangat setuju.

4. Hasil dari hipotesis siaran MGSTV (X) terhadap persepsi masyarakat Kota Sukabumi (Y) menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima artinya, terdapat hubungan dari siaran MGSTV terhadap persepsi Masyarakat Kota Sukabumi.

5.2 Saran

1. Kepada pihak MGSTV, Karena MGSTV merupakan televisi lokal yang lebih banyak menayangkan siaran berita, sehingga mayoritas penontonnya lebih banyak usia dewasa dibandingkan usia remaja, Maka saran dari peneliti untuk memberikan tayangan yang beragam agar menjadi daya tarik terhadap usia remaja serta dapat bersaing dengan televisi lain serta meningkatkan kembali siaran-siaran yang mengandung tema hiburan karena dinilai masih kurang.
2. Persepsi dari masyarakat Kota Sukabumi terhadap siaran MGSTV direspon baik, hanya saja masyarakat membutuhkan tayangan yang mengutamakan kearifan lokal lebih di perbanyak lagi, memberikan informasi siaran yang bisa mengembangkan pertanian lokal, dan pengemasan siarannya lebih menarik lagi agar peminat siaran MGSTV di Sukabumi lebih banyak dari sebelumnya serta mudah untuk dipahami.
3. Peneliti selanjutnya, diharapkan menambahkan indikator-indikator yang baru yang tidak dibahas dalam penelitian ini, hal ini untuk lebih menggambarkan penelitian yang lebih rinci tentang persepsi masyarakat terhadap siaran-siaran di MGSTV.

DAFTAR PUSTAKA

- aisyah, Afrizantika, D., Ika, F., & Burhan. (2020). Definisi Siaran Televisi. *Jurnal Produksi Berita Televisi*, 1(January), 1–6.
- Akbar, P. S. (1996). *Metodelogi Penelitian Sosial*. Bumi Aksara.
- Andi, A. U. (2014). *Televisi Dan Masyarakat Pluralistik*. Prenanda.
- Andriagus, R. T. (2017). Sistem Pendukung Keputusan Untuk Menentukan Kualitas Stasiun Televisi Sebagai Konsumsi Terbaik Bagi Masyarakat Dengan Menggunakan Metode Ahp. *Jurnal Teknologi Informasi*, 1(1), 68.
<https://doi.org/10.36294/jurti.v1i1.45>
- Ardiyanti, H. (2011). Konsep Dan Regulasi Tv Lokal Dalam Kerangka Penguatan Budaya Lokal. *Politica*, 2(2), 323–340.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Artha, D. J. (2016). Pengaruh Pemilihan Tayangan Televisi Terhadap Perkembangan Sosialisasi Anak. *Edutech*, 2(1), 18–26.
- Asya, A. (2021). *Pengaruh Pemberitaan Covid-19 Pada Kanal Kesehatan Radarbogor.Id Terhadap Gaya Hidup Sehat Masyarakat Di Kota Bogor*. Universitas Pakuan.
- Bps Kota Sukabumi. (2021). *Hasil Sensus Penduduk 2020 Di Kota Sukabumi*. 04, 1–10.
- Cahyono, A. Sugeng. (2016). Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosialmasyarakat Di Indonesia. In *Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosialmasyarakat Di Indonesia* (Vol. 2, Issue 1).
<https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79/73>
- Dahlan, R. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Nazhir Terhadap Wakaf Uang. *Ziswaf: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 4(1), 1.
<https://doi.org/10.21043/ziswaf.v4i1.3028>
- Daniel, M. (2002). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Bumi Aksara.
- Deny Prio Saputro, Gilang Gusti Aji, S.I.P., M. S. (2018). Eksistensi Tv Lokal Dan Pelestarian Budaya (Studi Kasus Pada Sigi Tv Tulungagung) Abstrak

- Eksistensi Tv Lokal Dan Pelestarian Budaya. *Eksistensi Tv Lokal Dan Pelestarian Budaya (Studi Kasus Pada Sigi Tv Tulungagung)*, 104–107.
- Dwi Sadono. (2009). Perkembangan Pola Komunikasi Dalam Penyuluhan Pertanian Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 7(2), 246404.
- Effendy, A. A., & Sunarsi, D. (2020). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan Umkm Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3), 702–714.
[Http://Journal.Stiemb.Ac.Id/Index.Php/Mea/Article/View/571/248](http://Journal.Stiemb.Ac.Id/Index.Php/Mea/Article/View/571/248)
- Fahmi Weisarkurnai, B. (2017). Representasi Pesan Moral Dalam Film Rudy Habibie Karya Hanung Bramantyo (Analisis Semiotika Roland Barthes) Oleh. *Jom Fisip*, 4(1), 14.
- Fuady, I., Arifin, H., & Kuswarno, E. (2017). Factor Analysis That Effect University Student Perception In Untirta About Existence Of Region Regulation In Serang City - Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Untirta Terhadap Keberadaan Perda Syariah Di Kota Serang. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 21(1), 123770.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibie, D. K. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79. <https://doi.org/10.14710/Interaksi.7.2.79-86>
- Halik, A. (2013). *Komunikasi Massa*. 36. [Http://Repository.Uin-Alauddin.Ac.Id/338/1/Komunikasi Massa Full.Pdf](http://Repository.Uin-Alauddin.Ac.Id/338/1/Komunikasi%20Massa%20Full.Pdf)
- Haqqu, R. (2020). Era Baru Televisi Dalam Pandangan Konvergensi Media. *Rekam*, 16(1), 15–20. <https://doi.org/10.24821/Rekam.V16i1.3721>
- Hardini, N. (2017). Persepsi Guru Terhadap Pembelajaran Tematik Pada Implementasi Ktsp Sd Se- Kecamatan Bayan Kabupaten Purworejo Ditinjau Dari Aspek Kognitif. *Universitas Pgri Yogyakarta*, 1–6.
- Hasana, N. (2017). *Persepsi Masyarakat Terhadap Program Acara Ini Talkshow Di Net Tv*. Universitas Sumatera Utara.

- Heriyadi, H. (2018). Peran Teori Dalam Studi Komunikasi. *Tasamuh*, 16(1), 97–118.
<https://doi.org/10.20414/Tasamuh.V16i1.547>
- Idayanti. (2017a). Persepsi Masyarakat Terhadap Siaran Tvri Sul- Sel (Survei Masyarakat Gowa). *Makasar*, 10–110. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/6885/>
- Idayanti. (2017b). *Persepsi Masyarakat Terhadap Siaran Tvri Sul-Sel (Survei Masyarakat Goa)*. Uin Alauddin Makasar.
- Inah Ety Nur. (2015). Peran Komunikasi Dalam Interaksi Guru Dan Siswa. *Al-Ta'dib*, 8, 150–166.
- Irania, D. (2020). *Persepsi Masyarakat Kota Bogor Terhadap Pemberitaan Demonstrasi Mahasiswa Pada Portal Berita Radarbogor.id Edisi 24 September 2019*. Universitas Pakuan.
- Jayanti, F., & Arista, N. T. (2019). Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura. *Competence : Journal Of Management Studies*, 12(2), 205–223.
<https://doi.org/10.21107/Kompetensi.V12i2.4958>
- Juditha, C. (2015). *Televisi Lokal Dan Konten Kearifan Lokal (Studi Kasus Di Sindo Tv Kendari) Local Television And Local Wisdom Content (Case Study In Sindo Tv Kendari)*. 16(Juni), 49–64.
- Juliansyah, N. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Kencana.
- Khatimah, H. (2018). Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat. *Tasamuh*, 16(1), 119–138. <https://doi.org/10.20414/Tasamuh.V16i1.548>
- Kriyantono, R. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group.
- Kurniawan, D. (2018). Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 60. <https://doi.org/10.32585/Jkp.V2i1.65>
- Laksono, P. (2017). Rasialisme Media : Telaah Kritis Media Massa Di Indonesia. *Dimensi*, 10(1), 46–55.

- Masdul, M. R. (2018). Komunikasi Pembelajaran Learning Communication. *Iqra: Jurnal Ilmu Kependidikan Dan Keislaman*, 13(2), 1–9.
- Masindo, A. A. (2018). Strategi Public Relations Detikcom Dalam Meningkatkan Brand Loyalty. In *Repository Uinjkt*.
<https://Repository.Uinjkt.Ac.Id/Dspace/Handle/123456789/43880>
- Meilano, J., & Diana, S. S. (2015). Sikap Anggota Komunitas Penggemar Modifikasi Motor Terhadap Peraturan Undang - Undang. 7(2), 45–50.
- Mustika, R. (2012). Budaya Penyiaran Televisi Di Indonesia Rieka Mustika Pusat Litbangaptika Ikp , Abstraksi Pendahuluan Latar Belakang Dunia Pertelevisionan (1962- 1990). *Mustika,Rieka*, 3(1), 1–6.
- Mustofa. (2017). Pengertian Media Massa. *Walisongo.Ac.Id*, 1.
[Http://Eprints.Walisongo.Ac.Id/7085/3/Bab ii.Pdf](http://Eprints.Walisongo.Ac.Id/7085/3/Bab%20ii.Pdf)
- Namira, S., & Nuraeni, R. (2017). Fungsi Televisi Lokal Sebagai Media Pelestarian Budaya (Studi Kasus Program Acara Kandaga Di Stasiun Televisi Lokal Tvri Jawa Barat Sebagai Media Pelestarian Budaya Masyarakat Jawa Barat). *The Function Of Local Television Channel As A Medium For Cultural Preservation (With The Case Study Of Kandaga Program, A Program In Tvri West Java Which Used As A Medium To Preserve West Java Cultures)*, 4(3), 3084.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Neyfa, B. C., & Tamara, D. (1976). Special Meeting Of Council. *British Medical Journal*, 1(6001), 107–109. <https://Doi.Org/10.1136/Bmj.1.6001.107>, 107–109.
<https://Doi.Org/10.1136/Bmj.1.6001.107>
- Nida, F. L. K. (2014). Persuasi Dalam Media. *At-Tabsyir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 2(2), 76–95.
- Nina, A. (2020). Perancangan Stasiun Televisi Lokal Di Tembilahan Dengan Penerapan Prinsip Desain Richard Rogers. *Alur : Jurnal Arsitektur*, 3(2), 72–80.
<https://Doi.Org/10.54367/Alur.V3i2.800>
- Nisa, Y., & Joharudin, M. (2017). Faktor-Faktor Ekstern Yang Mempengaruhi Prestasi Belajar Mahasiswa. *Jurnal Edunomic*, 5(2), 76–88.
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan

- Penelitian. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 3(1), 90–95.
- Nursalam. (2013). Efek Media Dalam Program Acara Leptop Si Unyil Di Trans 7 Pada Siswa Sdn Kledokan. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Purba, B., & Dkk. (2020). *Ilmu Komunikasi Sebagai Pengantar* (Cetakan 1). Yayasan Kita Menulis.
- Purhantara, Wahyu. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Graha Ilmu.
- Radarsukabumi. (2020). *Mgstv Dan Megaswara Hadir Dengan Tampilan Baru*.
<https://Radarsukabumi.Com/Kota-Sukabumi/Mgstv-Dan-Megaswara-Hadir-Dengan-Tampilan-Baru/>
- Rahardja, U., Harahap, E. P., & Pratiwi, S. (2018). Pemanfaatan Mailchimp Sebagai Trend Penyebaran Informasi Di Perguruan Tinggi. *Technomedia Journal*, 2(2), 41–54. <https://Ijc.Ilearning.Co/Index.Php/Tmj/Article/View/323>
- Ramadhani Khija, Ludovick Uttoh, M. K. T. (2015). Teknik Pengambilan Sampel. *Ekp*, 13(3), 1576–1580.
- Ramdhani, W., & Ahmal, A. (2021). Televisi Lokal Riau Televisi (Rtv) Dan Kontribusinya Dalam Pelestarian Budaya Melayu Di Provinsi Riau (2001-2020). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5, 9324–9330.
<https://Www.Jptam.Org/Index.Php/Jptam/Article/View/2472%0ahttps://Www.Jptam.Org/Index.Php/Jptam/Article/Download/2472/2151>
- Rinaldi, I. (2021). *Wawancara Manager Hrd*.
- Russeffendi, E. . (2010). *Dasar-Dasar Penelitian Pendidikan Dan Bidang Non Eksakta Lainnya*. Tarsito.
- Safryani, U., Aziz, A., & Triwahyuningtyas, N. (2020). Analisis Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8(3), 319–332.
<https://Doi.Org/10.37641/Jiakes.V8i3.384>
- Sarli, Muh. Zein Abdullah, S. (1981). Analisis Model Komunikasi Karyawan Kantor Bpjs Kesehatan Dalam Penyampaian Informasi Pada Masyarakat. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.

- Sarwono, K. B., Heychael, M., Wulandari, R. A., Putriana, I., Raharjo, T., Guntarto, B., & Irwansyah. (2015). *Komunikasi Massa*. 11(1), 1–9.
- Solikah, M., & Paramitha, D. A. (2017). Jurnal Akuntansi & Ekonomi (Jae). *South African Theatre Journal*, 14(1), Ebi.
<https://doi.org/10.1080/10137548.2000.9687696>
- Sugiyono, P. D. (2013). Landasan Teori, Kerangka Berfikir Dan Pengajuan Hipotesis. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, 64.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodelogi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Sukandarrumidi. (2012). *Dasar-Dasar Penulisan Proposal Penelitian: Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*. Gadjah Mada University Press.
- Sulistyo, B. (2006). *Metode Penelitian*. Wedatama Widya Sastra.
- Suprijono, A. (2009). *Cooperative Learning Teori & Aplikasi Paikem*. Pustaka Pelajar.
- Suryadi, E. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi Dengan Pendekatan Kuantitatif*. Pt Remaja Rosdakarya.
- Suyanto, & Sutinah. (2005). *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Kencana Prenada Media Group.
- Syafitri, E. R., & Nuryono, W. (2020). Studi Kepustakaan Teori Konseling “Dialectical Behavior Therapy.” *Jurnal Bk Unesa*, 53–59.
<https://core.ac.uk/download/pdf/287304825.pdf>
- Talitha, S., Rosdiana, R., & Susilawati, R. (2019). Aktivitas Kolaborasi Dan Kemampuan Mengembangkan Gagasan Dalam Menulis Kalimat Iklan Pada Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Smpn 3 Cibinong Kabupaten Bogor. *Pedagonal : Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 3(1), 60–69.
<https://doi.org/10.33751/pedagog.v3i1.985>
- Tambunan, N. (2018). Pengaruh Komunikasi Massa Terhadap Audiens. *Jurnal Simbolika: Research And Learning In Communication Study*, 4(1), 24.
<https://doi.org/10.31289/simbolika.v4i1.1475>
- Valdiani, D. (2018). Saluran Komunikasi Massa Sebagai Penyampai Pesan

Pembangunan Bagi Masyarakat. *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana*, 1(10), 86–98. <https://doi.org/10.33751/Wahana.V1i10.655>

- Wahid, U. M., & Rizki, M. F. (2018). Upaya Komunikasi Pemasaran Terpadu Televisi Lokal Melalui Budaya Lokal. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(2), 160. <https://doi.org/10.24198/Jkk.V6i2.15821>
- Widyaningtyas, R. (2012). *Pembentukan Pengetahuan Sains Teknologi Dan Masyarakat Dalam Pandangan Pendidikan Ipa, Vol. 1. No 2. Hlmn.28.*
- Wiwik, Niluh, & Putri. (2021). Komunikasi Massa Pada Khalayak. *Niluh Wiwik Eka Putri*, 2, 110–119.
- Wulandari, S., Nuraini C, Q., & Nugroho, D. R. (2019). Pengaruh Kampanye Komunikasi Pada Gerakan “Bogoh Ka Bogor” Terhadap Perubahan Sikap Masyarakat (Studi Kasus Kecamatan Bogor Tengah). *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 3(2), 124–133. <https://doi.org/10.33751/jpsik.v3i2.1296>

SUMBER LAIN

- BPS Kota Sukabumi. (2021). *Hasil Sensus Penduduk 2020 di Kota Sukabumi. 04*, 1–10. <https://sukabumikota.bps.go.id/> [diakses pada 11 Desember 2021 pukul 17.0 WIB]
- Radarsukabumi. (2020). *MGSTV dan Megaswara Hadir Dengan Tampilan Baru.* <https://radarsukabumi.com/kota-sukabumi/mgstv-dan-megaswara-hadir-dengan-tampilan-baru/>. [diakses pada 15 Desember 2021 pukul 13.11 WIB]
- Megaswara TV. <https://mgstv.co.id/program/> [diakses pada 15 Desember 2021 pukul 14.17 WIB]

LAMPIRAN

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner



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

Kuesioner Penelitian

Dengan Hormat,

Saya Suhardi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor. Saat ini sedang melakukan penelitian tentang “Persepsi Masyarakat Terhadap Siaran MGSTV (Kasus Masyarakat Kota Sukabumi Jawa Barat)”. Saya selaku peneliti mohon kesediaan saudara/i untuk dapat meluangkan waktunya serta kerja samanya untuk mengisi kuesioner yang saya berikan, mohon agar tidak ada jawaban yang di kosongkan demi kelancaran penyusunan skripsi saya. Terima kasih atas kesediaan waktu dan partisipasi anda dalam pengisian kuesioner ini.

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Mohon diisi terlebih dahulu semua data diri Anda sesuai keadaan yang sebenarnya tentang identitas responden.
2. Berilah tanda checklist (√) pada salah satu pilihan tanggapan yang sesuai dengan pendapat Anda mengenai “Persepsi Masyarakat Terhadap Siaran MGSTV (Kasus Masyarakat Kota Sukabumi Jawa Barat)”.
3. Saya mengucapkan terima kasih atas partisipasi guna menyukkseskan penelitian ini

Karakteristik Responden

01. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

02. Usia :

20-25 Tahun 36-40 Tahun
 26-30 Tahun 41-45 Tahun
 31-35 Tahun

03. Jenis Pekerjaan :

PNS/Polri/TNI Ibu Rumah Tangga
 Petani/Buruh Lainnya.....
 Wiraswata

04. Tingkat Pendidikan :

Tidak Sekolah D-1 S-1
 SD/Sederajat D-2 S-2
 SMP/ sederajat D-3 S-3
 SMA/ sederajat D-4

05. Pendapatan Per Bulan :

< Rp.1.000.000
Rp. 2.100.000-Rp. 3.000.000
Rp. 3.100.000-Rp. 4.000.000
> Rp. 4.100.000

Variabel X: Siaran MGSTV

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Informasi						
1.	Apakah siaran MGSTV memberikan informasi yang terkini atau yang sedang terjadi saat ini?					
2.	Apakah siaran MGSTV memberikan informasi yang sesuai dengan fakta atau kebenaran informasi?					
3.	Apakah siaran MGSTV memberikan informasi yang mudah dipahami?					
4.	Apakah siaran MGSTV memberikan informasi yang dekat dengan masyarakat, seperti informasi harga bahan pokok naik dan lain sebagainya?					
5.	Apakah siaran MGSTV memberikan informasi yang sesuai dengan keinginan masyarakat?					
Pendidikan						
6.	Apakah program siaran BlackNigth (sejarah band rock terkenal) di MGSTV dapat memberikan pengetahuan baru terhadap band rock dunia?					
7.	Apakah program siaran Tentang Wanita (kisah tentang perempuan pekerja kasar) di MGSTV dapat					

	mengedukasi sehingga mampu membangun potensi yang di milikin perempuan?					
8.	Apakah program siaran Buka Usaha di MGSTV dapat memberikan pengetahuan atau ide-ide dalam membuka usaha?					
9.	Apakah program siaran 1001 (tentang menceritakan sejarah budaya dan kearifan loka) di MGSTV dapat memberikan pengetahuan baru terhadap budaya dan kearifan lokal yang ada?					
10.	Apakah program siaran Tausyiah (cerama islam) di MGSTV dapat memberikan pengetahuan baru terhadap sejarah islam?					
Hiburan						
11.	Apakah siaran MGSTV memberikan tayangan hiburan musik?					
12.	Dalam program siaran catatan 1001 di MGSTV, Apakah mengandung unsur komedi yang dapat menghibur anda?					
13.	Dalam program siaran Ug Talk di MGSTV, Apakah anda terhibur dengan kemasan yang disajikan?					
14.	Dalam program siaran Cahaya Hikmah di MGSTV, apakah					

	penyajian acaranya ada unsur komedi yang dapat menghibur anda?					
Kontrol Sosial						
15.	Apakah siaran MGSTV memberikan informasi tentang kegiatan politik?					
16.	Apakah siaran MGSTV memberikan informasi sebuah peringatan seperti bencana alam seperti angin topan, banjir dan lain sebagainya?					
17.	Apakah siaran MGSTV memberikan informasi sebuah peringatan tentang lalu lintas, seperti akan terjadinya razia gabungan atau kemacetan lalu lintas yang akan terjadi, dan lainnya?					
18.	Apakah siaran MGSTTV memberikan informasi sebuah peringatan tentang kejahatan, seperti begal sehingga mengharuskan kita untuk berhati-hati dalam berkendara dan kejahatan lainnya?					
19	Apakah siaran MGSTV memberikan informasi yang berguna dalam peristiwa yang terjadi di kota seperti kenaikan harga bahan pokok di pasar induk dan lain sebagainya?					
20.	Apakah siaran MGSTV memberikan informasi yang berguna dalam peristiwa yang terjadi di desa, seperti jalan di desa banyak yang berlubang,					

	petani gagal panen dan lain sebagainya?					
21.	Apakah setelah menonton siaran di MGSTV, anda mendapatkan informasi yang dapat membantu dalam kehidupan sehari-hari?					

Variabel Y: Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi Terhadap Siaran MGSTV

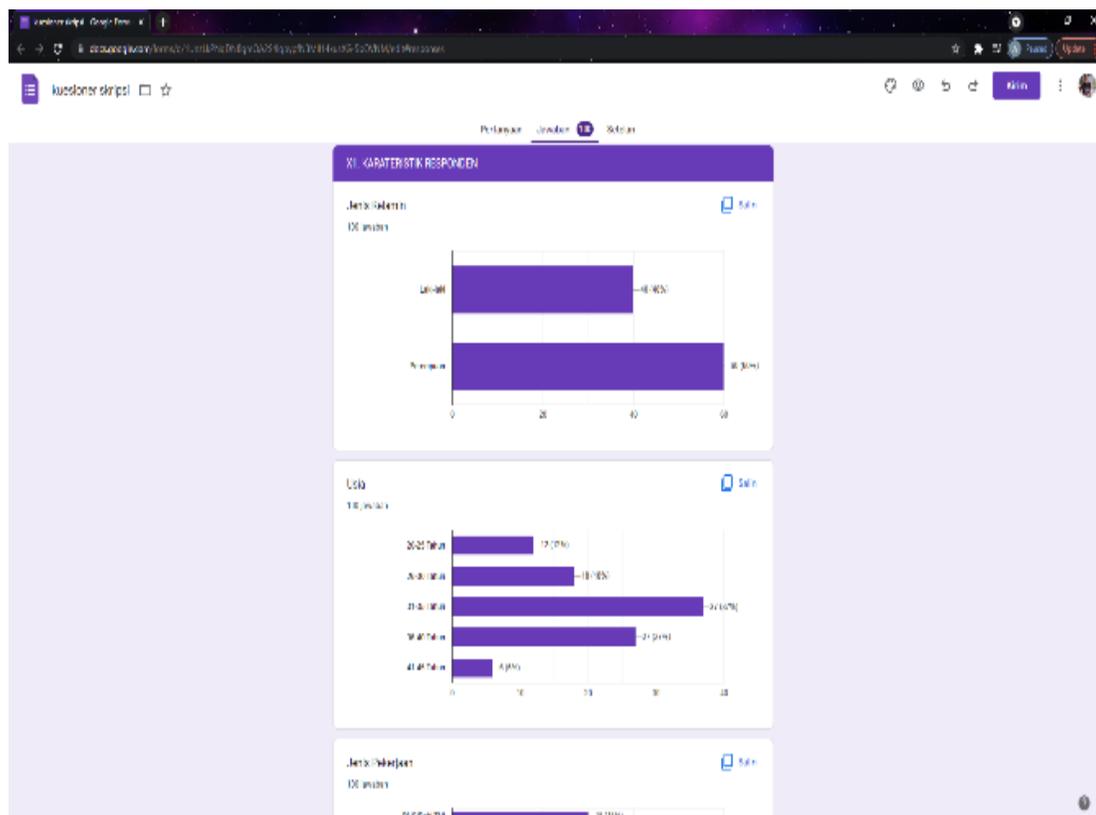
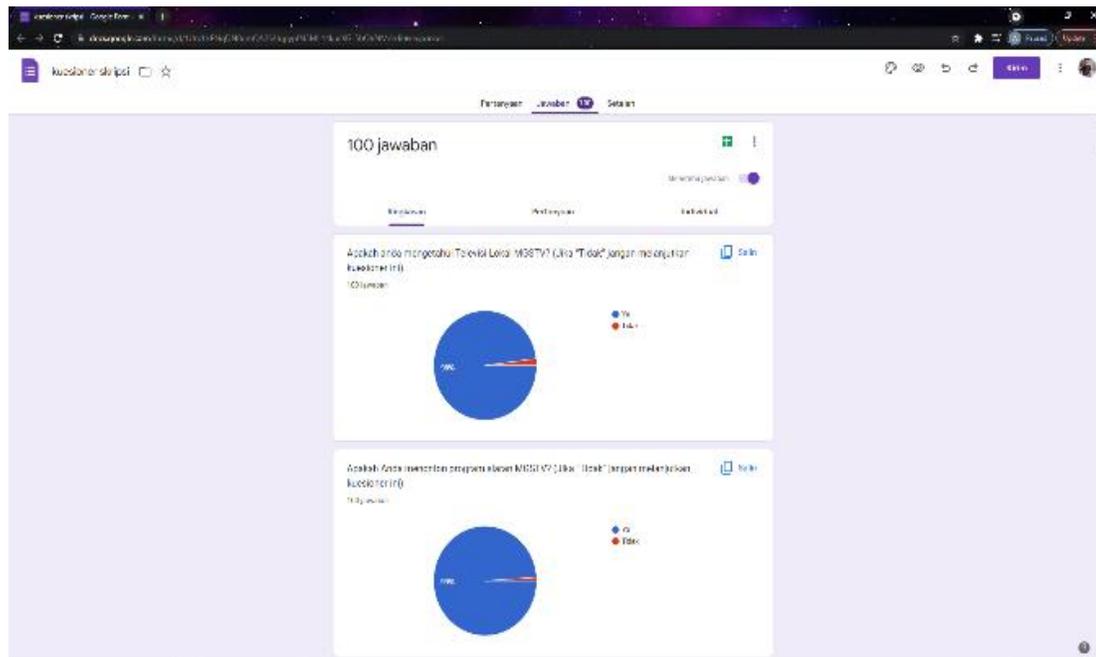
No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	KS	TS	S	SS
Kognitif						
1.	Setelah menonton program siaran di MGSTV, apakah Anda mendapatkan informasi yang cukup?					
2.	Setelah menonton program siaran di MGSTV, apakah informasi yang ditayangkan sangat bermanfaat bagi Anda?					
3.	Setelah menonton program siaran di MGSTV, apakah informasi yang disajikan memberikan ide-ide baru bagi Anda dalam berkereasi?					
4.	Setelah menonton program siaran di MGSTV, apakah informasi yang disajikan membuat Anda menjadi banyak tahu tentang berita dan peristiwa yang ada di masyarakat lokal?					

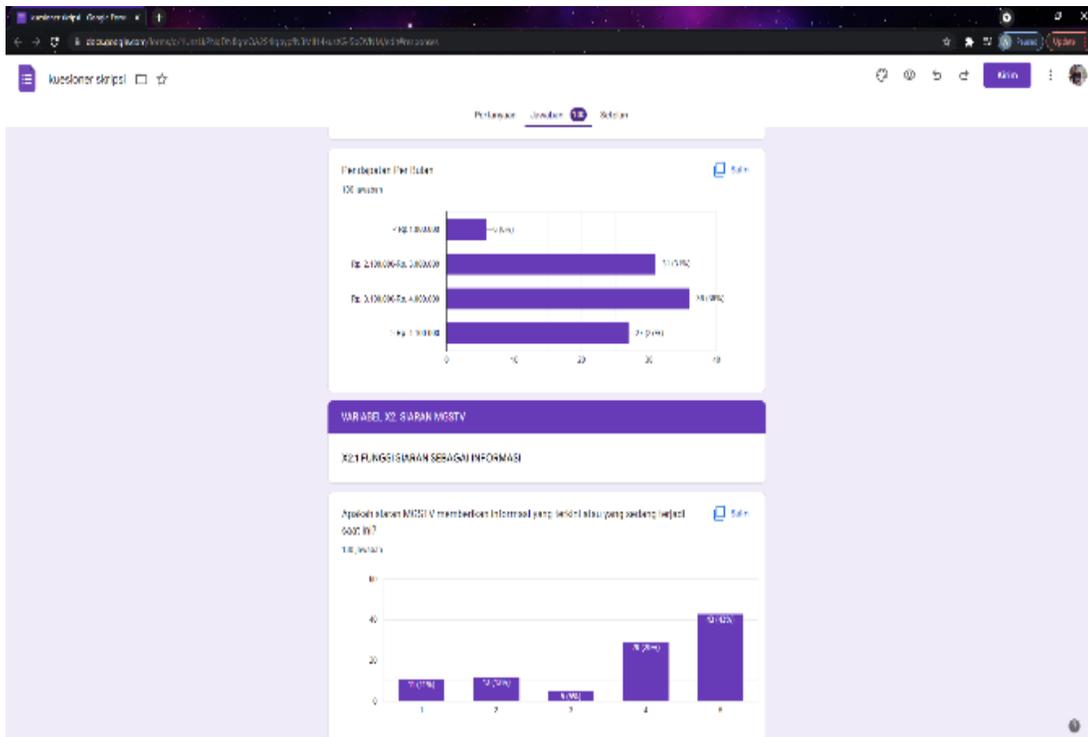
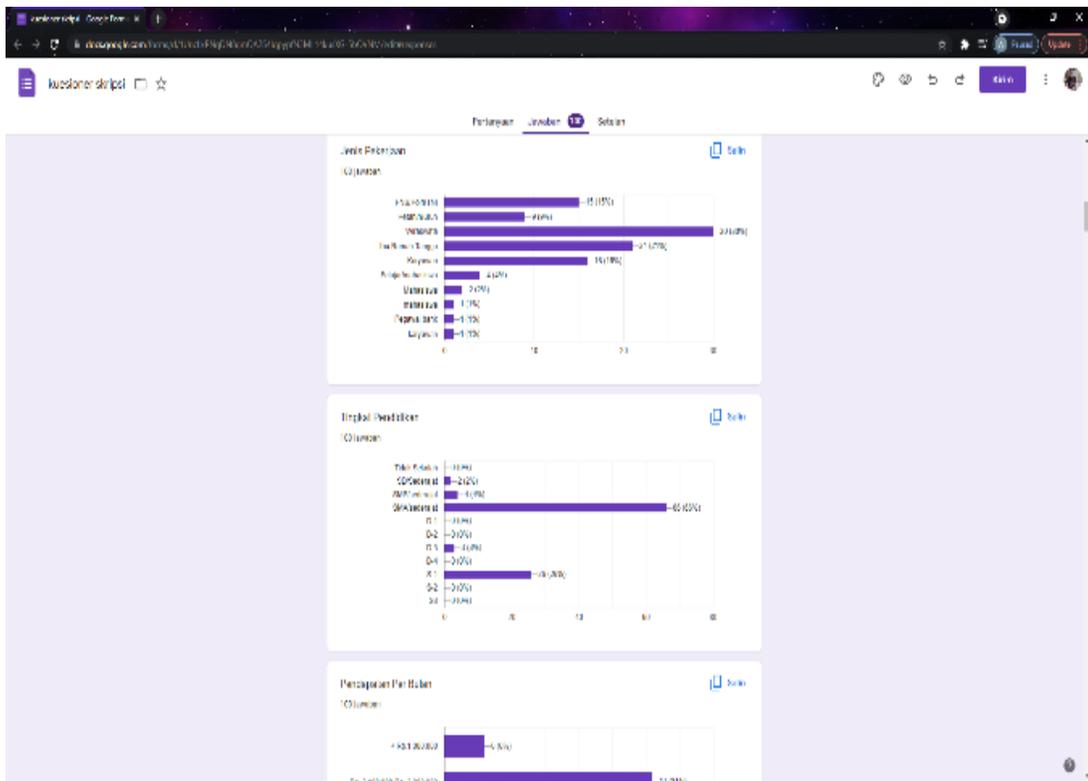
5.	Setelah menonton program siaran di MGSTV, apakah informasi yang disajikan memberikan Anda pengetahuan baru tentang kearifan dan budaya lokal yang ada?					
Afektif						
6.	Setelah menonton program siaran di MGSTV, apakah Anda menjadi merasa simpati atau peduli terhadap beberapa informasi yang disampaikan?					
7.	Setelah menonton program siaran di MGSTV, apakah anda menyukai kemasan informasi yang di sajikan?					
8.	Setelah menonton program siaran di MGSTV, apakah Anda menyukai dengan tayangan-tayangan yang disajikan?					
9.	Setelah menonton program siaran di MGSTV, apakah Anda menjadi ingin tahu lebih banyak terhadap beberapa tayangan yang disajikan?					
10.	Setelah menonton program siaran di MGSTV, apakah ada ingin menunggu tayangan terbaru lainnya yang akan disajikan?					
11.	Setelah menonton program siaran di MGSTV, apakah Anda selalu					

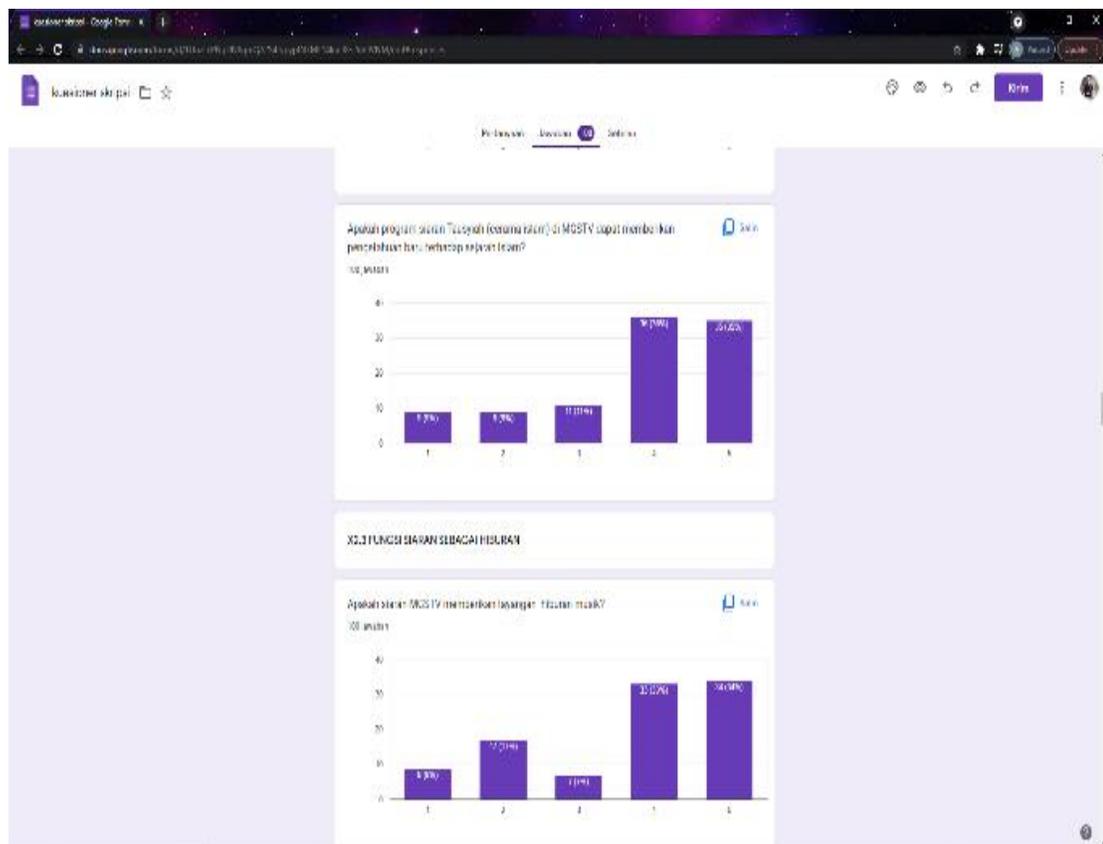
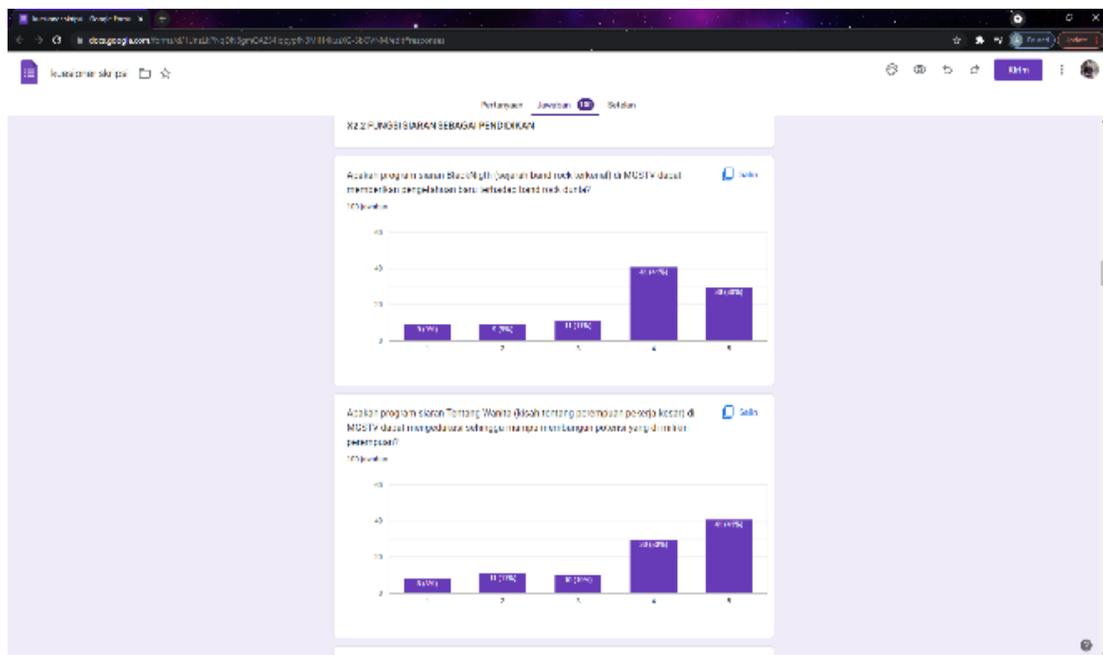
	memberikan komentar atau pendapat terhadap tayangan yang disajikan?					
12.	Setelah menonton program siaran di MGSTV, apakah Anda puas dan tertarik untuk melakukan sesuatu dengan tayangan-tayangam yang telah disajikan?					
Konatif						
13.	Setelah menonton program siaran di MGSTV, apakah Anda ingin mencoba hal-hal baru?					
14.	Setelah menonton program siaran di MGSTV, apakah Anda ingin ikut bertanggung jawab terhadap potensi alam yang ada di lingkungan anda?					
15.	Setelah menonton program di MGSTV, apakah Anda ingin ikut bertanggung jawab keberlangsungan kebudayaan serta kearifan lokal?					
16.	Setelah menonton program di MGSTV, apakah anda terpikir ingin membuka usaha kecil-kecilan?					
17.	Setelah menonton program siaran di MGSTV, apakah anda ingin menjadi orang yang berhati-hati dalam melakukan sesuatu?					
18.	Setelah menonton program siaran di MGSTV, apakah anda ingin mengedukasi temen-temen anda					

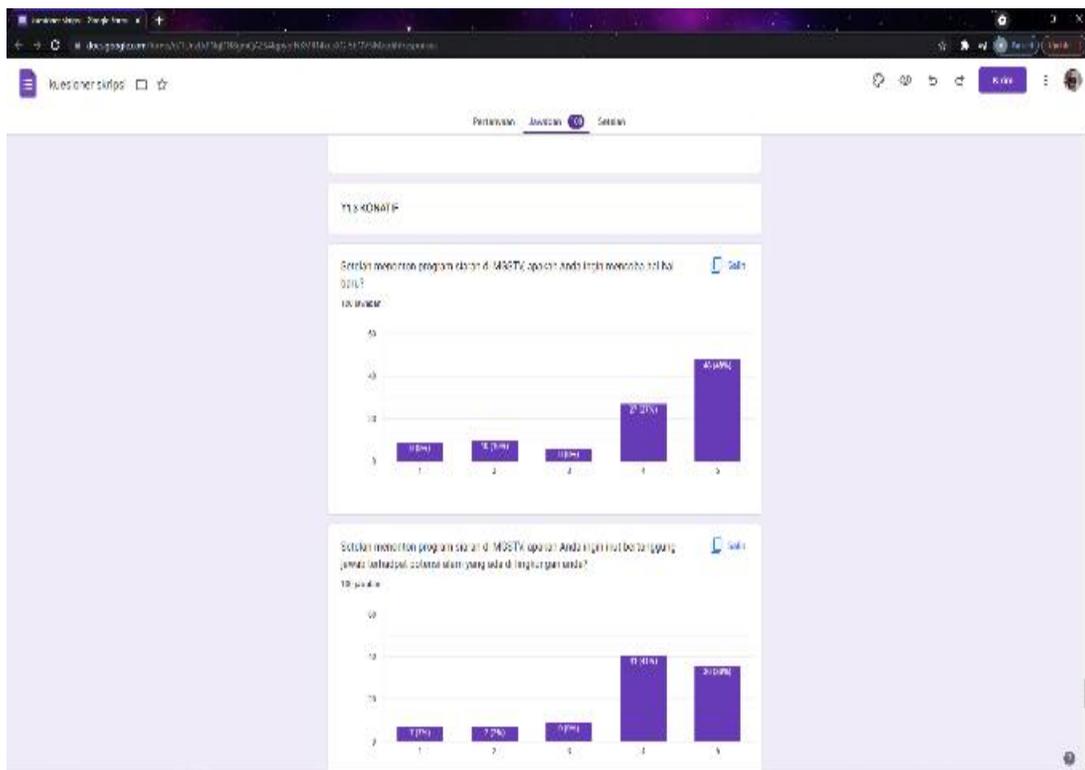
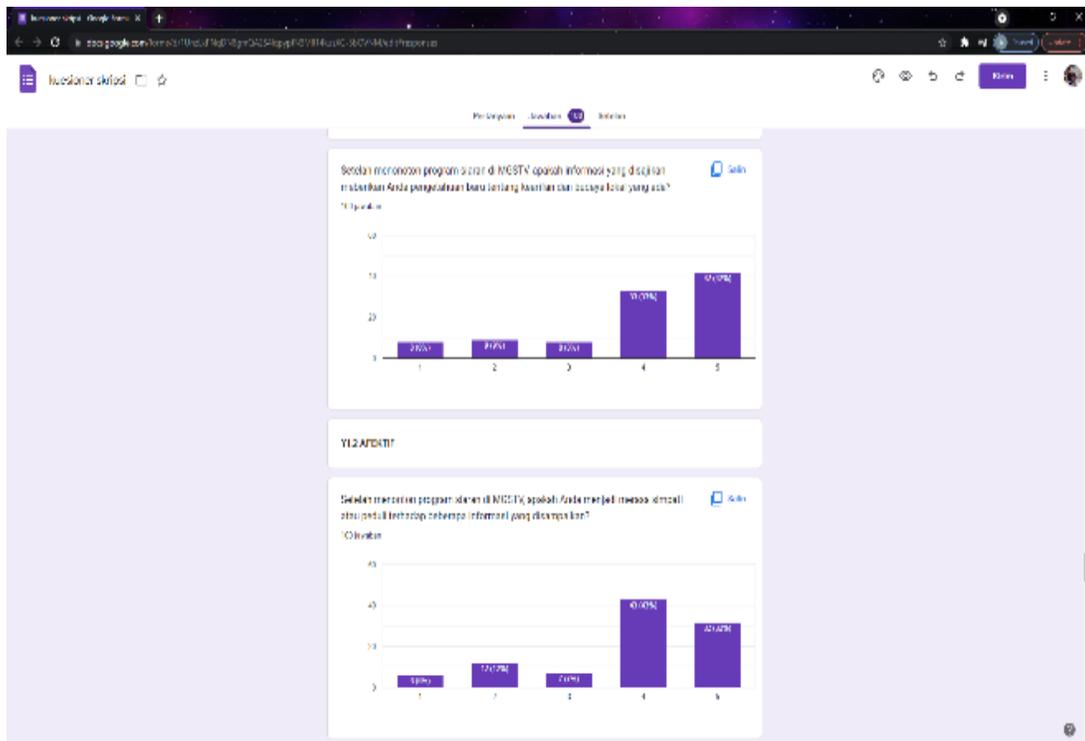
	untuk menonton program siaran yang ada di MGSTV?					
--	--	--	--	--	--	--

Lampiran 2. Google Form Kuesioner









Lampiran 3. Uji Validitas dan Realibilitas Variabel X2

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X₂

Variable	Item	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Siaran MGSTV (X ₂)	Informasi	0,701	0,361	Valid
		0,725	0,361	Valid
		0,670	0,361	Valid
		0,717	0,361	Valid
		0,789	0,361	Valid
	Pendidikan	0,597	0,361	Valid
		0,660	0,361	Valid
		0,641	0,361	Valid
		0,763	0,361	Valid
		0,693	0,361	Valid
	Hiburan	0,453	0,361	Valid
		0,632	0,361	Valid
		0,592	0,361	Valid
		0,459	0,361	Valid
	Kontrol Sosial	0,809	0,361	Valid
		0,870	0,361	Valid
		0,804	0,361	Valid
		0,821	0,361	Valid
		0,902	0,361	Valid
		0,911	0,361	Valid
		0,878	0,361	Valid

Sumber : Data Primer 2022

UI VALIDITAS MGMTV.spv (Document) - IBM SPSS Statistics Viewer

File Edit View Data Transform Insert Format Analyze Direct Marketing Graphs Utilities Extensions Window Help

Your temporary usage period for IBM SPSS Statistics will expire in 4920 days.

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X3.5 X2.6 X2.7 X2.8 X2.9 X2.10 X2.11 X2.12 X2.13 X2.14 X2.15 X2.16
X2.17 X2.18 X2.19 X2.20 X2.21 X2.22 X2.23
/PRINT=TWODIGIT NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
    
```

Correlations

[DataSet0]

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	X2.17	X2.18	X2.19	X2.20	X2.21	X2.22	X2.23
X2.1	Pearson Correlation	1	.878**	.902**	.922**	.882**	.651**	.661**	.868**	.920**	.910**	-.185	.488**	-.299	-.154	-.177	-.328	.701**	.701**	.583**	.751**	.772**	.891**	.798**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.327	.006	.109	.418	.349	.079	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.878**	1	.906**	.893**	.807**	.750**	.765**	.852**	.894**	.919**	-.080	.361	-.133	-.038	-.067	-.066	.735**	.712**	.706**	.769**	.877**	.846**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.674	.050	.495	.842	.726	.614	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.902**	.906**	1	.889**	.841**	.719**	.755**	.888**	.867**	.938**	-.154	.335	-.229	-.200	-.108	-.195	.670**	.682**	.588**	.741**	.835**	.843**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.418	.070	.204	.165	.570	.303	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.922**	.893**	.899**	1	.853**	.728**	.630**	.833**	.848**	.849**	-.079	.366**	-.123	-.109	-.026	-.163	.717**	.722**	.665**	.782**	.832**	.835**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.680	.045	.517	.566	.882	.418	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	.882**	.807**	.841**	.853**	1	.685**	.686**	.754**	.893**	.802**	-.213	.283	-.221	-.163	-.138	-.195	.789**	.784**	.636**	.850**	.753**	.880**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.259	.130	.241	.389	.466	.301	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.651**	.750**	.719**	.728**	.685**	1	.809**	.770**	.610**	.719**	.019	.173	.065	-.067	.012	.025	.597**	.689**	.652**	.635**	.723**	.666**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.920	.361	.732	.725	.949	.868	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.661**	.785**	.755**	.630**	.686**	.809**	1	.696**	.691**	.773**	-.123	.216	-.074	.019	-.142	-.111	.660**	.682**	.636**	.656**	.729**	.687**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.516	.251	.698	.921	.455	.559	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.868**	.852**	.868**	.833**	.754**	.770**	.696**	1	.835**	.884**	-.206	.288	-.280	-.234	-.197	-.321	.841**	.780**	.586**	.734**	.777**	.841**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.276	.123	.134	.213	.297	.063	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.9	Pearson Correlation	.920**	.894**	.867**	.849**	.893**	.610**	.691**	.835**	1	.906**	-.261	.352	-.264	-.167	-.164	-.297	.763**	.762**	.662**	.816**	.813**	.915**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.163	.056	.158	.378	.386	.111	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

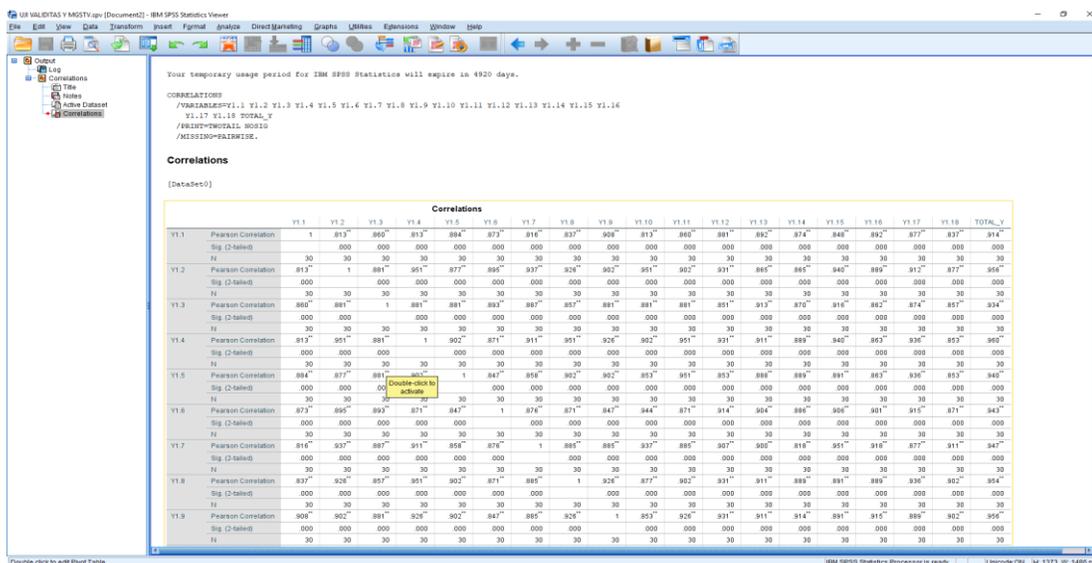
IBM SPSS Statistics Processor is ready Unicode ON

Lampiran 4. Uji Validitas dan Realibilitas Variabel Y

Table 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y₁

Variable	Item	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Persepsi Masyarakat Kota Sukabumi Terhadap Siaran MGSTV (Y₁)	Kognitif	0,914	0,361	Valid
		0,956	0,361	Valid
		0,934	0,361	Valid
		0,960	0,361	Valid
		0,940	0,361	Valid
	Afektif	0,943	0,361	Valid
		0,947	0,361	Valid
		0,954	0,361	Valid
		0,956	0,361	Valid
		0,949	0,361	Valid
		0,956	0,361	Valid
	Konatif	0,959	0,361	Valid
		0,956	0,361	Valid
		0,937	0,361	Valid
		0,959	0,361	Valid
		0,945	0,361	Valid
		0,963	0,361	Valid
			0,931	0,361

Sumber: Data Primer 2022



Lampiran 5. Hasil Koesioner per-indikator

1. Karakteristik Responden (X1)

Statistics

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0

X1.1 jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	41	41.0	41.0	41.0
	PEREMPUAN	59	59.0	59.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.2 Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-25 Tahun	12	12.0	12.0	12.0

26-30 Tahun	17	17.0	17.0	29.0
31-35 Tahun	39	39.0	39.0	68.0
36-40 Tahun	26	26.0	26.0	94.0
41-45 Tahun	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.3 Jenis Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS/Polri/TNI	15	15.0	15.0	15.0
	Petani/Buruh	9	9.0	9.0	24.0
	Wiraswata	30	30.0	30.0	54.0
	Ibu Rumah Tangga	21	21.0	21.0	75.0
	Karyawan	18	18.0	18.0	93.0
	Pelajar/mahasiswa	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.4 Jenis Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD/Sederajat	2	2.0	2.0	2.0
	SMP/ sederajat	3	3.0	3.0	5.0
	SMA/ sederajat	67	67.0	67.0	72.0
	D-3	3	3.0	3.0	75.0
	S-1	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.5 Jenis Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp.1.000.000	6	6.0	6.0	6.0

Rp. 2.100.000-Rp. 3.000.000	31	31.0	31.0	37.0
Rp. 3.100.000-Rp. 4.000.000	36	36.0	36.0	73.0
> Rp. 4.100.000	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

2. Informasi (X2)

FREQUENCIES VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5
/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Statistics

		INFORMASI	INFORMASI	INFORMASI	INFORMASI	INFORMASI
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0

Frequency Table

Informasi_terkini

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	11	11.0	11.0	11.0
	TIDAK SETUJU	12	12.0	12.0	23.0
	KURANG SETUJU	5	5.0	5.0	28.0
	SETUJU	29	29.0	29.0	57.0
	SANGAT SETUJU	43	43.0	43.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Informasi Sesuai Dengan Fakta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	7	7.0	7.0	7.0
	TIDAK SETUJU	12	12.0	12.0	19.0
	KURANG SETUJU	9	9.0	9.0	28.0
	SETUJU	43	43.0	43.0	71.0
	SANGAT SETUJU	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Informasi Yang Mudah Dipahami

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	9	9.0	9.0	9.0
	TIDAK SETUJU	12	12.0	12.0	21.0
	KURANG SETUJU	8	8.0	8.0	29.0
	SETUJU	31	31.0	31.0	60.0
	SANGAT SETUJU	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Informasi Dekat Dengan Masyarakat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	10	10.0	10.0	10.0
	TIDAK SETUJU	10	10.0	10.0	20.0
	KURANG SETUJU	9	9.0	9.0	29.0
	SETUJU	34	34.0	34.0	63.0
	SANGAT SETUJU	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Informasi Sesuai Dengan Keinginan Masyarakat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	9	9.0	9.0	9.0
	TIDAK SETUJU	35	35.0	35.0	44.0
	KURANG SETUJU	17	17.0	17.0	61.0
	SETUJU	22	22.0	22.0	83.0
	SANGAT SETUJU	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

3. Pendidikan (X2)

Statistics

		PENDIDIKAN	PENDIDIKAN	PENDIDIKAN	PENDIDIKAN	PENDIDIKAN
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0

Program Siaran Blacknigh Di MGSTV Dapat Memberikan Pengetahuan Baru

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	15	15.0	15.0	15.0
	TIDAK SETUJU	35	35.0	35.0	50.0
	KURANG SETUJU	24	24.0	24.0	74.0
	SETUJU	16	16.0	16.0	90.0
	SANGAT SETUJU	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Program Siaran Tentang Wanita (Kisah Tentang Perempuan Pekerja Kesar) Di MGSTV Dapat Mendukung Sehingga Mampu Membangun Potensi Yang Di Milik Perempuan?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	8	8.0	8.0	8.0

TIDAK SETUJU	11	11.0	11.0	19.0
KURANG SETUJU	10	10.0	10.0	29.0
SETUJU	30	30.0	30.0	59.0
SANGAT SETUJU	41	41.0	41.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Program Siaran Buka Usaha Di MGSTV Dapat Memberikan Pengetahuan
Atau Ide-Ide Dalam Membuka Usaha**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	9	9.0	9.0	9.0
	TIDAK SETUJU	9	9.0	9.0	18.0
	KURANG SETUJU	10	10.0	10.0	28.0
	SETUJU	39	39.0	39.0	67.0
	SANGAT SETUJU	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Program Siaran 1001 (Tentang Menceritakan Sejarah Budaya Dan Kearifan
Loka) Di MGSTV Dapat Memberikan Pengetahuan Baru Terhadap Budaya
Dan Kearifan Lokal Yang Ada**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	8	8.0	8.0	8.0
	TIDAK SETUJU	11	11.0	11.0	19.0
	KURANG SETUJU	9	9.0	9.0	28.0
	SETUJU	32	32.0	32.0	60.0
	SANGAT SETUJU	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Program Siaran Tausyiah (Cerama Islam) Di MGSTV Dapat Memberikan
Pengetahuan Baru Terhadap Sejarah Islam**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	9	9.0	9.0	9.0
	TIDAK SETUJU	9	9.0	9.0	18.0
	KURANG SETUJU	11	11.0	11.0	29.0
	SETUJU	36	36.0	36.0	65.0
	SANGAT SETUJU	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

4. Hiburan (X2)

Frequency Table

Siaran MGSTV Memberikan Tayangan Hiburan Musik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	9	9.0	9.0	9.0
	TIDAK SETUJU	17	17.0	17.0	26.0
	KURANG SETUJU	7	7.0	7.0	33.0
	SETUJU	33	33.0	33.0	66.0
	SANGAT SETUJU	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dalam Program Siaran Catatan 1001 Di MGSTV, Apakah Mengandung Unsur Komedinya Yang Dapat Menghibur Anda

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	12	12.0	12.0	12.0
	TIDAK SETUJU	7	7.0	7.0	19.0
	KURANG SETUJU	12	12.0	12.0	31.0
	SETUJU	37	37.0	37.0	68.0
	SANGAT SETUJU	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dalam Program Siaran Ug Talk Di MGSTV, Apakah Anda Terhibur Dengan Kemasan Yang Disajikan?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	10	10.0	10.0	10.0
	TIDAK SETUJU	37	37.0	37.0	47.0
	KURANG SETUJU	20	20.0	20.0	67.0
	SETUJU	17	17.0	17.0	84.0
	SANGAT SETUJU	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Dalam Program Siaran Cahaya Hikmah Di MGSTV, Apakah Penyajian
Acaranya Ada Unsur Komedi Yang Dapat Menghibur Anda?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	7	7.0	7.0	7.0
	TIDAK SETUJU	12	12.0	12.0	19.0
	KURANG SETUJU	9	9.0	9.0	28.0
	SETUJU	41	41.0	41.0	69.0
	SANGAT SETUJU	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

5. Kontrol Sosial (X2)

Frequency Table

Apakah siaran MGSTV memberikan informasi tentang kegiatan politik?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	7	7.0	7.0	7.0
	TIDAK SETUJU	12	12.0	12.0	19.0
	KURANG SETUJU	10	10.0	10.0	29.0
	SETUJU	34	34.0	34.0	63.0
	SANGAT SETUJU	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Apakah siaran MGSTV memberikan informasi sebuah peringatan seperti bencana alam seperti angin topan, banjir dan lain sebagainya?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	6	6.0	6.0	6.0
	TIDAK SETUJU	12	12.0	12.0	18.0
	KURANG SETUJU	10	10.0	10.0	28.0
	SETUJU	38	38.0	38.0	66.0
	SANGAT SETUJU	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Apakah siaran MGSTV memberikan informasi sebuah peringatan tentang lalu lintas, seperti akan terjadinya razia gabungan atau kemacetan lalu lintas yang akan terjadi, dan lainnya?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	6	6.0	6.0	6.0
	TIDAK SETUJU	11	11.0	11.0	17.0
	KURANG SETUJU	11	11.0	11.0	28.0
	SETUJU	33	33.0	33.0	61.0
	SANGAT SETUJU	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Apakah siaran MGSTTV memberikan informasi sebuah peringatan tentang kejahatan, seperti begal sehingga mengharuskan kita untuk berhati-hati dalam berkendara

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	7	7.0	7.0	7.0
	TIDAK SETUJU	12	12.0	12.0	19.0
	KURANG SETUJU	10	10.0	10.0	29.0

SETUJU	39	39.0	39.0	68.0
SANGAT SETUJU	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Apakah siaran MGSTV memberikan informasi yang berguna dalam peristiwa yang terjadi di kota seperti kenaikan harga bahan pokok di pasar induk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	9	9.0	9.0	9.0
	TIDAK SETUJU	10	10.0	10.0	19.0
	KURANG SETUJU	9	9.0	9.0	28.0
	SETUJU	36	36.0	36.0	64.0
	SANGAT SETUJU	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Apakah siaran MGSTV memberikan informasi yang berguna dalam peristiwa yang terjadi di desa, seperti jalan di desa banyak yang berlubang, petani gagal panen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	6	6.0	6.0	6.0
	TIDAK SETUJU	11	11.0	11.0	17.0
	KURANG SETUJU	11	11.0	11.0	28.0
	SETUJU	34	34.0	34.0	62.0
	SANGAT SETUJU	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

setelah menonton siaran di MGSTV, anda mendapatkan informasi yang dapat membantu dalam kehidupan sehari-hari

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	9	9.0	9.0	9.0
	TIDAK SETUJU	12	12.0	12.0	21.0

KURANG SETUJU	13	13.0	13.0	34.0
SETUJU	32	32.0	32.0	66.0
SANGAT SETUJU	34	34.0	34.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 1 Data Hasil Hipotesis Variabel X2 dan Y

Correlations

			INFORMA SI	PENDIDIKA N	HIBURAN	KONTROL_ SOSIAL	P1
Spearman's rho	INFORMASI	Correlation Coefficient	1.000	.802**	.723**	.761**	.739**
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.000
		N	100	100	100	100	100
	PENDIDIKAN	Correlation Coefficient	.802**	1.000	.725**	.829**	.763**
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.000
		N	100	100	100	100	100
	HIBURAN	Correlation Coefficient	.723**	.725**	1.000	.768**	.640**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000	.000
		N	100	100	100	100	100
	KONTROL_ SOSIAL	Correlation Coefficient	.761**	.829**	.768**	1.000	.769**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.	.000
		N	100	100	100	100	100
P1	Correlation Coefficient	.739**	.763**	.640**	.769**	1.000	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.	
	N	100	100	100	100	100	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).