

**PENGARUH TAYANGAN TELEVISI TRANS7 LAPOR PAK
TERHADAP MINAT MENONTON PADA KALANGAN
MASYARAKAT DI KOTA BOGOR**

SKRIPSI

**JANUAR SYAHDAM MARASABESSY
044119481**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR
OKTOBER 2023**

**PENGARUH TAYANGAN TELEVISI TRANS7 LAPOR PAK
TERHADAP MINAT MENONTON PADA KALANGAN
MASYARAKAT DI KOTA BOGOR**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menempuh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan

JANUAR SYAHDAM MARASABESSY 044119481



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
OKTOBER 2023**

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

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul **Pengaruh Tayangan Televisi Trans7 Laporan Pak Terhadap Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat Di Kota Bogor** 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 peneliti 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, 24 Oktober 2023

Januar Syahdam Marasabessy
044119481

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Januar Syahdam Marasabessy
NPM : 044119481
Tanda Tangan :
Tanggal : 24 Oktober 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

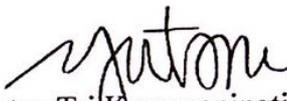
Nama : Januar Syahdam Marasbessy
NPM : 044119481
Judul : Pengaruh Tayangan Televisi Trans7 Laporan Pak Terhadap
Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat di Kota Bogor

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

Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 11 November 2023
Oleh

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1/ Penguji 1


Intan Tri Kusumaningtias, M.I.Kom
NIK. 1.0616 049 761

Pembimbing 2/ Penguji 2


Dipo Khirsyudi Ono, S.Ikom, M.Sn
NIK. 1.1403 20 908

Penguji Utama

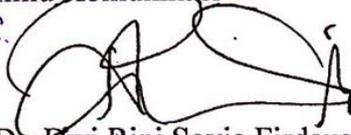

Dr. Dwi Rini Sovia Firdaus, M.Comn
NIK. 1.0113 001 607

Dekan Fakultas Ilmu Sosial
Dan Ilmu Budaya


Dr. Henny Sunaryati, M.Si
NIP. 1.9600 607.199009.2.001



Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Dr. Dwi Rini Sovia Firdaus, M.Comn
NIK. 1.0113 001 607

PRAKATA

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, dengan rahmat dan hidayah-Nya Penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh Tayangan Televisi Trans7 Lapor Pak Terhadap Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat Di Kota Bogor” ini dapat diselesaikan. memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Jurusan Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor.

Skripsi ini diolah dengan menggunakan metode kuantitatif dengan pengujian menggunakan studi kepustakaan, pembagian angket atau kuesioner. Penelitian ini memiliki tiga rumusan masalah. Sampel yang digunakan dalam penelitian berjumlah seratus. Peneliti harap penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan bagi para pembaca. Peneliti mohon maaf apabila masih terdapat kesalahan dalam skripsi ini, baik dalam penelitian EYD, kalimat yang masih rancu, dan lain-lain. maka dari itu kritik dan saran yang membangun dari para pembaca sangat peneliti harapkan.

Bogor, 24 Oktober 2023

Januar Syahdam Marasabessy

UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Henny Suharyati, M. Si., Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan,
2. Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M. Comn., Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan,
3. Intan Tri Kusumaningtias, M.I.KOM Pembimbing I yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian penelitian penelitian,
4. Dipo Krishyudi Ono, S.I.Kom., M.Sn. Pembimbing II yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian penelitian penelitian,
5. Kedua orang tua tercinta Abdul Latif Marasabessy dan Eti Barita yalanti, terima kasih atas do'a, motivasi, kasih sayang, serta dukungan yang tak terhingga baik moral maupun materil sampai penyusunan skripsi ini terselesaikan,
6. Kedua Kaka Peniliti Nur Sari Septiyanti S.Si dan NurSela Novianti S.Gz
7. Terimakasih untuk teman saya Fahriansyah Ramdani
8. Para teman seperjuangan kelas i 2019
9. Para teman seperjuangan kelas Penyiaran 1 2019,
10. Para teman seperjuangan konsentrasi Penyiaran 2019,
11. Serta rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ilmu Komunikasi

Akhir kata, peneliti berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

BIODATA

Nama : Januar Syahdam Marasabessy
NPM : 044119481
Tempat dan Tanggal Lahir : Bogor, 19 Januari 2001
Nomor Telepon : 08985931596
Surel : jsyahdam@gmail.com
Alamat : Griya Alam Sentosa, Desa Pasir Angin
Riwayat Pendidikan Formal :
2007-2013 : SDN Cinyosog 02 Cileungsi
2013-2016 : SMP Negeri 3 Cileungsi
2016-2019 : SMK Al-Bahri Bekasi
Pengalaman Bekerja : Praktik Kerja Lapangan
Harian Metropolitan bogor
Prestasi : -
Pengalaman Organisasi : -

ABSTRAK

JANUAR SYAHDAM MARASABESSY. 044119481. 2023. Pengaruh Tayangan Televisi Trans7 Lapor Pak Terhadap Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat Di Kota Bogor. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Dibawah bimbingan: Intan Tri Kusumuaningtias dan Dipo Krishyudi Ono.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Tayangan Televisi Trans7 Lapor Pak Terhadap Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat Di Kota Bogor. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Cileungsi Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat. Teknik pengambilan data pada penelitian ini yang digunakan adalah penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala likert pada 100 *responden*. Penelitian ini untuk menguji menggunakan rumus pengolahan data, regresi linear sederhana, uji asumsi klasik, uji parsial (Uji t), uji signifikansi simultan (Uji F) dan koefisien determinasi yang dibantu dengan menggunakan program SPSS versi 25. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, terdapat pengaruh positif variabel Tayangan Televisi (X) Terhadap Minat Menonton yang diperoleh $t_{hitung} (11.597) > T_{tabel} (4.891)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, pengujian ini dilakukan simultan menunjukkan bahwa Tayangan Televisi Trans7 Lapor Pak berpengaruh terhadap Minat Menonton. dengan $F_{hitung} (134.483)$ tingkat signifikansi 0,000. Selanjutnya nilai *R Square* Hasil uji determinasi pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,578. Hal ini menunjukkan bahwa Minat menonton yang dipengaruhi oleh variabel Tayangan Televisi sebesar (42%), sedangkan sisanya sebesar 58% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata kunci: Lapor Pak, Minat Penonton, Tayangan Televisi

ABSTRACT

JANUARY SYAHDAM MARASABESSY. 044119481. 2023. *The Influence of Trans7 Television Shows, Lapor Pak, on Viewing Interests in the Community in Bogor City.* Faculty of Social and Cultural Sciences, Communication Studies Program, Bogor Pakuan University. Under the guidance of: Intan Tri Kusumuaningtias and Dipo Krishyudi Ono.

This study aims to determine and analyze the effect of Trans7 Lapor Pak television broadcasts on viewing interest among people in the city of Bogor. This research uses quantitative methods. This research was conducted in Cileungsi District, Bogor Regency, West Java Province. The data collection technique used in this study was distributing questionnaires using a Likert scale to 100 respondents. This research is to test using data processing formulas, simple linear regression, classic assumption test, partial test (t test), simultaneous significance test (F test) and the coefficient of determination assisted by using the SPSS version 25 program. Based on the results of this study it shows that, there is a positive effect of Television Show variable (X) on Viewing Interest obtained $t_{count} (11,597) > T_{table} (4,891)$ with a significance value of $0.000 < 0.05$, This test was carried out simultaneously showing that Trans7 Television Shows Lapor Pak had an effect on Viewing Interest. with $F_{count} (134,483)$ a significance level of 0.000. Furthermore, the R Square value of the determination test results in this study obtained a value of 0.578. This shows that interest in watching is influenced by the variable Television Views (42%), while the remaining 58% is influenced by other factors not included in this study.

Keywords: Audience Interest, Lapor Pak, Television Views

DAFTAR ISI

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PRAKATA.....	iv
UCAPAN TERIMAKASIH.....	v
BIODATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	iv
BAB 1.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2.....	9
2.1 Komunikasi.....	9
2.2 Penyiaran.....	10
2.3 Komunikasi Massa.....	10
2.4 Media Massa.....	11
2.4.1 Jenis-Jenis Media massa.....	11
2.5 Televisi.....	11
2.6 Terpaan Media.....	12
2.7 Minat Menonton.....	12
2.8 Pengaruh.....	13
2.9 Konsep.....	14
2.10 Program.....	14
2.11 Grand Theory (Teori AIDDA).....	15
2.12 Penelitian Terdahulu.....	16
2.13 Kerangka Berfikir.....	17
2.14 Hipotesis.....	17
BAB 3.....	18
3.1 Desain Penelitian.....	18
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	18
3.3 Populasi dan sampel.....	18
3.3.1 Populasi.....	18
3.3.2 Sampel.....	18
3.4 Data dan Instrumentasi.....	19
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.6 Kategorisasi.....	20
3.7 Teknik Analisis Data.....	20
3.8 Uji Instrumen.....	20
3.8.1 Validitas.....	21
3.8.2 Reabilitas.....	21
3.9 Definisi Oprasional.....	21
3.10 Uji Asumsi Klasik.....	21
3.10.1 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	21

3.10.2	Uji Koefisiensi Regresi (Uji t).....	22
3.10.3	Uji Keterandalan Model (Uji F).....	22
3.10.4	Uji Koefisien Determinasi.....	22
BAB 4.	23
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	23
4.2	Hasil Penelitian.....	24
4.3	Uji Asumsi Klasik.....	39
4.4	Pengaruh Tayangan Televisi Trans7 Lapor Pak Terhadap Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat di Kota Bogor.....	41
4.5	Teori AIDDA Dalam Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat di Kota Bogor Terhadap Tayangan Televisi Trans 7 Lapor Pak.....	42
BAB 5.	44
5.1	Kesimpulan.....	44
5.2	Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	48
	Lampiran 1 Koesioner Penelitian.....	48
	Lampiran uji Validitas dan Reabilitas.....	50
	UJI NORMALITAS.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka berfikir.....	17
Gambar 4.1 Poster Acara Lapor Pak Sumber : Instagram: @officialtrans7.....	23

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kategorisasi.....	20
Tabel 3.2 Teknik Analisis Data.....	20
Tabel 3.3 Uji Reabilitas.....	21
Tabel 4.1 Data Usia Responden.....	24
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Mengikuti Akun Instagram Lapor Pak .	25
Tabel 4.3 Data responden berdasarkan pernyataan “Apakah anda pernah menonton Tayangan Lapor Pak Pada televisi ?”.....	25
Tabel 4.4 Data responden berdasarkan pernyataan “Saya mengetahui program acara tayang Lapor Pak”.....	25
Tabel 4.5 Data responden berdasarkan pernyataan “Saya sering menonton tayangan Lapor Pak Trans7 ?”.....	26
Tabel 4.6 Data responden berdasarkan pernyataan “Saya suka dengan tayangan Lapor Pak ?”.....	26
Tabel 4.7 Data responden berdasarkan pernyataan “Saya menonton acara Lapor Pak di televisi ketika ada waktu luang”.....	26
Tabel 4.8 data responden berdasarkan pernyataan “Saya tertarik mengikuti program acara Lapor Pak Karena Pesan disampaikan pada program tersebut menarik.....	27
Tabel 4.9 data responden berdasarkan pernyataan “Saya tertarik mengikuti program acara Lapor Pak Karena pesan yang disampaikan dapat mengedukasi”	27
Tabel 4.10 data responden berdasarkan pernyataan “Kualitas Audio yang di gunakan program tayangan Lapor Pak membuat saya memperhatikan tayangan tersebut”.....	28
Tabel 4.11 data responden berdasarkan pernyataan “Penyampaian pesan menggunakan gaya bahasa sindiran pada program Tayangan Lapor Pak menarik perhatian saya”.....	28
Tabel 4.12 data responden berdasarkan pernyataan “Saya berusaha mengartikan istilah asing (belum saya ketahui) dari acara Lapor Pak di Trans7”.....	29
Tabel 4.13 data responden berdasarkan pernyataan “Durasi program tayangan Lapor Pak sangat sesuai dengan keinginan saya”.....	29
Tabel 4.14 data responden berdasarkan pernyataan “Saya merasa bosan ketika menonton tayangan Lapor Pak karena durasi terlalu lama”.....	30
Tabel 4.15 data responden berdasarkan pernyataan “Saya merasa durasi tayangan Lapor Pak terlalu singkat”.....	30
Tabel 4.16 data responden berdasarkan pernyataan “Saya merasa kesal karena jeda iklan membuat durasi tayangan lapor pak menjadi singkat/terpotong”.....	31
Tabel 4.17 data responden berdasarkan pernyataan “Saya merasa setiap scene durasi tayangan Lapor Pak masih terlalu singkat”.....	31
Tabel 4.18 data responden berdasarkan pernyataan “Saya mengetahui tayangan televisi Lapor Pak dapat melakukan sindiran sebagai salah satu untuk mengurangi korupsi”.....	32
Tabel 4.19 data responden berdasarkan pernyataan “Saya melihat tayangan Lapor Pak di televisi agar dapat melatih diri agar lebih tertip dengan kepolisian”.....	32
Tabel 4.20 data responden berdasarkan pernyataan “Tayang "Lapor Pak" membuat saya mengetahui acara tersebut dapat mendidik ke kita semua”.....	33
Tabel 4.21 data responden berdasarkan pernyataan “Saat pertama kali melihat	

iklan tayangan “Lapor Pak” saya mengetahui bahwa acara yang diberikan mendidik untuk masyarakat”	33
Tabel 4. 22 data responden berdasarkan pernyataan “Saat saya menonton tayangan Lapor Pak saya sudah mengerti arti penting menaati peraturan lalu lintas”	34
Tabel 4.23 data responden berdasarkan pernyataan “Saya merasa terdorong tayangan Lapor Pak salah satu acara supaya tidak melakukan korupsi”	34
Tabel 4.24 data responden berdasarkan pernyataan “Saya merasa terdidik dengan tayangan Lapor Pak yang tidak boleh melanggar rambu lalu lintas”	35
Tabel 4.25 data responden berdasarkan pernyataan “Menurut saya tayangan Lapor Pak menarik perhatian melalui kelucuan nya”	35
Tabel 4.26 data responden berdasarkan pernyataan “Saya tertarik dengan gombalan-gombalan dari Andhika Pratama ke setiap wanita di tayangan lapor pak membuat saya tersenyum”	35
Tabel 4.27 data responden berdasarkan pernyataan “Saya merasa takut tayangan Lapor Pak tidak di tayangkan lagi di Trans7”	36
Tabel 4.28 data responden berdasarkan pernyataan “Saya cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Andre Taulany sebagai komandan di acara Lapor Pak”	36
Tabel 4.29 data responden berdasarkan pernyataan “Saya cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Andhika Pratama sebagai Intel Kepolisian di acara Lapor Pak”	37
Tabel 4.30 data responden berdasarkan pernyataan “Saya cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Surya Insomnia sebagai Polisi Rambu Lalu lintas di acara Lapor Pak”	37
Tabel 4.31 data responden berdasarkan pernyataan “Saya cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Hesti Purwadinata sebagai sekretaris Komandan di acara Lapor Pak”	38
Tabel 4.32 data responden berdasarkan pernyataan “Saya cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Ayu Tingting sebagai petugas kebersihan (OB) di acara Lapor Pak”	38
Tabel 4.33 Hasil Uji Linear Sederhana	39
Tabel 4.34 Uji Koefisien Regresi T	39
Tabel 4.35 Hasil Uji Simultan F	40
Tabel 4.36 Hasil Uji Koefisien Determinasi	41

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tidak disadari oleh seseorang bahwasannya hal yang disampaikan oleh media Massa berbeda dengan realitas yang ada pada kehidupan masyarakat. Melalui berita atau tayangan yang dibaca, didengar, dilihat seseorang akan secara tidak sengaja tergiring untuk memahami isi media massa tersebut (Muslich, 2008).

Media massa sendiri terbagi menjadi dua yakni media cetak semisal majalah, buku, surat kabar yang berfungsi membawakan pesan pada banyak orang, keduanya media elektronik seperti internet, radio, televisi yang terdapat element suara dan gambar untuk menggamblangkan penyampaian isi daripada media massa tersebut.

Kebanyakan orang lebih memilih media elektronik dikarenakan penyajiannya yang terbilang lebih hidup (Suherman, 1995). Akan tetapi tidak isi dari media elektronik tersebut terkadang terkesampingkan dan lebih tertuju untuk hiburan semata, yang berdampak dengan peniruan terhadap apa yang mereka terima dalam media elektronik tersebut. Sebut saja melalui media televisi yang pada akhir ini menjadi trend untuk di tonton oleh orang yang berumur lebih dari 10 tahun.

Televisi sendiri adalah media komunikasi yang mempunyai kegunaan yakni memberikan informasi serta mendidik juga mempengaruhi masyarakat (Effendy, 1992). Adapun beberapa program televisi baik berupa hiburan, news, olahraga, dll dengan jadwal penayangan tertentu oleh stasiun televisi tertentu.

Beberapa program televisi yang telah disiarkan, tak luput dari pada pengaruh terhadap penonton televisi sesuai daripada program televisi tersebut. Baik dampak positif maupun negatif tak dapat dihindari, dampak negatif salah satunya yakni kekerasan verbal dan non verbal, sedangkan dampak positifnya yakni sesuai dengan fungsi daripada televisi itu sendiri untuk penyebaran informasi (Zamroni, 2009).

Deretan acara komedi hiburan selalu berganti seiring perkembangan zaman. Mulai dari acara-acara hiburan seperti:

1. Srimulat (1950-1989)

Srimulat merupakan kelompok lawak Indonesia yang didirikan oleh Teguh Slamet Rahardjo di Surakarta pada tahun 1950. Nama Srimulat sendiri diambil dari nama istri Teguh pada saat itu. Srimulat termasuk grup lawak yang cukup lama bertahan meski di tengah perjalanan karier terjadi banyak persoalan dan bongkar pasang pemain. Hal inilah yang membuat mereka semakin matang. Jika sebelumnya hanya ber pentas di Gedung-gedung pertunjukkan, setelah munculnya televisi swasta pada akhir 1980 an, masing-masing anggotanya mendadak menjadi selebriti. Sumber.

2. Ngelaba (TPI 1995 – 2008)

Komedi bebas acara ini memungkinkan grup lawak ini untuk menyampaikan pesan aktual lewat dialog dan cerita yang dibuat sedemikian rupa sehingga mengundang tawa tapi juga menyulut penonton untuk berpikir. Tiap episode acara ini memainkan tema yang berbeda dan peran setiap orang juga berganti-ganti.

3. OB (RCTI 2006 - 2008)

"OB" atau singkatan dari "Office Boy" adalah acara sitkom yang berkisah tentang kehidupan di sebuah kantor stasiun televisi lengkap dengan

segala intrik-intriknya yang lucu dengan sekelompok OB sebagai sorotan utamanya.

4. Extra Vaganza (TRANS TV 2004 – 2013)
Extravaganza adalah sebuah acara varietas di Trans TV yang menampilkan berbagai cerita seru dalam bentuk sketsa komedi, yang diangkat dari kisah keseharian, program, bahkan legenda masa silam. <https://transcinema.indo.com>
5. SAATNYA KITA SAHUR (TRANS TV 2007 – 2011)
Saatnya Kita Sahur adalah acara sahur di Trans TV yang pada tahun 2007 - 2011 selama ramadhan. Acara ini berjalan selama bulan ramadhan dalam kurung waktu 3 tahun berturut-turut, acara ini juga merupakan transformasi acara dari Kerajaan Sahur.
6. Comedy Next live Show (NET 2015 – 2018)
Comedy Night Live merupakan sebuah acara varietas komedi dengan konten utama sketsa komedi semi-scripted yang diwarnai dengan spontanitas dari para komedian. Setiap episode juga akan menghadirkan bintang tamu yang akan ikut bermain di dalam sketsa, serta diperkaya dengan penampilan musik dari para musisi ternama Indonesia. Mulai tanggal 20 April 2019, Program ini tayang kembali dengan episode terbaru, yang berjudul New Comedy Night Live. <https://transcinema.indo.com>
7. Bercanda Tapi santai (2021 – Sekarang)
Bercanda Tapi Santai, disingkat BTS adalah sebuah acara komedi yang tayang di Trans7 mulai tanggal 24 Juli 2021 dan merupakan pengganti dari program Pas Sore yang berakhir tayang pada 2 Juli 2021. Trio Andre Taulany, Wendi Cagur dan Ayu Ting Ting yang biasa disingkat trio AWA kembali dipertemukan dalam acara ini, dengan penambahan Surya Insomnia dan Hesti Purwadinata sebagai pemain tetap lainnya.
8. Laporan Pak! (Trans TV 2021 – Sekarang)
Laporan Pak!! adalah sebuah acara komedi kriminal yang tayang di Trans7 mulai tanggal 22 Februari 2021. Dengan mengusung konsep komedi varietas, Laporan Pak!! dikemas melalui sketsa dan gelar wicara dengan latar belakang kantor polisi yang mengkomedikan kasus-kasus kriminal, isu terkini, dan gosip artis dengan cara penyampaian yang bertujuan mengundang gelak tawa pemirsa.

Sayangnya dalam banyaknya acara komedi hiburan yang masih ditemukan permasalahan baik berupa pelecehan, penistaan, kekerasan yang akhirnya berujung pada sanksi oleh KPI sebagai program Televisi yang bermasalah. Data KPI menyatakan acara hiburan menjadi salah satu dominasi untuk acara yang mendapat teguran.

Program komedi dari trans 7 yang 10 tahun terakhir menghadirkan acara komedi yang berkualitas seperti Extravaganza, OVJ, kini diteruskan dengan Laporan Pak ! menjadi tayangan terfavorit untuk dunia hiburan Indonesia. Kemudian dilanjutkan di weekdays oleh BTS (Bercanda Tapi Santai) yang menjadi deretan acara komedi berkualitas pada 10 tahun terakhir.

Semenjak adanya sanksi pada acara komedi yang telah disebutkan, maka kualitas rating pada komedi tersebut menjadi turun yang tadi nya naik secara drastis menjadi turun. Berikut rating program komedi di Indonesia di tahun 2021.

Laporan Pak!! merupakan tayangan komedi yang berhasil membuat sebagian

besar penontonnya setia menonton tayangan ini. Lawakan yang mereka sajikan pun menjadi khas dengan candaan segar seperti pantun yang jenaka, rayuan gombal, dan dibumbui dengan unsur perundungan di dalamnya. Aksi dorong, menepuk, merendahkan dengan kata-kata kias, saling ejek, dan berbagai kata-kata kasar yang mereka gunakan untuk menciptakan lawakan yang menghibur. Kekerasan verbal yang ada dalam sebuah lawakan kini kian dianggap wajar terutama oleh pihak produsen acara. Contohnya pada scene interogasi Gerry Iskak menit 34.05 saat percakapan Gerry dan Wendy suara Gerry sempat diganti dengan suara kambing, dalam scenario tersebut wendi juga ikut mengejek Gerry Iskak agar kata-kata latah yang dimiliki Gerry Iskak dikeluarkan padahal adegan tersebut sudah termasuk dengan kekerasan verbal. Adegan-adegan seperti inilah yang menjadi sorotan dalam penelitian ini.

Peneliti mencoba menjabarkan daripada isi acara komedi yakni Lapor Pak! pada periode tertentu dengan harapan dapat menganalisis subjek verbal untuk disajikan. Dengan mengangkat judul Studi Deskriptif kekerasan verbal pada tayangan Lapor Pak! di Trans 7 (Episode April 2022)

Bahasa memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan, karena bahasa digunakan sebagai alat utama untuk berkomunikasi. Melalui Bahasa manusia bisa menemukan berbagai informasi, pengetahuan, serta mengembangkan peradaban. Manusia juga dapat memenuhi berbagai kebutuhannya dalam suatu pranata sosial dengan cara berkomunikasi dengan manusia lainnya. Oleh sebab itu, tanpa adanya bahasa, aktivitas manusia dalam suatu pranata sosial akan lumpuh (Gunawan, 2020:1).

Peranan utama dari bahasa pada dasarnya adalah untuk menyampaikan maksud atau perasaan kepada orang lain sesuai dengan situasi kebahasaan. Adapun cara untuk menyampaikan maksud tersebut, dengan cara menggunakan kalimat (Astuti, 2016:14). Kalimat adalah satuan bahasa terkecil yang dapat mengungkapkan pikiran yang utuh, atau setiap tuturan yang dapat mengungkapkan suatu informasi secara lengkap (Alisyahbana dalam Chaer, 2015:41). Kalimat secara umum disusun dalam wujud gabungan kata atau rentetan kata yang disusun sesuai dengan kaidah yang berlaku dalam bahasa, yang ditujukan untuk menyampaikan maksud dan tujuan atau untuk menyampaikan informasi dan pesan (Tarmuni dan Sulistyawati, 2019:7). Kalimat berdasarkan fungsi isi atau makna komunikatifnya, dapat dibedakan menjadi empat jenis yaitu kalimat berita (deklaratif), kalimat perintah (imperatif), kalimat tanya (interogatif) dan kalimat seru (eksklamatif) (Finoza, 2013:180).

Secara garis besar, linguistic sering disebut sebagai ilmu yang mempelajari tentang bahasa. Bahasa menjadi sarana komunikasi yang sangat efisien dalam berkomunikasi dengan berbagai media untuk menyebarluaskan suatu gagasan seseorang baik dari segi lisan maupun tulisan. Dalam bentuk ide, penemuan, ataupun perasaan. Menurut Kridalaksana dan Djoko Koentjono (Chaer,2014) bahasa merupakan sistem lambang bunyi yang arbitrer dan digunakan oleh anggota-anggota kelompok sosial dalam bekerja sama dan mengidentifikasi diri. Ilmu linguistik memiliki beberapa unsur yaitu mulai dari fonologi, morfologi, sintaksis, dan juga semantic (Afria, dkk., 2020;2021;2022).

Fungsi bahasa sendiri tidak hanya sebagai alat komunikasi melainkan juga sebagai alat untuk mengekspresikan diri. Saat menyampaikan suatu gagasan juga perlu adanya kesepahaman antara penutur dan pendengar, agar pendengar

memahami maksud dari suatu pernyataan yang disampaikan oleh penutur walaupun maksud tersebut tidak tersampaikan secara eksplisit. Bahasa menjadi instrumen utama yang digunakan dalam percakapan (Kusmana, dkk., 2022).

Di era sekarang banyak sekali acara komedi yang menampilkan humor yang dikemas dalam bentuk yang sangat menarik. Tak jarang dalam acara komedi juga terjadi deviasi linguistik agar menimbulkan kesan tawa dari pada tiap tuturannya, baik dari aspek fonologi, morfologi, sintaksis, dan semantik. Humor-humor tersebut adalah bentuk imajinasi yang disuguhkan dalam bentuk nyata. Wijana (2003) menjelaskan humor dapat meringankan beban dalam diri manusia, sehingga humor digemari masyarakat. Salah satunya yang sangat menarik yaitu Program acara *Lapor Pak!* yaitu program humor yang tayang di Trans7. *Lapor Pak!* dibalut dengan sketsa yang menggunakan latar belakang kantor polisi dan melalui ilustrasi tersebut mereka bisa membawa isu-isu terkini, sampai ke isu kriminalitas dengan kemasan komedi. Program ini menampilkan komedi yang unik. Menghadirkan pemain utama Andre Taulany sebagai komandan kantor kepolisian, Wendi Cagur sebagai penyidik, Andhika Pratama sebagai Intel, Kiky Saputri sebagai polisi wanita, Ayu Ting Ting sebagai petugas kebersihan dan Gilang Gombloh sebagai tahanan abadi. Dalam humor yang disampaikan para pemain banyak juga ditemukan deviasi linguistik baik itu dari segi fonologi, morfologi, sintaksis, ataupun semantic dalam tuturan yang disampaikan.

Salah satu aspek yang paling menentukan dalam kemajuan suatu media adalah proses produksi program suatu program di televisi, yang mana memang kemajuan media biasanya dinilai dari program-program yang diproduksi. Kita bisa menilai kualitas baik buruk nya program yang dihasilkan dari sistem produksi program itu sendiri. Dan pada saat ini banyak televisi di Indonesia memproduksi program televisi dengan berbagai program yang bernilai pendidikan, kebudayaan bahkan hiburan untuk menjadi yang terbaik. Tetapi dalam kegiatan produksi program siaran ada beberapa hal yang menjadi kendala, seperti kurangnya kerjasama tim sehingga menimbulkan kesalahpahaman, cuaca yang tidak mendukung untuk melakukan proses produksi sehingga gambar yang dihasilkan tidak maksimal dan dapat mempengaruhi pekerjaan editor karena perolehan kualitas gambar dari campers kurang baik.

Dengan berkembangnya suatu teknologi dan informasi yang sangat pesat di era ini menuntut masyarakat untuk tahu akan informasi yang beredar. Oleh sebab itu, media massa menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan manusia di era sekarang. Media massa diartikan sebagai media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara masal dan dapat diakses oleh masyarakat banyak atau secara menyeluruh.

Media massa lah yang menjadi kebutuhan informasi masyarakat pada saat ini baik itu dalam bentuk cetak maupun elektronik dan fungsi televisi adalah sebagai alat bagi masyarakat yang membutuhkan informasi nasional maupun internasional guna menambah ilmu pengetahuan. Kehadiran media massa dalam era modern sekarang banyak memberikan kontribusi penting bagi masyarakat. Misalnya televisi, kita tahu bahwa media massa yang satu ini merupakan primadona di tengah masyarakat. Oleh karena itu media massa dalam hal ini televisi sudah seharusnya memproduksi sebuah program atau acara yang berkualitas dan baik, agar masyarakat mendapatkan informasi dan hiburan yang tepat.

Televisi adalah salah satu bentuk komunikasi massa. Dibandingkan dengan

media massa lainnya, seperti radio, surat kabar, majalah dan sebagainya, televisi tampaknya memiliki sebuah sifat istimewa. Informasi yang disampaikan mudah dimengerti karena jelas terdengar secara audio dan terlihat secara visual. Kehadiran televisi ini tentunya dapat memenuhi kebutuhan manusia untuk menyaksikan suatu program dari jauh. Kita hanya menggunakan mata kita maka program yang akan disajikan oleh penyelenggara akan dengan mudah kita lihat. Hal ini tentunya memberikan dampak kepuasan sendiri bagi kita sebagai pemirsanya. Tujuan akhir dari penyampaian pesan media televisi yakni bisa menghibur, mendidik, kontrol, sosial, menghubungkan atau sebagai bahan informasi. Program acara juga sebaiknya harus dikemas sedemikian rupa, hal ini berguna supaya penonton merasakan kenyamanan dan ketertarikan dalam menyaksikan tayangan yang disiarkan.

Keberhasilan suatu stasiun televisi, sangat ditentukan oleh keberhasilan sebuah program. Ragam program pun dihadirkan kepada masyarakat dengan target dan segmentasi penonton masing masing. Dan untuk memperoleh keberhasilan tersebut dibutuhkan sumber daya manusia yang baik agar produksi siaran televisi dapat berjalan sesuai dengan target yang diharapkan.

Tentunya harus tahu bahwa salah satu aspek yang paling menentukan dalam kemajuan suatu media, adalah proses produksi program suatu program di televisi. dimana memang kemajuan media biasanya dinilai dari program-program yang di produksi. Masyarakat bisa menilai kualitas baik buruknya program yang dihasilkan dari sistem produksi program itu sendiri. Dan pada saat ini banyak televisi di Indonesia memproduksi program televisi dengan berbagai program yang bernilai pendidikan, kebudayaan bahkan hiburan untuk menjadi yang terbaik.

Bahwa produksi itu bukan suatu hal yang mudah karena hasil akhirnya nanti akan ditayangkan di publik, baik secara langsung (live), tapping, ataupun penayangan pasca produksi ke dalam muatan media sosial pendukung lain nya seperti Youtube, Facebook, media lainnya. Produksi sebuah program tentunya sebuah hal paling krusial, para tim di produksi pun bukan sembarang tim, karena mereka akan bekerja keras untuk memberikan yang terbaik dalam program ataupun acara mereka. Sebaiknya perlu disadari oleh bagian produksi bahwa segala produksi program yang disiarkan hasil kerja atau kelompok. Semua orang yang terlibat di dalam proses maupun hasil produksi program harus menyadari, bahwa sebuah program yang bagus dan menarik juga merupakan hasil kerja sama tim. Setiap orang yang berada di dalam bagian produksi siaran mempunyai perannya masing-masing.

Televisi komersial yang hadir di era modern ini, Trans7 memiliki karakter yang terbilang cukup kuat di pasar industri media tanah air. Sebagaimana kita ketahui bahwa Trans7 merupakan rekan Trans TV dibawah naungan Transmedia grup. Trans7 hadir dengan program program yang sangat beragam. Tentunya semua ini disajikan pada pemirsa setianya. Program edukasi, hiburan dan informasi pun ada di Trans7.

Berbicara soal fase, Trans7 memiliki fase perkembangan yang dianggap sebagai stasiun televisi paling mendominasi untuk banyak program hiburan. saluran stasiun Trans7 yang semula bernama TV7 memulai jam siarannya pada tanggal 22 Maret 2000 yang diumumkan dalam Tambahan Berita Negara Nomor 8687 Tahun 2001 tanggal 28 Desember 2001 sebagai PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh. Pada tanggal 4 Agustus 2006 Kelompok Kompas Gramedia membangun hubungan

kerjasama strategis dengan CT Corp dan sejak itu TV7 berubah menjadi Trans7.

Saat ini Trans7 beroperasi berdasarkan Izin Penyelenggaraan Penyiaran Nomor 1820 Tahun 2016 tanggal 13 Oktober 2016 yang dikeluarkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, sebagai bagian dari kelompok media yang berada dalam naungan CT Corp.

Trans7 menjadi televisi pilihan pemirsa Indonesia dengan positioning Smart, Entertaining & Family. Berbagai pilihan program yang menghibur sekaligus membuka cakrawala pemirsa untuk lebih mengenal Indonesia dan dunia, lebih mencintai budaya bangsa serta berpetualang menjelajahi alam dengan menyajikan program unggulan yang inspiratif, informatif dan menghibur. Trans7 diharapkan mampu membangun keterikatan pemirsa sebagai televisi sahabat keluarga Indonesia.

Salah satu program Trans7 yakni program Laporan Pak. Jika berbicara tentang kompetitor dari program ini ada beberapa yang mungkin memiliki kesamaan, meskipun perbedaannya juga terlihat cukup signifikan. Seperti program yang terlebih dahulu hadir yakni, OVJ, Sahur Seger, Bercanda Tapi Santai dan Pesbukers. Namun dengan konsep dan karakter serta tema yang berbeda setiap harinya program Laporan Pak cukup terbelah unggul saat ini.

Kita tahu di era covid atau pandemi yang masih mencekam masyarakat Indonesia, Trans7 dengan berani menghadirkan program Gelar Wicara dengan konsep komedi yang merupakan sebuah program yang hadir di awal tahun 2021. Dengan membuat acara komedi Laporan Pak banyak disukai oleh masyarakat. Laporan Pak tayang Senin-Jumat di Trans7 dengan jam penayangan yang terbelah sangat prime time di jam 21.30 WIB. Dengan segmentasi penonton usia remaja 13 tahun keatas.

durasi 75 menit + iklan. Laporan Pak merupakan tontonan yang menghibur bagi banyak orang. Terbukti prestasi yang mereka raih pada penghargaan program prime time Non-Drama Terpopuler dalam ajang penghargaan Indonesian Television Award (ITA) 2021 yang diselenggarakan oleh stasiun televisi swasta RCTI dan Global TV. Program Laporan Pak mengalahkan nominasi saingannya Liga Dangdut Indonesia (Indosiar), On The Spot (Trans7), Mata Najwa (Trans7) dan OVJ (Trans7).

Program Laporan Pak memiliki Karakter yakni ditayangkan perdana pada tanggal 22 Februari 2021 dengan bintang tamu Alm mbak You dan Elmand. Program ini terdiri dari 4 segmen yang dimulai pada jam tayang pukul 21.30 WIB durasi 75 menit. Untuk host dari program ini terdiri dari Andre Taulany, Ayu Ting ting, Andika Pratama, Wendy Cagur, Kiky Sahputri dan Gilang gombloh. Kolaborasi dari pelawak junior dan senior diyakini mampu membuat program ini menjadi hidup dan menghibur. Program Laporan Pak memang bukan satu satunya program gelar wicara komedi yang ada di Indonesia, masih banyak program yang serupa dengan nya. Yakni klinik Tendean TransTV yang memiliki karakter yang kuat dalam hal komedi dan membahas seputar informasi-informasi penting tentang dunia kesehatan yang dibahas menarik dengan narasumbernya dokter tertentu, ada juga OVJ di Trans7 yang dimuat dengan konsep komedi dengan karakter ide acara awalnya yakni pertunjukan wayang – wayangan, Pesbuker di ANTV dengan karakter kuat mereka yang menghadirkan banyak artis dalam satu frame. Tapi terlepas dari itu program Laporan Pak yang baru ditayangkan di Trans7 ini nampaknya memiliki posisi penting di hati pemirsanya. Terbelah program ini

sangat berhasil menghibur penonton setianya dengan produksi yang matang dari tim tentunya. Kita tahu masa pandemic sekarang ini kebanyakan orang-orang masih melakukan aktivitasnya di rumah maka dari itu perlu adanya sajian tayangan yang menghibur dengan konsep komedi seperti Lapor Pak.

Salah satu kelebihan yang diberikan televisi ialah mampu menampilkan hal menarik yang ditangkap oleh indera pendengaran dan penglihatan, mampu menampilkan secara detail suatu peristiwa atau kejadian, suatu produk dan pembicara, karena mempengaruhi dua indera sekaligus, maka efek persuasifnya lebih kuat ketimbang media lainnya, jumlah pemirsanya lebih banyak, sehingga ia merupakan media yang paling populer (Andrianto, 2018) Munculnya dunia televisi dalam kehidupan manusia memang menghadirkan suatu peradaban, khususnya dalam proses komunikasi dan informasi yang bersifat massa (Bahri, 2017)

Program Lapor Pak yang ditayangkan di suasana pandemic ini memiliki konsep yang terbilang unik karena berlatar belakang kantor polisi yang memparodikan kasus-kasus kriminal, isu terkini dan gosip artis dengan cara penyampaian yang mengundang gelak tawa pemirsa. Menariknya, program ini turut mengundang bintang tamu yang juga akan memerankan berbagai peran yang tentunya dapat menghibur pemirsa di rumah. Bintang tamu yang dihadirkan dalam program Lapor Pak juga merupakan publik figur yang tengah diterpa isu hangat. Walaupun program ini masih terbilang baru tapi program ini memiliki rating tinggi yang menempati posisi ketiga untuk acara yang tayang di Trans7 setelah The Police dan On The Spot. Yang menariknya juga program Lapor Pak juga kerap kali masuk dalam 50 besar rating program televisi secara keseluruhan.

Dari latar belakang masalah di atas maka dapat disimpulkan bahwa peneliti ingin mengetahui seperti apa proses produksi yang ada di program Lapor Pak Trans7 selama pandemic dan bagaimana tim produksi mengemas acara Lapor Pak dengan konsep yang unik ini.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Tayangan Televisi TRANS7 Lapor Pak ?
2. Bagaimana Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat di Kota Bogor ?
3. Bagaimana Tayangan Televisi TRANS7 Lapor Pak Terhadap Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat di Kota Bogor ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Tayangan Televisi TRANS7 Lapor Pak
2. Untuk mengetahui Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat di Kota Bogor
3. Tayangan Televisi TRANS7 Lapor Pak Terhadap Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat di Kota Bogor

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang bisa diperoleh dari penelitian ini, baik secara teoritis maupun praktis, adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan pengetahuan khususnya program kajian Ilmu Komunikasi dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya sebagai data teori.
2. Manfaat Praktis
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi

mengenai acara televisi yang menghibur sekaligus bermanfaat di lingkungan masyarakat, dengan begitu rating program siaran Laporan Pak! Akan meningkat dan juga akan bernilai positif bagi media yang menayangkan program tersebut.

BAB 2

TINJUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa Inggris “communication”, diambil dari bahasa Latin “communicatio”, berasal dari kata “communis” yang berarti “sama” (Effendy 2009:9). Kesamaan bahasa yang digunakan dalam percakapan belum tentu akan menciptakan makna yang sama. Dengan kata lain, mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna dari yang digunakan. Artinya suatu komunikasi atau percakapan akan komunikatif jika sama-sama mengerti makna dari bahasa yang digunakan, bukan hanya mengerti dalam bahasanya saja. Laswell dalam Effendy (2009:10) memberikan pengertian komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Maka dalam proses komunikasi akan menciptakan timbal balik antara komunikan dan komunikator. Itu akan memberi arti bahwa makna yang dikomunikasikan oleh komunikator benar telah tersampaikan atau tidak kepada komunikannya.

Dari beberapa ahli tersebut jelas bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian informasi yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang akan menciptakan timbal balik antar keduanya. Komunikasi tersebut akan efektif apabila keduanya saling mengerti makna yang disampaikan, bukan hanya bahasanya saja.

Memahami komunikasi memang bukan hal yang mudah, karena butuh kejelasan dari konsep komunikasi itu sendiri. Untuk membantu memperjelas pemahaman tentang konsep komunikasi. Wenburg, Wilmot, Sereno dan Bodaken dalam Mulyana (2016:67) mengemukakan bahwa setidaknya ada kerangka pemahaman mengenai komunikasi, yakni komunikasi sebagai tindakan satu-arah, komunikasi sebagai interaksi dan komunikasi sebagai transaksi.

Komunikasi pun memiliki fungsi, menurut Gazali dalam Ngalimun (2017:32-33) menurutnya ada empat fungsi utama komunikasi yaitu:

1. *To inform* (menginformasikan), yakni memberikan informasi kepada orang lain tentang suatu peristiwa, masalah, pendapat, pikiran, segala tingkah laku orang lain dan apa yang disampaikan orang lain.
2. *To educate* (mendidik), yakni sebagai sarana pendidikan karena melalui komunikasi, manusia dalam suatu lingkungan masyarakat dapat menyampaikan segala bentuk, ide, gagasan kepada orang lain sehingga orang lain dapat menerima segala bentuk informasi yang kita berikan.
3. *To entertain* (menghibur). Komunikasi juga berfungsi untuk menghibur orang lain dan menyenangkan hati orang lain.
4. *To influence* (mempengaruhi). Selain sebagai sarana untuk menyampaikan pendidikan, informasi, dan sebagai sarana dalam menghibur orang lain, komunikasi juga berfungsi untuk memberikan pengaruh kepada orang lain. Saling mempengaruhi segala bentuk sikap dan orang lain agar mengikuti apa yang diharapkan.

Selain memiliki fungsi komunikasi pun memiliki peran. Menurut Ngalimun (2017:18) media komunikasi berperan sebagai perangkat sosial di Indonesia. Seseorang tidak pernah lepas dari kebutuhan berkomunikasi, baik dia sebagai birokrat, dokter, pengusaha, ulama dan profesi lainnya. Melalui komunikasi inilah orang dapat mengenal, memahami dan menerima satu dengan yang lain. Maka

betapa pentingnya komunikasi, sehingga orang tidak akan mampu berbuat tanpa komunikasi.

2.2 Penyiaran

Penyiaran atau dalam Bahasa Inggris dikenal sebagai Broadcasting adalah keseluruhan penyampaian proses penyampaian siaran yang dimulai dari penyampaian materi produksi, penyampaian bahan siaran, kemudian pemancaran sampai kepada penerimaan siaran tersebut oleh pendengar/pemirsa di satu tempat. Sistem penyiaran yang alat penerima siarannya harus dilengkapi dengan satu unit decoder adalah kurang sejalan dengan definisi broadcasting. Oleh karena itu, pada nama sistemnya harus ditambahkan kata “terbatas”, sehingga menjadi sistem penyiaran terbatas. Sistem penyiaran terbatas misalnya pernah dilakukan oleh salah satu stasiun TV swasta di Jakarta saat awal siarannya pada tahun 1980-an, yaitu harus menggunakan unit decoder yang terkontrol oleh stasiun bersangkutan sehingga pemirsanya harus berlangganan (Djamal & Fachruddin, 2013;45-46).

2.3 Komunikasi Massa

Komunikasi Massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat - alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film (Cangara, 2014:41)

Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baliknya lambat atau tertunda dan sangat terbatas. Akan tetapi, dengan perkembangan teknologi komunikasi yang begitu cepat, khususnya media massa elektronik seperti radio, televisi, dan diposting di media online, Contohnya Instagram, Tiktok atau media online lainnya. Maka umpan balik dari khalayak bisa dilakukan dengan cepat kepada penyiar.

Fungsi komunikasi massa merujuk pada MacBride dalam Effendy (2009 : 27-28) Bahwa komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar - menukar data, fakta, ide, maka fungsi dalam setiap sistem sosial adalah :

1. Informasi :pengumpulan,penyimpanan,pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, dan pesan, opini, yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap lingkungan dan orang lain.
2. Sosialisasi : penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya.
3. Motivasi : menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek, jangka panjang, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan untuk kepentingan umum.
4. Memajukan Kebudayaan : menyebarluaskan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, membangun imajinasi dan mendorong kreativitas serta kebutuhan estetikanya.

2.4 Media Massa

Khalayak tersebar tanpa diketahui di mana mereka berada biasanya digunakan media massa. Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat seperti surat kabar, film, radio, dan televisi (Cangara, 2014:140). Karakteristik media massa dijelaskan sebagai berikut:

- a. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, mulai dari pengumpulan, pengelolaan, sampai dengan penyajian informasi.
- b. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan tidak memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Walaupun terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
- c. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi tersebut diterima dalam waktu yang bersamaan oleh banyak orang.
- d. Memakai peralatan teknis dan mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar dan sebagainya. Bersifat terbuka, artinya pesan dapat diterima oleh siapa saja tidak mengenal batas usia, jenis kelamin, suku bangsa dan dapat diterima dimana saja.

2.4.1 Jenis-Jenis Media massa

Penelitian yang dilakukan oleh Cangara (2016) jenis-jenis media massa dibedakan menjadi tiga yaitu antara lain:

- a. Media Cetak (Print Media)
Media Cetak adalah media massa yang dicetak dalam lembaran kertas. Dari segi format dan ukuran kertas, media massa cetak meliputi
- b. Media Elektronik (Electronic Media)
Media Elektronik adalah jenis media massa yang isinya disebarluaskan melalui suara (audio) atau gambar hidup (video) dengan menggunakan teknologi elektro, yakni radio, televisi, dan film. Radio dan televisi disebut juga media penyiaran (broadcast media).
- c. Media Online (Online Media, Cybermedia)
Media Online –disebut juga Media Daring (Dalam Jaringan), Media Internet, atau Media Siber– adalah media massa yang dapat kita temukan atau disajikan di internet (situs web). Media Online disebut juga situs berita (news site) atau portal berita (news portal), seperti Republika Online, Detik.com, Kompas Cyber Media, dan Viva.co.id

2.5 Televisi

Televisi adalah alat penangkap siaran bergambar, yang berupa audio visual dan penyiaran videonya secara broadcasting. Istilah ini berasal dari bahasa Yunani yaitu tele (jauh) dan vision (melihat), jadi secara harfiah berarti “melihat jauh”, karena pemirsa berada jauh dari studio tv. (Ilham Z, 2010:255).

Sedangkan menurut Adi Badjuri (2010:39) Televisi adalah media pandang sekaligus media pendengar (audio-visual), yang dimana orang tidak hanya memandang gambar yang ditayangkan televisi, tetapi sekaligus mendengar atau mencerna narasi dari gambar tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa televisi merupakan salah satu media massa elektronik yang dapat menyiarkan siarannya dalam bentuk gambar atau video serta suara yang berfungsi memberikan informasi dan hiburan kepada khalayak luas.

2.6 Terpaan Media

Terpaan media adalah suatu perilaku seseorang (audiens) dalam menggunakan media. Terpaan media diartikan sebagai suatu kondisi dimana audiens diterpa oleh suatu isi pesan di dalam media atau bagaimana media menerpa audiens. Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang di konsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (Rakhmat 66:2004).

Terpaan melalui media baru merupakan kondisi audiens diterpa informasi melalui media baru yang disebut juga komunikasi massa karena secara potensial menjangkau khalayak global melalui jaringan dan koneksi internet. Media baru telah muncul sebagai hasil dari inovasi teknologi. Media baru memiliki sifat multi-arah, media baru mendorong bahkan mewadahi respons serta memiliki beragam bentuk dan konten. Media baru, media komunikasi yang mengacu pada konten yang dapat diakses kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital, serta memiliki kemampuan melakukan interaksi antara pemberi informasi dan penerima informasi dan memungkinkan partisipasi kreatif dari berbagai pihak (McQuail: 2011).

Elvinaro (2004) untuk mengukur terpaan media dapat dilihat dari 3 faktor:

1. Frekuensi, dapat diukur berdasarkan seberapa sering komunikasi dari media melihat, membaca, dan mendengarkan media tersebut. Semakin tinggi frekuensi, pesan semakin menempel dalam benak konsumen dan menimbulkan perhatian dari audiens.
2. Perhatian (atensi), suatu proses mental seseorang dalam menyimak pesan di media. Meliputi melihat, membaca, dan mendengarkan media dengan tidak melakukan kegiatan lain. Unsur audio, video, dan sebagainya berperan dalam hal ini. Karena menentukan ketertarikan dan fokus khalayak ketika menyimak isi pesan.
3. Durasi, Yaitu seberapa lama media dilihat, didengarkan dan dibaca oleh khalayak.

2.7 Minat Menonton

Minat bukanlah sesuatu yang dibawa sejak lahir, minat merupakan suatu hasil belajar, mempengaruhi proses belajar selanjutnya, serta mempengaruhi penerimaan minat-minat baru. Proses belajar dipengaruhi oleh minat karena dengan adanya minat, seseorang akan memberikan perhatian yang lebih besar terhadap subjek tertentu. Perhatian yang lebih besar ini membuat seseorang lebih giat dan mudah untuk mempelajari sesuatu. Minat merupakan motivator yang kuat untuk melakukan suatu aktivitas (Sandjaja, 2004:2).

Hurlock (2009: 115) minat selalu berkaitan dengan bobot emosional yang akan menentukan seberapa lama minat akan bertahan dan kepuasan yang diperoleh dari minat itu. Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih.

Effendy (1991: 103) minat adalah kelanjutan perhatian yang merupakan titik

tolak timbulnya hasrat untuk melakukan tindakan yang diharapkan.

Adapun minat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah minat menonton. Sardji (1991: 71) mengatakan bahwa menonton adalah suatu proses yang disadari atau tidak disadari dimana menonton ditempatkan pada alam yang samar yang diharapkan pada tumpuan cahaya dan membantu menghasilkan ilusi diatas layar. Suasana ini menimbulkan emosi pikiran dan perhatian manusia yang dipengaruhi oleh tayangan yang ditonton.

Kamus bahasa Indonesia (2007:74), minat menonton adalah ketentuan hati yang tinggi terhadap sebuah program televisi yang ditayangkan. Minat menonton merupakan kecenderungan hati yang tinggi atau suatu keinginan terhadap sesuatu atau objek, dalam hal ini adalah keinginan untuk menyaksikan tayangan televisi.

(Rakhmat, 2005:52) Minat menonton dapat ditentukan oleh tiga komponen yaitu:

- a. Kognitif, yang berhubungan dengan gejala mengenai wujud pengolahan, pengetahuan dan keyakinan serta harapan individu tentang objek atau produk tertentu. Aspek kognitif dapat diartikan sebagai letak hubungan antar bagian pengetahuan yang telah ada dalam diri yang dikontrol oleh akal. Jadi disini akal sebagai kekuatan yang mengendalikan pikiran.
- b. Afektif, berwujud proses yang menyangkut perasaan tertentu ditunjukkan pada objek tertentu. Aspek afektif dapat diartikan sebagai suasana psikis yang mengambil bagian pribadi dalam situasi dengan jalan membuka diri terhadap suatu yang berbeda dengan keadaan atau nilai dalam diri.
- c. Konatif, proses tendensi atau kecenderungan untuk berbuat atau tindakan suatu objek.

demikian dari beberapa pengertian dan teori-teori tentang minat dan menonton yang disebutkan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan minat menonton dalam penelitian ini adalah suatu keadaan dimana diri individu/khalayak terbangkit untuk mengarahkan perhatiannya secara sadar terhadap objek yang disenanginya dan untuk selanjutnya emosi, pikiran, dan perhatiannya terpengaruhi oleh gambar hidup yang dilihatnya sehingga terangsang untuk mencari objek yang disenangi tersebut.

2.8 Pengaruh

Kamus Besar Bahasa Indonesia (2015:1045), pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang. Pengaruh merupakan suatu daya atau kekuatan yang timbul dari sesuatu, baik itu orang maupun benda serta segala sesuatu yang ada di alam sehingga mempengaruhi apa-apa yang ada disekitarnya (Yosin,2012:1).

surakhmad (2012: 1), Pengaruh adalah kekuatan yang muncul dari sesuatu benda atau orang dan juga gejala dalam yang dapat memberikan perubahan yang dapat membentuk kepercayaan atau perubahan.

Dapat disimpulkan pengaruh merupakan suatu daya atau kekuatan yang dapat timbul dari sesuatu, baik itu watak, orang, benda, kepercayaan dan perbuatan seseorang yang dapat mempengaruhi lingkungan yang ada di sekitarnya.

2.9 Konsep

Kamus Besar Bahasa Indonesia, konsep berarti; pengertian, gambaran mental dari objek, proses, pendapat (paham), rancangan (cita-cita) yang telah dipikirkan. Agar segala kegiatan berjalan dengan sistematis dan lancar, dibutuhkan suatu perencanaan yang mudah dipahami dan dimengerti. Perencanaan yang matang menambah kualitas dari kegiatan tersebut. Di dalam perencanaan kegiatan yang matang tersebut terdapat suatu gagasan atau ide yang akan dilaksanakan atau dilakukan oleh kelompok maupun individu tertentu, perencanaan tadi bisa berbentuk ke dalam sebuah peta konsep.

Pada dasarnya konsep merupakan abstraksi dari suatu gambaran ide, atau menurut Kant yang dikutip oleh Harifudin Cawidu yaitu gambaran yang bersifat umum atau abstrak tentang sesuatu.² Fungsi dari konsep sangat beragam, akan tetapi pada umumnya konsep memiliki fungsi yaitu mempermudah seseorang dalam memahami suatu hal. Karena sifat konsep sendiri adalah mudah dimengerti, serta mudah dipahami.

Adapun pengertian konsep menurut para ahli:

1. Soedjadi, mengartikan konsep ke dalam bentuk atau suatu yang abstrak untuk melakukan penggolongan yang nantinya akan dinyatakan ke dalam suatu istilah tertentu.
2. Bahri, konsep adalah suatu perwakilan dari banyak objek yang memiliki ciri-ciri sama serta memiliki gambaran yang abstrak.
3. Singarimbun dan Effendi, konsep adalah suatu generalisasi dari beberapa kelompok yang memiliki fenomena tertentu sehingga dapat digunakan untuk penggambaran fenomena lain dalam hal yang sama. Adapun konsep yang dimaksud dalam penelitian ini berdasarkan uraian di atas adalah gambaran umum atau abstrak tentang perencanaan yang terungkap di dalam al-Qur'an.

2.10 Program

Kata "Program" berasal dari bahasa Inggris *programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Undang-undang penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah "siaran" yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata "program" lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia dari pada kata "siaran" untuk mengacu kepada pengertian untuk memenuhi kebutuhan audiensnya. Dengan demikian, program memiliki pengertian yang sangat luas.

Programming atau lengkapnya *broadcast programming* adalah pengorganisasian program radio atau televisi dalam periode harian, mingguan atau dalam periode satu bulan. Programming dalam bahasa Indonesia adalah penjadwalan program yang akan diudarakan (*to be aired*). Jadi, sinonim programming adalah *scheduling*. Lembaga penyiaran umumnya menggunakan strategi, yaitu secara rutin mengganti ulang penjadwalan ini untuk tetap merebut perhatian pendengar dan pemirsa (*audience*) dengan hadirnya program-program yang terbaru. Langkah ini dilakukan agar dapat tetap bersaing dengan lembaga penyiaran yang lain dalam satu kawasan.

Program siaran dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari isi siaran radio ataupun televisi secara keseluruhan. Sehingga memberikan pengertian

bahwa dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarkan. Dapat dikatakan bahwa siaran keseluruhan satu stasiun penyiaran tersusun dari beberapa program siaran, masing-masing program siaran ini menempati waktu tertentu dengan durasi tertentu yang biasanya tergantung dari jenis programnya, apakah jenis hiburan, informasi iptek, dan berita. Slot waktu masing-masing program siaran ini dirancang sesuai dengan tema program itu (Programming), sehingga menjadi satu jadwal siaran tiap harinya. Pada stasiun tertentu, program ini telah dirancang dalam satu bulan bahkan enam bulan kedepan.

2.11 Grand Theory (Teori AIDDA)

Teori Ini menelaah perbedaan-perbedaan diantara individu-individu sebagai sasaran media massa ketika mereka diterpa, sehingga menimbulkan efek tertentu. Menurut teori perbedaan individu, individu-individu sebagai anggota sasaran media massa secara efektif, menaruh perhatian kepada pesan-pesan terutama jika pesan yang disampaikan berkaitan dengan kepentingannya, konsisten dengan sikap-sikapnya. Sesuai dengan kepercayaan yang didukung oleh nilai-nilainya. Tanggapan individu terhadap pesan-pesan tersebut diubah oleh tatanan psikologisnya. Jadi efek media massa pada khalayak media massa itu tidak seragam, melainkan beragam disebabkan karena setiap individu berbeda antara satu dengan sama lain dalam struktur kejiwaannya. Anggapan dasar teori ini adalah bahwa manusia amat bervariasi dalam organisasi, psikologisnya, secara pribadi. Variasi ini sebagian dimulai dari dukungan perbedaan secara biologis, tetapi dikarenakan pengetahuan individual yang berbeda.

Teori AIDDA disebut A-A Procedure atau from Attention to Action Procedure. Teori AIDDA dalam Effendy (2005 : 104) merupakan akronim dari:

A: *Attention* (Perhatian) : Keinginan seseorang untuk mencari dan melihat sesuatu.

I : *Interest* (Minat) : Perasaan ingin mengetahui lebih dalam tentang suatu hal yang menimbulkan daya Tarik bagi konsumen.

D : *Disire* (Hasrat/Keinginan) : Kemauan yang timbul dari hati tentang sesuatu yang menarik perhatian.

D : *Decision* (Keputusan) : Kepercayaan untuk melakukan sesuatu hal.

A : *Action* (Tindakan) : Suatu kegiatan untuk merealisasikan keyakinan dan ketertarikan

Terhadap sesuatu Konsep AIDDA menjelaskan suatu proses psikologis yang terjadi pada diri khalayak (komunikasi) dalam menerima pesan komunikasi.

Tahapan di atas mengandung pengertian bahwa setiap proses komunikasi (baik komunikasi tatap muka maupun komunikasi massa) hendaknya dimulai dengan membangkitkan perhatian. Dalam hal ini, sebuah pesan komunikasi harus dapat menimbulkan daya tarik tersendiri sehingga dapat memancing perhatian komunikannya. (Jeffkins, 1997 :120).

Seperti yang telah dijelaskan di atas bahwa konsep dalam teori AIDDA adalah proses psikologis dari diri khalayak, jika dikaitkan dengan topik yang dibahas, Masyarakat di kota bogor yang sedang menonton tayangan televisi trans7 Lapor Pak yang menarik perhatiannya (*attention*), karena tayangan tersebut bukan hanya menampilkan tayangan kepolisian saja tetapi juga menggunakan kelucuan, Untuk itu timbulah minat(*interest*) dari para Masyarakat untuk menyaksikan tayangan tersebut, setelah menyaksikan tayangan yang lucu dan kepolisian, timbul hasrat (*desire*) untuk mencoba menggunakan kelucuan, kemudian, datanglah keputusan

(decision) bahwa masyarakat tersebut akan mencoba menggunakan kelucuan (action) yang digunakan dalam tayangan Lapor Pak.

2.12 Penelitian Terdahulu

1. **Marini (2021)** : Pada penelitian ini, peneliti mengangkat judul yaitu “Pengaruh Tayangan Indonesia Bagus di NET TV Terhadap Tingkat Pengetahuan Tentang Kebudayaan Siswa-Siswi MAN Baturaja.” Peneliti tertarik untuk mengkaji pengaruh tayangan yang ada pada masyarakat saat ini. Banyaknya tayangan yang disuguhkan oleh media televisi, seringkali membawa pengaruh bagi masyarakat yang menontonnya. Maka dari itu, peneliti ingin melihat adakah pengaruh tayangan terhadap masyarakat.

Berdasarkan dari hasil di atas, untuk menguji hipotesis pertama, “Terdapat hubungan antara intensitas menonton televisi dengan tingkat pengetahuan tentang kebudayaan siswa-siswi MAN Baturaja.” Peneliti menggunakan uji Korelasi Regresi Linier dan diperoleh hasil dari Pearson Correlation sebesar $0,100 > 0,05$, maka dapat disimpulkan jika H_0 ditolak. Yang artinya tidak terdapat hubungan antara tingkat intensitas menonton dengan tingkat pengetahuan.

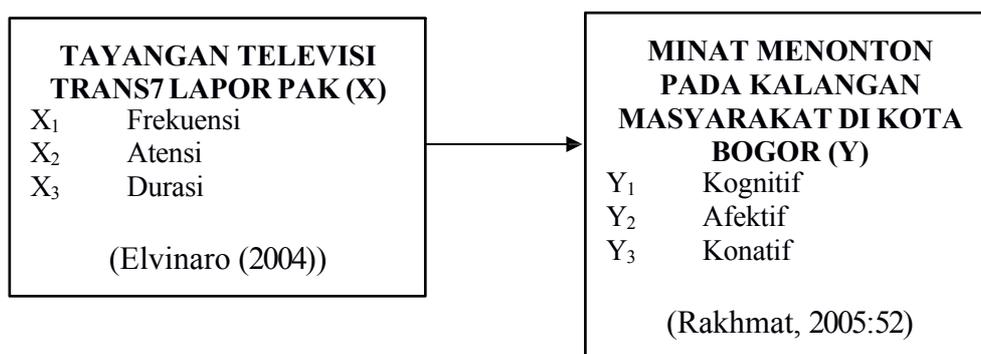
2. **Muhamad Iqbal Afghan (2020)** : Penelitian yang kami teliti bersifat deskriptif kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk membahas pengaruh tayangan kartun di televisi terhadap kemampuan bersosialisasi anak. Penelitian ini akan dilaksanakan di SMP 216 Salemba, Jakarta Pusat pada bulan Juni 2019. Sumber data yang kami gunakan untuk penelitian ini adalah sumber data yang kami peroleh dari pembagian kuesioner di lapangan Tiga hal yang dapat dijadikan indikator untuk mengukur pengaruh menonton tayangan televisi yaitu indikator frekuensi, durasi, dan atensi. Pengukuran frekuensi program mingguan seperti berapa kali dalam sebulan. Sedangkan pengukuran durasi penggunaan media dihitung berapa lama khalayak tergantung pada suatu media, berapa menit khalayak mengikuti program. Kemudian hubungan khalayak dan program berkaitan dengan perhatian atau atensi. Frekuensi, merupakan penggunaan media mengumpulkan data khalayak tentang berapa kali dalam sebulan seseorang mengkonsumsi tayangan suatu program televisi. Durasi merupakan data berupa berapa lama menyaksikan tayangan televisi serta atensi yaitu seberapa besar perhatian pada tayangan televisi. Karakteristik itu mendukung penelitian ini karakteristik demonstrasi partisipan yang dibutuhkan.
3. **Hamzah Palaloi (2013)** : Metode penelitian yang dipergunakan peneliti adalah menggunakan metode kuantitatif yaitu metode yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Periset lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi. (Kriyantono, 2012: 55).

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian Eksplanatif yaitu periset menghubungkan atau mencari sebab akibat antara dua atau lebih konsep (variabel) yang akan diteliti. Peneliti membutuhkan definisi konsep, kerangka konseptual, dan kerangka teori. Peneliti perlu melakukan

kegiatan berteori untuk menghasilkan dugaan awal (hipotesis) antara variabel satu (variabel X) dengan lainnya (variabel Y). Variabel adalah konsep yang bisa diukur. Kegiatan berteori ini ada dalam kerangka teori. (Kriyantono, 2012: 69).

2.13 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir dibuat sesuai judul, yaitu Pengaruh Acara Televisi Trans7 Lapor Pak Terhadap Minat Menonton Di Kalangan Masyarakat Di Kota Bogor. Kerangka berfikir ini dapat digunakan dengan skema sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka berfikir

2.14 Hipotesis

Sugiyono (2013) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Berdasarkan kerangka berfikir yang telah dirumuskan di atas, dapat disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Hipotesis Nol (H₀)

H₀ : Pengaruh Acara Televisi Trans 7 Lapor Pak “X” tidak berpengaruh nyata terhadap Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat “Y”

2. Hipotesis Kerja (H₁)

H₁ : Pengaruh Acara Televisi Trans 7 Lapor Pak “X” berpengaruh nyata terhadap minat menonton masyarakat mengenai Acara Televisi Trans 7 Lapor Pak “Y”

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Peneliti ini menggunakan kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengelola data – data yang berbentuk angka atau kuantitatif yang diangkat. Pendekatan kuantitatif yaitu pencarian data atau informasi dari realitas permasalahan yang ada dengan mengacu pada pembuktian konsep atau teori yang digunakan (Sugiyono, 2015:5). Penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif pada dasarnya merupakan cara seseorang berpikir deduktif dan induktif atau dikenal dengan “*Logiko – hipotetiko – verifikatif*” (Suryadi, 2016:61).

Peneliti menggunakan metode deskriptif dengan tujuan memberikan penjelasan dengan kata – kata dan angka serta menyajikan profil, klarifikasi jenis atau garis besar tahapan guna menjawab pertanyaan seperti siapa, kapan, dimana, dan bagaimana (Neuman 2015:44). Peneliti ingin mengetahui pengaruh melalui variable independen (X) yaitu karakteristik masyarakat (Y) yaitu minat menonton.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja atau *purposive*, yaitu Teknik pemilihan lokasi penelitian dengan berbagai pertimbangan tertentu yang bertujuan agar dapat memperoleh informasi dan data yang akurat dan representif (Sugiyono, 2014:10). Penelitian mengenai Pengaruh Terpaan Tayangan Laporan Pak di Trans7 Pengaruh Acara Televisi TRANS7 Laporan Pak Terhadap Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat di Kota Bogor, yang dilaksanakan dari 22 Februari 2021 hingga sekarang. Pelaksanaan penelitian akan dilakukan dengan cara mengirim tautan *google* formulir melalui media sosial sesuai kriteria yang sudah ditentukan

3.3 Populasi dan sampel

3.3.1 Populasi

Populasi menurut Daniar Pramita (2021, hal. 59) adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian Dalam penelitian ini, populasi yang terdapat pada kota Bogor. Menurut data pada BPS tahun 2022 jumlah penduduk yang ada pada Kota Bogor sebesar 1.063.513 jiwa.

3.3.2 Sampel

Daniar Pramita (2021, hal. 60) Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin peneliti meneliti seluruh populasi.

Sampel yang peneliti gunakan yaitu termasuk kedalam kategori *Non Probability Sampling*. Sugiyono (2018:136) *Non probability* sampling merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi saat akan dipilih sebagai sampel. Ada beberapa kategori yang ada pada *Non Probability Sampling* peneliti menggunakan *Purposive Sampling* pada

kategori ada. Peneliti menggunakan teknik yang berjenis *Purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2019) *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Artinya pengambilan sampel didasarkan pada pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah dirumuskan terlebih dahulu oleh peneliti.

Untuk menentukan sampel dan populasi yang jumlahnya telah diketahui maka menggunakan rumus Taro Yamame Riduwan (2015, hal. 65), yaitu :

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

Keterangan :

n : Ukuran sampel

N : Ukuran Populasi

d : Persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau diinginkan, misalnya 10%

Jumlah populasi yang ada pada di Kota Bogor pada tahun 2022 yaitu 1.063.513 jiwa apabila dilakukan penjumlahan menggunakan rumus *Slovin* maka jumlah sampel yang didapat yaitu :

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

$$n = \frac{1.063.513}{1.063.513(0,01)+1}$$

$$n = \frac{1.063.513}{10.636,13} = 99,99$$

Berdasarkan Hasil perhitungan di atas, maka jumlah sampel minimum yang dibutuhkan adalah 99,99 responden dan bisa dibulatkan menjadi 100 responden.

3.4 Data dan Instrumentasi

Data yang digali pada penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini meliputi data mengenai program acara Lapor Pak, minat menonton pada Kalangan Masyarakat di Kota Bogor, yang mana responden dalam penelitian ini adalah minat menonton pada Kalangan Masyarakat di Kota Bogor. Dalam kaitannya dengan minat menonton pada Kalangan Masyarakat di Kota Bogor.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Kuesioner

Sugiyono (2012: 142) menyatakan “ kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawabnya.” Dalam penelitian ini peneliti memberikan kuesioner kepada responden menyangkut tentang Pengaruh Acara Televisi TRANS7 LAPOR PAK Terhadap Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat Di Kota Bogor dengan memberikan pertanyaan beserta alternatif Jawaban.

3.5.2 Observasi

Observasi merupakan pengamatan secara tersusun terhadap proses-proses

yang terjadi dan yang tampak pada objek penelitian. Observasi yang dilakukan adalah mengolah data hasil penyebaran kuesioner dengan menggunakan metode pengolahan data statistik berupa SPSS.

3.6 Kategorisasi

Berdasarkan penjelasan di atas, lebih lanjut agar teori tersebut jelas penggunaannya maka diterjemahkan kedalam kategorisasi sebagai berikut:

Tabel 3.1 Kategorisasi

Kategori	Kelebihan	Kekurangan
Lapor Pak	Membuat Bahagia dengan lawakan nya dan membuat menghibur	Masih Kurang Cairnya Gilang Gombloh Menurut saya Gilang Gombloh terkadang kurang bisa cair, kurang bisa membaur dengan tokoh lain. Lawakan Gilang Gombloh kurang los dol, sebetulnya kalau lebih di eksplere lagi, dengan lebih membaur dengan tokoh lain. Saya melihat Gilang Gombloh seperti pemain kuda hitam.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan yaitu menggunakan Skala Likert dengan cara statistik, digunakan untuk mengukur data kuantitatif baik jawaban positif maupun negatif, dengan menganalisis dari berbagai statistik dengan menggunakan tabel, angka ataupun grafik yang sudah tersedia. Menurut Sugiyono (2016) “ Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap persepsi dan pendapat seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Indikator yang terdapat dalam Skala Likert adalah :

Tabel 3.2 Teknik Analisis Data

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Setuju	3
Sangat Setuju	4

Setelah mendapatkan data hasil perhitungan yang dibutuhkan peneliti dapat langsung mengolah data dan menganalisis menggunakan software Statistic Program For Social Science (SPSS) berbasis program Windows.

3.8 Uji Instrumen

3.8.1 Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner. Uji validitas ini menggunakan kriteria dengan menghubungkan indikator-indikator dengan total indikator setiap variabel. Menurut Ghazali (2013) Uji validitas ini valid ketika tingkat signifikansi $<0,05$. Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah:

1. Apabila nilai $r_{h\ asil}$ positif serta $r_{h\ asil} > r_{tabel}$, maka variable tersebut dinyatakan data valid.
2. Apabila nilai $r_{h\ asil}$ positif serta $r_{h\ asil} < r_{tabel}$, maka variable tersebut dinyatakan data tidak valid

3.8.2 Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu keandalan dan kestabilan sebuah instrumen, dimaksudkan pada responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan pada kuesioner yang memberikan ukuran yang konstan atau tidak. Hasil dari uji reabilitas ini dapat mencerminkan dapat dipercayanya atau tidak suatu instrumen penelitian. Menurut Ghazali (2013) “Jika hasil uji reliabilitas ini menunjukkan nilai Cronbach’s Alpha lebih besar dari 0,60 maka dikatakan reliabel atau handal”.

Tabel 3.3 Uji Reliabilitas

Interval Kolerasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,19	Sangat Rendah
0,20-0,39	Rendah
0,40-0,59	Sedang
0,60-0,79	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber : Ghazali, 2013

3.9 Definisi Oprasional

Definisi operasional bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam melakukan observasi secara tepat dan cermat terhadap objek pengamatan melalui pendefinisian variabel secara tersusun sistematis berdasarkan karakteristik. Menurut Sujaweni (2014) “ definisi operasional bertujuan untuk memahami arti dari setiap variabel penelitian sebelum melakukan analisis”. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas yaitu karakteristik masyarakat dan Pengaruh Acara Televisi TRANS7 Laporan pak Terhadap Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat.

3.10 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi yang harus dipenuhi agar persamaan regresi dapat digunakan dengan baik atau pengujian asumsi klasik merupakan uji persyaratan analisis sebelum melakukan uji analisis regresi linear sederhana. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji linearitas dan uji heteroskedasitisitas. cara pengujian regresi linier ini di bantu oleh aplikasi SPSS 25 for windows.

3.10.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana adalah alat yang dapat digunakan untuk meningkatkan permintaan masa depan berdasarkan data masa lalu dan menentukan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Tujuan dari metode ini adalah untuk memprediksi besarnya nilai variable

dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen (Siregar, 2013:284)
Model Regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

\hat{Y} = Efektivitas Komunikasi

X=Sikap Masyarakat

a =Konstanta (nilai Y' apabila X = 0)

b =Koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen variabel dependen didasarkan pada variabel bebas.

3.10.2 Uji Koefisiensi Regresi (Uji t)

Ghozali (2018) Uji t digunakan bertujuan untuk menguji tingkat signifikan pengaruh Antara variabel independen dan variabel dependen. Kriteria pengujian ini diterapkan berdasarkan probabilitas. Kriteria yang berlaku pada uji t adalah :

- a) Jika probabilitas $H_1 > 0,05$, maka dinyatakan tidak signifikan,
- b) jika probabilitas $H_1 < 0,05$, maka dinyatakan Signifikan.

3.10.3 Uji Keterandalan Model (Uji F)

Ghozali (2018) Uji statistik F adalah ketepatan fungsi regresi sampel dalam estimasi nilai yang sesungguhnya. Jika nilai signifikansi $F < 0,05$, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel bebas . Uji statistik F memperlihatkan apakah semua yang dimasukan dalam model yang mempengaruhi secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji statistik F mempunyai Signifikan 0,05. Kriteria pengujian hipotesis dalam menggunakan statistik F adalah ketika nilai signifikansi $F < 0,05$, maka hipotesis alternative diterima, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

3.10.4 Uji Koefisien Determinasi

Ghozali (2018) Tujuan dari uji koefisien determinasi variabel dependen. Nilai Koefisien determinasi terletak pada 0 dan 1. Klasifikasi koefisien korelasi yaitu, 0 (tidak ada korelasi), 0- 0,49(Korelasi lemah), 0,50(Korelasi moderat), 0,51-0,99 (korelasi kuat), 1,00 (korelasi sempurna). Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel depend amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti bahwa variabel bebas memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Nama Bogor menurut berbagai pendapat berasal dari kata Buitenzorg nama resmi dari Penjajah Belanda. Menurut pendapat lain Bogor berasal dari kata Bahai yang berarti sapi, yang kebetulan terdapat patung sapi di dalam Kebun Raya Bogor. Sedangkan pendapat ketiga menyebutkan Bogor berasal dari kata Bokor yang berarti tunggul pohon enau (kawung). Dalam versi lain menyebutkan bahwa nama Bogor telah tampil dalam sebuah dokumen tanggal 7 April 1952, disana tertulis "Hoofd Van de Negorij Bogor" yang artinya kurang lebih kepala kampung Bogor, yang menurut informasi bahwa kampung Bogor itu terletak di dalam lokasi Kebun Raya Bogor yang mulai di bangun pada tahun 1817. Asal mula adanya masyarakat Kabupaten Bogor adalah dari penggabungan sembilan kelompok pemukiman oleh Gubernur Jenderal Baron Van Inhof pada tahun 1745, sehingga menjadi kesatuan masyarakat yang berkembang menjadi besar dari waktu ke waktu. Kesatuan masyarakat itulah yang menjadi inti masyarakat Kabupaten Bogor.

4.1.1 Acara lapor pak

Lapor Pak!! adalah sebuah acara komedi kriminal yang tayang di Trans7 mulai tanggal 22 Februari 2021. Dengan mengusung konsep komedi varietas, Lapor Pak!! dikemas melalui sketsa dan gelar wicara dengan latar belakang kantor polisi yang mengkomedikan kasus-kasus kriminal, isu terkini, dan gosip artis dengan cara penyampaian yang bertujuan mengundang gelak tawa pemirsa.

Program ini menghadirkan pemain-pemain tetap seperti Andre Taulany, Andhika Pratama, dan Wendi Cagur yang masing-masing akan berperan sebagai komandan, intel dan penyidik kepolisian, Kiky Saputri yang berperan sebagai polisi wanita, Ayu Ting Ting sebagai petugas kebersihan, serta Gilang Gombloh sebagai tahanan yang belakangan juga memerankan petugas



Gambar 4.1 Poster Acara Lapor Pak
Sumber : Instagram: @officialtrans7

kebersihan setelah diceritakan dibebaskan dari penjara. Belakangan, Ayu juga memerankan karakter Mpok Debita (Depok Betawi Asli), seorang penjaga kantin di sekitar kantor polisi yang namanya mulai disebut-sebut dalam segmen "Radio Lapor Pak! FM", begitupun Andre yang terkadang berperan

sebagai Wan Qodir, seorang polisi yang berasal dari tanah Arab. Surya Insomnia dan Hesti Purwadinata juga menjadi bintang tamu tetap (dan kemudian turut menjadi pemain tetap) dalam program ini. Masing-masing berperan sebagai polisi lalu lintas dan polisi wanita yang juga merupakan asisten Andre. Seorang pemain figuran bernama Dadan Ramdan juga terkadang sering muncul sebagai penyidik polisi yang ikut membantu kinerja pasukan Andre, begitupun beberapa penonton studio yang merupakan anak buah Wendi terkadang ikut terlibat sebagai pemain figuran. Program ini turut mengundang bintang tamu yang juga memerankan berbagai peran.

4.2 Hasil Penelitian

Pada bab ini peneliti akan membahas hasil dari penelitian yang telah dilakukan, yaitu mengenai Pengaruh Tayangan Televisi Trans7 Lapor Pak Terhadap Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat Di Kota Bogor dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini dilakukan berdasarkan dengan uji kuesioner yang telah dibagikan kepada 100 orang responden yang merupakan Masyarakat di Kota Bogor. Dalam penelitian ini peneliti membuat dua variable untuk dijadikan pernyataan, dimana variable tersebut diantaranya Terpaan Tayangan (X) terdiri dari Frekuensi, Atensi dan Durasi, kemudian variable Persepsi (Y) yang terdiri dari Kognitif, Afektif, dan Konatif.

4.2.1 Karakteristik Khalayak

Karakteristik ini merupakan identitas dari khalayak yang dapat memberikan hasil penelitian mengenai Pengaruh Tayangan Televisi Trans7 Lapor Pak Terhadap Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat Di Kota Bogor. Tujuan penelitian untuk mencari karakteristik khalayak berupa usia mengukti akun Instagram Lapor Pak. Berikut ini adalah rangkuman data karakteristik responden pada penelitian ini

1. Usia

Tabel 4.1 Data Usia Responden

Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
18-20	30	30%
21-25	70	70%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan dari table 4.1, Menunjukkan data responden yang berusia 21-25 tahun Mendominasi banyak nya jumlah responden yang menonton Tayangan Lapor pak, yaitu sebanyak 70% dari 100 responden. Lalu 30% adalah responden yang berusia 18-20 Tahun.

Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berusia 21-25 tahun.

2. Follow Akun Instagram

Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Mengikuti Akun Instagram Lapor Pak

Follow akun Instagram Lapor Pak	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Iya	70	70%
Tidak	30	30%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Dari Table 4.2, data responden penonton Tayangan Lapor Pak berdasarkan Mengikuti/Follow Akun Instagram Lapor pak didominasi oleh banyak nya responden yang mengikuti akun Instagram Lapor Pak sebanyak 70%, lali yang tidak mengikuti akun Instagram Lapor Pak hanya 30%.

4.2.2 Terpaan Tayangan

1. Frekuensi

Tabel 4.3 Data responden berdasarkan pernyataan “Apakah anda pernah menonton Tayangan Lapor Pak Pada televisi ?”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	35	35%
Setuju	46	46%
Tidak Setuju	8	8%
Sangat Tidak Setuju	13	13%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan dari Table 4.3, pada indikator Frekuensi dengan Pertanyaan “Apakah anda pernah menonton Tayangan Lapor Pak Pada televisi ?” didapatkan data sebanyak 35% responden Sangat Setuju, 46% Setuju, 8% responden Tidak setuju, 13% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden menyetujui jika mereka pernah menonton tayangan Lapor Pak pada televisi.

Tabel 4.4 Data responden berdasarkan pernyataan “Saya mengetahui program acara tayang Lapor Pak”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	54	54%
Setuju	30	30%
Tidak Setuju	10	10%
Sangat Tidak Setuju	6	6%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan dari Tabel 4.4, pada indikator Frekuensi dengan Pertanyaan “Saya mengetahui program acara tayang Lapor Pak” didapatkan data sebanyak 54% responden Sangat Setuju, 30% Setuju, 10% responden Tidak setuju, 6% responden Sangat tidak setuju. Dapat

disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Sangat menyetujui jika mereka Mengetahui Program acara tayangan Lapor Pak, dengan jumlah data sebanyak 54%.

Tabel 4.5 Data responden berdasarkan pernyataan “Saya sering menonton tayangan Lapor Pak Trans7 ?”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentasi (%)
Sangat Setuju	20	20%
Setuju	48	48%
Tidak Setuju	24	24%
Sangat Tidak Setuju	8	8%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan dari Tabel 4.5, pada indikator Frekuensi dengan Pertanyaan “Saya sering menonton tayangan Lapor Pak Trans7 ?” didapatkan data sebanyak 20% responden Sangat Setuju, 48% Setuju, 24% responden Tidak setuju, 8% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden menyetujui jika mereka sering menonton tayangan Lapor Pak Trans7.

Tabel 4.6 Data responden berdasarkan pernyataan “Saya suka dengan tayangan Lapor Pak ?”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentasi (%)
Sangat Setuju	35	35%
Setuju	48	48%
Tidak Setuju	12	12%
Sangat Tidak Setuju	5	5%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan dari Tabel 4.6, pada indikator Frekuensi dengan Pertanyaan “Saya suka dengan tayangan Lapor Pak ?” didapatkan data sebanyak 35% responden Sangat Setuju, 48% Setuju, 12% responden Tidak setuju, 5% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden menyetujui jika mereka suka dengan tayangan Lapor Pak Trans7.

Tabel 4.7 Data responden berdasarkan pernyataan “Saya menonton acara Lapor Pak di televisi ketika ada waktu luang”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentasi (%)
Sangat Setuju	31	31%
Setuju	54	54%
Tidak Setuju	10	10%
Sangat Tidak Setuju	5	5%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan dari Tabel 4.7, pada indikator Frekuensi dengan Pertanyaan “Saya menonton acara Lapor Pak di televisi ketika ada waktu luang” didapatkan data sebanyak 31% responden Sangat Setuju, 54% Setuju, 10% responden Tidak setuju, 5% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden menyetujui jika mereka menonton acara Lapor Pak di televisi ketika ada waktu luang.

2. Atensi

Tabel 4.8 data responden berdasarkan pernyataan “Saya tertarik mengikuti program acara Lapor Pak Karena Pesan disampaikan pada program tersebut menarik

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	30	30%
Setuju	54	54%
Tidak Setuju	11	11%
Sangat Tidak Setuju	5	5%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.8, pada indikator Atensi dengan Pertanyaan “Saya tertarik mengikuti program acara Lapor Pak Karena Pesan disampaikan pada program tersebut menarik” didapatkan data sebanyak 30% responden Sangat Setuju, 54% Setuju, 11% responden Tidak setuju, 5% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden menyetujui jika mereka tertarik mengikuti program acara Lapor Pak Karena Pesan disampaikan pada program tersebut menarik.

Tabel 4.9 data responden berdasarkan pernyataan “Saya tertarik mengikuti program acara Lapor Pak Karena pesan yang disampaikan dapat mengedukasi”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	30	30%
Setuju	56	56%
Tidak Setuju	10	10%
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.9, data berdasarkan pernyataan “Saya tertarik mengikuti program acara Lapor Pak Karena pesan yang disampaikan dapat mengedukasi” didapatkan data sebanyak 30% responden Sangat Setuju, 56% Setuju, 10% responden Tidak setuju, 4% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden menyetujui jika mereka tertarik mengikuti program acara Lapor Pak Karena pesan yang disampaikan dapat mengedukasi.

Tabel 4.10 data responden berdasarkan pernyataan “Kualitas Audio yang di gunakan program tayangan Lapor Pak membuat saya memperhatikan tayangan tersebut”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	34	34%
Setuju	60	60%
Tidak Setuju	3	3%
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.10, data berdasarkan pernyataan “Kualitas Audio yang digunakan program tayangan Lapor Pak membuat saya memperhatikan tayangan tersebut” didapatkan data sebanyak 34% responden Sangat Setuju, 60% Setuju, 3% responden Tidak setuju, 3% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden menyetujui jika Kualitas Audio yang di gunakan program tayangan Lapor Pak membuat saya memperhatikan tayangan tersebut.

Tabel 4.11 data responden berdasarkan pernyataan “Penyampaian pesan menggunakan gaya bahasa sindiran pada program Tayangan Lapor Pak menarik perhatian saya”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	50	50%
Setuju	40	40%
Tidak Setuju	8	8%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.11, data berdasarkan pernyataan “Penyampaian pesan menggunakan gaya bahasa sindiran pada program Tayangan Lapor Pak menarik perhatian saya” didapatkan data sebanyak 50% responden Sangat Setuju, 40% Setuju, 8% responden Tidak setuju, 2% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Sangat Menyetujui jika Penyampaian pesan menggunakan gaya bahasa sindiran pada program Tayangan Lapor Pak menarik perhatian saya.

Tabel 4.12 data responden berdasarkan pernyataan “Saya berusaha mengartikan istilah asing (belum saya ketahui) dari acara Lapor Pak di Trans7”

Skala pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	23	23%
Setuju	56	56%
Tidak Setuju	15	15%
Sangat Tidak Setuju	6	6%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.12, data berdasarkan pernyataan “Saya berusaha mengartikan istilah asing (belum saya ketahui) dari acara Lapor Pak di Trans7” didapatkan data sebanyak 23% responden Sangat Setuju, 56% Setuju, 15% responden Tidak setuju, 6% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Menyetujui jika mereka berusaha mengartikan istilah asing (belum saya ketahui) dari acara Lapor Pak di Trans7.

3. Durasi

Tabel 4.13 data responden berdasarkan pernyataan “Durasi program tayangan Lapor Pak sangat sesuai dengan keinginan saya”

Skala Pengukuran	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	20	20%
Setuju	60	60%
Tidak Setuju	15	15%
Sangat Tidak Setuju	5	5%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.13, data berdasarkan pernyataan “Durasi program tayangan Lapor Pak sangat sesuai dengan keinginan saya” didapatkan data sebanyak 20% responden Sangat Setuju, 60% Setuju, 15% responden Tidak setuju, 5% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Menyetujui jika Durasi program tayangan Lapor Pak sangat sesuai dengan keinginan mereka.

Tabel 4.14 data responden berdasarkan pernyataan “Saya merasa bosan ketika menonton tayangan Lapor Pak karena durasi terlalu lama”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	15	15%
Setuju	15	15%
Tidak Setuju	45	45%
Sangat Setuju	25	25%
Total	100	100%

(Sumbe: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 14, data berdasarkan pernyataan “Saya merasa bosan ketika menonton tayangan Lapor Pak karena durasi terlalu lama” didapatkan data sebanyak 15% responden Sangat Setuju, 15% Setuju, 45% responden Tidak setuju, 25% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Tidak Menyetujui jika mereka merasa bosan ketika menonton tayangan Lapor Pak karena durasi terlalu lama.

Tabel 4.15 data responden berdasarkan pernyataan “Saya merasa durasi tayangan Lapor Pak terlalu singkat”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	10	10%
Setuju	42	42%
Tidak Setuju	41	41%
Sangat Setuju	7	7%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.15, data berdasarkan pernyataan “Saya merasa durasi tayangan Lapor Pak terlalu singkat” didapatkan data sebanyak 10% responden Sangat Setuju, 42% Setuju, 41% responden Tidak setuju, 7% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Menyetujui jika mereka merasa durasi tayangan Lapor Pak terlalu singkat.

Tabel 4.16 data responden berdasarkan pernyataan “Saya merasa kesal karena jeda iklan membuat durasi tayangan lapor pak menjadi singkat/terpotong”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	41	41%
Setuju	55	55%
Tidak Setuju	2	2%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.16, data berdasarkan pernyataan “Saya merasa kesal karena jeda iklan membuat durasi tayangan lapor pak menjadi singkat/terpotong” didapatkan data sebanyak 41% responden Sangat Setuju, 55% Setuju, 2% responden Tidak setuju, 2% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Menyetujui jika mereka merasa kesal karena jeda iklan membuat durasi tayangan lapor pak menjadi singkat/terpotong.

Tabel 4.17 data responden berdasarkan pernyataan “Saya merasa setiap scene durasi tayangan Lapor Pak masih terlalu singkat”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	26	26%
Setuju	55	55%
Tidak Setuju	10	10%
Sangat Tidak Setuju	9	9%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.17, data berdasarkan pernyataan “Saya merasa setiap scene durasi tayangan Lapor Pak masih terlalu singkat” didapatkan data sebanyak 26% responden Sangat Setuju, 55% Setuju, 10% responden Tidak setuju, 9% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Menyetujui jika mereka merasa setiap scene durasi tayangan Lapor Pak masih terlalu singkat.

4.2.3 Minat Menonton

1. Kognitif

Tabel 4.18 data responden berdasarkan pernyataan “Saya mengetahui tayangan televisi Lapor Pak dapat melakukan sindiran sebagai salah satu untuk mengurangi korupsi”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	52	52%
Setuju	40	40%
Tidak Setuju	5	5%
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.18, data berdasarkan pernyataan “Saya mengetahui tayangan televisi Lapor Pak dapat melakukan sindiran sebagai salah satu untuk mengurangi korupsi” didapatkan data sebanyak 52% responden Sangat Setuju, 40% Setuju, 5% responden Tidak setuju, 3% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Sangat Menyetujui jika mereka mengetahui tayangan televisi Lapor Pak dapat melakukan sindiran sebagai salah satu untuk mengurangi korupsi.

Tabel 4.19 data responden berdasarkan pernyataan “Saya melihat tayangan Lapor Pak di televisi agar dapat melatih diri agar lebih tertip dengan kepolisian”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	40	40%
Setuju	45	45%
Tidak Setuju	10	10%
Sangat Tidak Setuju	5	5%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.19, data berdasarkan pernyataan “Saya melihat tayangan Lapor Pak di televisi agar dapat melatih diri agar lebih tertip dengan kepolisian” didapatkan data sebanyak 40% responden Sangat Setuju, 45% Setuju, 10% responden Tidak setuju, 5% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Menyetujui jika mereka melihat tayangan Lapor Pak di televisi agar dapat melatih diri agar lebih tertip dengan kepolisian.

Tabel 4.20 data responden berdasarkan pernyataan “Tayang "Lapor Pak" membuat saya mengetahui acara tersebut dapat mendidik ke kita semua”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	30	30%
Setuju	56	56%
Tidak Setuju	10	10%
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.20, data berdasarkan pernyataan “Tayang "Lapor Pak" membuat saya mengetahui acara tersebut dapat mendidik ke kita semua” didapatkan data sebanyak 30% responden Sangat Setuju, 56% Setuju, 10% responden Tidak setuju, 4% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Menyetujui jika mereka Tayang "Lapor Pak" membuat saya mengetahui acara tersebut dapat mendidik ke kita semua.

Tabel 4.21 data responden berdasarkan pernyataan “Saat pertama kali melihat iklan tayangan “Lapor Pak” saya mengetahui bahwa acara yang diberikan mendidik untuk masyarakat”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	20	20%
Setuju	66	66%
Tidak Setuju	10	10%
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.21, data berdasarkan pernyataan “Saat pertama kali melihat iklan tayangan “Lapor Pak” saya mengetahui bahwa acara yang diberikan mendidik untuk masyarakat” didapatkan data sebanyak 20% responden Sangat Setuju, 66% Setuju, 10% responden Tidak setuju, 4% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Menyetujui jika mereka Saat pertama kali melihat iklan tayangan “Lapor Pak” saya mengetahui bahwa acara yang diberikan mendidik untuk masyarakat.

Tabel 4. 22 data responden berdasarkan pernyataan “Saat saya menonton tayangan Lapor Pak saya sudah mengerti arti penting menaati peraturan lalu lintas”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	30	30%
Setuju	56	56%
Tidak Setuju	11	11%
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.22, data berdasarkan pernyataan “Saat saya menonton tayangan Lapor Pak saya sudah mengerti arti penting menaati peraturan lalu lintas.” didapatkan data sebanyak 30% responden Sangat Setuju, 56% Setuju, 11% responden Tidak setuju, 3% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Menyetujui jika mereka menonton tayangan Lapor Pak saya sudah mengerti arti penting menaati peraturan lalu lintas.

2. Afektif

Tabel 4.23 data responden berdasarkan pernyataan “Saya merasa terdorong tayangan Lapor Pak salah satu acara supaya tidak melakukan korupsi”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	40	40%
Setuju	54	54%
Tidak Setuju	4	4%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.23, data berdasarkan pernyataan “Saya merasa terdorong tayangan Lapor Pak salah satu acara supaya tidak melakukan korupsi” didapatkan data sebanyak 40% responden Sangat Setuju, 54% Setuju, 4% responden Tidak setuju, 2% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Menyetujui jika mereka merasa terdorong tayangan Lapor Pak salah satu acara supaya tidak melakukan korupsi.

Tabel 4.24 data responden berdasarkan pernyataan “Saya merasa terdidik dengan tayangan Lapor Pak yang tidak boleh melanggar rambu lalu lintas”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	40	40%
Setuju	53	53%
Tidak Setuju	4	4%
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.24, data berdasarkan pernyataan “Saya merasa terdidik dengan tayangan Lapor Pak yang tidak boleh melanggar rambu lalu lintas” didapatkan data sebanyak 40% responden Sangat Setuju, 53% Setuju, 4% responden Tidak setuju, 3% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Menyetujui jika mereka merasa terdidik dengan tayangan Lapor Pak yang tidak boleh melanggar rambu lalu lintas.

Tabel 4.25 data responden berdasarkan pernyataan “Menurut saya tayangan Lapor Pak menarik perhatian melalui kelucuan nya”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	54	54%
Setuju	42	42%
Tidak Setuju	2	2%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.25, data berdasarkan pernyataan “Menurut saya tayangan Lapor Pak menarik perhatian melalui kelucuan nya” didapatkan data sebanyak 54% responden Sangat Setuju, 42% Setuju, 2% responden Tidak setuju, 2% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Sangat Menyetujui jika menurut mereka tayangan Lapor Pak menarik perhatian melalui kelucuan nya.

Tabel 4.26 data responden berdasarkan pernyataan “Saya tertarik dengan gombalan-gombalan dari Andhika Pratama ke setiap wanita di tayangan lapor pak membuat saya tersenyum”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	30	30%
Setuju	56	56%
Tidak Setuju	10	10%
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.26, data berdasarkan pernyataan “Saya tertarik dengan gombalan-gombalan dari Andhika Pratama ke setiap wanita di tayangan lapor pak membuat saya tersenyum” didapatkan data sebanyak 30% responden Sangat Setuju, 56% Setuju, 10% responden Tidak setuju, 4% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Menyetujui jika mereka tertarik dengan gombalan-gombalan dari Andhika Pratama ke setiap wanita di tayangan lapor pak membuat mereka tersenyum.

Tabel 4.27 data responden berdasarkan pernyataan “Saya merasa takut tayangan Lapor Pak tidak di tayangkan lagi di Trans7”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	40	40%
Setuju	48	48%
Tidak Setuju	10	10%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.27, data berdasarkan pernyataan “Saya merasa takut tayangan Lapor Pak tidak di tayangkan lagi di Trans7” didapatkan data sebanyak 40% responden Sangat Setuju, 48% Setuju, 10% responden Tidak setuju, 2% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Menyetujui jika mereka merasa takut tayangan Lapor Pak tidak di tayangkan lagi di Trans7.

3. Konatif

Tabel 4.28 data responden berdasarkan pernyataan “Saya cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Andre Taulany sebagai komandan di acara Lapor Pak”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	33	33%
Setuju	61	61%
Tidak Setuju	4	4%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.28, data berdasarkan pernyataan “Saya merasa takut tayangan Lapor Pak tidak di tayangkan lagi di Trans7” didapatkan data sebanyak 33% responden Sangat Setuju, 61% Setuju, 4% responden Tidak setuju, 2% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Menyetujui jika mereka cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Andre Taulany sebagai komandan di acara Lapor Pak.

Tabel 4.29 data responden berdasarkan pernyataan “Saya cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Andhika Pratama sebagai Intel Kepolisian di acara Lapor Pak”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	20	20%
Setuju	70	70%
Tidak Setuju	5	5%
Sangat Tidak Setuju	5	5%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.29, data berdasarkan pernyataan “Saya cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Andhika Pratama sebagai Intel Kepolisian di acara Lapor Pak” didapatkan data sebanyak 20% responden Sangat Setuju, 70% Setuju, 5% responden Tidak setuju, 5% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Menyetujui jika mereka cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Andhika Pratama sebagai Intel Kepolisian di acara Lapor Pak.

Tabel 4.30 data responden berdasarkan pernyataan “Saya cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Surya Insomnia sebagai Polisi Rambu Lalu lintas di acara Lapor Pak”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	30	30%
Setuju	60	60%
Tidak Setuju	8	8%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.30, data berdasarkan pernyataan “Saya cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Surya Insomnia sebagai Polisi Rambu Lalu lintas di acara Lapor Pak” didapatkan data sebanyak 30% responden Sangat Setuju, 60% Setuju, 8% responden Tidak setuju, 2% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Menyetujui jika mereka cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Surya Insomnia sebagai Polisi Rambu Lalu lintas di acara Lapor Pak.

Tabel 4.31 data responden berdasarkan pernyataan “Saya cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Hesti Purwadinata sebagai sekretaris Komandan di acara Lapor Pak”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	30	30%
Setuju	58	58%
Tidak Setuju	10	10%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.31, data berdasarkan pernyataan “Saya cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Hesti Purwadinata sebagai sekretaris Komandan di acara Lapor Pak” didapatkan data sebanyak 30% responden Sangat Setuju, 58% Setuju, 10% responden Tidak setuju, 2% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Menyetujui jika mereka cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Hesti Purwadinata sebagai sekretaris Komandan di acara Lapor Pak.

Tabel 4.32 data responden berdasarkan pernyataan “Saya cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Ayu Tingting sebagai petugas kebersihan (OB) di acara Lapor Pak”

Skala Pengukuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Setuju	30	30%
Setuju	57	57%
Tidak Setuju	10	10%
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Total	100	100%

(Sumber: Data Premier, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.32, data berdasarkan pernyataan “Saya cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Ayu Tingting sebagai petugas kebersihan (OB) di acara Lapor Pak” didapatkan data sebanyak 30% responden Sangat Setuju, (57%) Setuju, 10% responden Tidak setuju, (3%) responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Menyetujui jika mereka cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Ayu Tingting sebagai petugas kebersihan (OB) di acara Lapor Pak.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Linear Sederhana

Dalam melakukan hipotesis yang ada di penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik pengujian analisis regresi linier sederhana. Menurut Imam Ghazali (Ghozali, 2016) Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen. Tujuan dilakukannya pengujian regresi linier sederhana adalah mencari tahu bagaimana hubungan yang terdapat antara variabel independen dengan variabel dependen,

Tabel 4.33 Hasil Uji Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	Sig.	
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	14.109	2.884		4.891	.000
	Tayangan	.741	.064	.761	11.597	.000

a. Dependent Variable: Minat Menonton

(Sumber, Data Premier, 2023)

$$Y = 14.109 + 0,741X$$

Dimana X = Tayangan

Y = Minat Menonton

Jika Nilai X = 0 akan diperoleh Y=14.109

Dilihat pada Tabel 33 di atas memiliki arti bahwa nilai (a) atau konstanta sebesar 14.109 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat Tayangan (X) bernilai nol atau tidak meningkat, maka Minat Menonton (Y) akan tetapi bernilai 14.109 (Positive) koefisien nilai (b) sebesar 0,741 (Positive) yaitu menunjukkan bahwa apabila ada Tayangan acara Laporan Pak maka Minat menonton pada kota Bogor bertambah, hal ini dapat dilihat dari table 33 yang di mana *Constant* atau Y bersifat positif 14.109 dan dapat bertambah apabila ada pengaruh yang searah dari Tayangan maka dapat meningkatkan Minat Menonton sebesar 0,741 satuan.

4.3.2 Uji Koefisien Regresi T

Tabel 4.34 Uji Koefisien Regresi T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	Sig.	
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	14.109	2.884		4.891	.000
	TAYANGAN	.741	.064	.761	11.597	.000

a. Dependent Variable: MINAT MENONTON

(Sumber: Data Premiere, 2023)

Tabel diatas menunjukkan Hasil uji t digunakan untuk mengevaluasi Pengaruh Tayangan Televisi Trans7 Laporan Pak Terhadap Minat Menonton

Pada Kalangan Masyarakat di Kota Bogor. Berdasarkan hasil nilai dalam tabel, dapat dikembangkan sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

Jika nilai tabel disubstitusikan, maka diperoleh nilai sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 14.109, mengandung arti bahwa nilai konsistensi tayangan televisi trans7 Lapor Pak terhadap kalangan masyarakat di kota bogor adalah sebesar 14.109.
2. Koefisien regresi X sebesar 0,741 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai tayangan televisi trans7 lapor pak, maka nilai sikap masyarakat bertambah sebesar 0,741.
3. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah positif
4. Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel coefficient diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tayangan televisi trans7 lapor pak berpengaruh terhadap kalangan masyarakat di kota bogor
5. Berdasarkan nilai T diketahui T_{hitung} sebesar $11.597 > T_{tabel}$ 4.891, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Tayangan Televisi Trans7 Lapor Pak(X) Minat Menonton Pada Kalangan di Kota Bogor(Y).

4.3.3 Uji Simultan F

Tabel 4.35 Hasil Uji Simultan F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4883.830	1	4883.830	134.483	.000 ^b
	Residual	3558.930	98	36.316		
	Total	8442.760	99			

a. Dependent Variable: MINAT MENONTON

b. Predictors: (Constant), TAYANGAN

(Sumber: Data Premier, 2023)

Tabel diatas menunjukkan hasil uji F simultan menguji apakah variabel Tayangan Televisi Trans7 Lapor Pak yang mempunyai pengaruh simultan Minat menonton menonton pada kalangan masyarakat di kota bogor tabel dapat dilihat bahwa nilai F hitung 134.483 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,005$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel X yaitu Tayangan Televisi Trans7 Lapor Pak berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) minat menonton pada kalangan masyarakat. Dengan demikian HI (tayangan televisi trans7 lapor pak berpengaruh minat menonton pada kalangan masyarakat) diterima. Artinya, tayangan televisi trans7 lapor pak berpengaruh signifikan minat menonton kalangan masyarakat.

4.3.4 Koefisien Determinasi

Tabel 4.36 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.761 ^a	.578	.574	6.026

a. Predictors: (Constant), X

(Sumber: Data Premier, 2023)

Dari tabel 36 di atas dapat dilihat nilai *R Square* sebesar 0,578 artinya Tayangan Televisi Trans7 Lapor Pak memiliki pengaruh Terhadap Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat di Kota Bogor pada 100 responden sebesar 58% sedangkan sisanya 42% (100-58) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti uraikan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Tayangan Televisi Trans7 Lapor Pak memiliki pengaruh yang baik dalam mempengaruhi Terhadap Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat di Kota Bogor, sehingga tayangan lapor pak dapat melihat penilaian masyarakat terhadap minat menonton dalam memberikan kelucuan terkait tayangan lapor pak.

4.4 Pengaruh Tayangan Televisi Trans7 Lapor Pak Terhadap Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat di Kota Bogor

Penelitian mengenai Pengaruh Tayangan Televisi Trans 7 Lapor Pak Terhadap Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat di Kota Bogor ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh melalui Tayangan Televisi Trans7 Lapor Pak Terhadap Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa yang mengisi kuesioner tentang tayangan Lapor Pak dengan jumlah 100 orang yang mengisi kuesioner ini mulai memiliki usia mulai dari 18 sampai 30 tahun.

Peneliti melakukan analisis masalah dengan menguji variable X dan Y, untuk mengetahui seberapa besar variable terpaan tayangan dalam mempengaruhi persepsi khalayak. Untuk pengujian hal itu, peneliti menggunakan metode analisis regresi sederhana, uji F dan uji T.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, hasil dari uji T untuk variable Terpaan Tayangan memiliki signifikansi sebesar 0,000 yang menandakan lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05. Dari hasil uji in akan dikaitkan dengan hipotesis yang telah diajukan yaitu:

H_0 : tidak berpengaruh nyata terhadap Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat

H_1 : Berpengaruh nyata terhadap Minat Menonton masyarakat mengenai Tayangan Televisi Trans 7 Lapor Pak

Dari hasil uji T yang sudah dilakukan, maka hasil yang didapat menjelaskan bahwa Tayangan Televisi Trans7 Lapor Pak, atau H_1 dapat diterima. Hal ini

menjelaskan bahwa penonton Tayangan Lapor Pak dapat mempengaruhi Minat penontonnya.

Dilihat dari hasil nilai R-Square (R²) yaitu sebesar 0,578 hal ini menjelaskan bahwa tayangan televisi trans7 Lapor Pak berpengaruh pada minat menonton, yakni sebesar 58%.

4.5 Teori AIDDA Dalam Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat di Kota Bogor Terhadap Tayangan Televisi Trans 7 Lapor Pak

Minat Menonton Masyarakat Lapor Pak karena tayangan tersebut dapat menarik masyarakat dengan komedi yang dapat diterima oleh masyarakat luas dengan menggunakan gaya Bahasa yang menarik dalam memberikan informasi. Tayangan tersebut memberikan berbagai kesan kepada masyarakat mulai dari lucu, mengedukasi, sampai emosi. Hal tersebut memberikan efek menggunakan gaya Bahasa yang mempengaruhi tanggapan masyarakat mengenai minat menonton masyarakat terhadap tayangan televisi trans 7 lapor pak. Tayangan lapor pak memberikan pesan-pesan yang dapat mempengaruhi persepsi pada masyarakat. Efek dari pesan dapat bervariasi sesuai pesan yang disampaikan pada tangan lapor pak.

Teori AIDDA dalam komunikasi adalah, peran komunikator sebagai penyampai pesan berperan penting. Strategi komunikasi yang dilakukan harus luwes sehingga komunikator sebagai pelaksana dapat segera mengadakan perubahan apabila ada suatu faktor yang mempengaruhi. Suatu pengaruh yang menghambat komunikasi bisa datang sewaktu-waktu, lebih lagi jika komunikasi dilangsungkan melalui media massa. Faktor-faktor yang berpengaruh bias terdapat pada komponen komunikasi, sehingga efek yang diharapkan tak kunjung tercapai.

Onong Effendy dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat komunikasi (2000:304), menyebutkan bahwa para ahli komunikasi cenderung untuk sama-sama berpendapat bahwa dalam melancarkan komunikasi lebih baik mempergunakan pendekatan apa yang disebut A-A Procedure atau from Attention to Action Procedure. A-A Procedure ini sebenarnya penyederhanaan dari suatu proses yang disingkat AIDDA. Ada lima tahap yang dilalui oleh seorang individu

1. Attention (Perhatian)

Keinginan seseorang untuk mencari dan melihat sesuatu. Pada tahap ini masyarakat masih mencari dan melihat informasi yang diberikan pada tayangan lapor pak.

Hal tersebut dapat dilihat dari hasil penelitian kognitif yang didapatkan data sebanyak (52%) responden Sangat Setuju, (40%) Setuju, (5%) responden Tidak setuju, (3%) responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden masyarakat kota bogor, Sangat Menyetujui jika mereka mengetahui tayangan televisi Lapor Pak dapat sering melakukan sindiran sebagai salah satu untuk mengurangi korupsi. Dengan tingginya persentase yang menjawab setuju minat kognitif, data yang dimuat pada Tabel 4.18 indikator minat kognitif ini menunjukkan responden memiliki mengenai salah satu untuk mengurangi korupsi.

2. Interest (Minat)

Perasaan ingin mengetahui lebih dalam tentang suatu hal yang menimbulkan daya Tarik bagi konsumen. Pada tahap kedua ini masyarakat masih mencari daya tarik yang diberikan pada tayangan lapor pak

Hal tersebut dapat dilihat dari hasil penelitian Efektif yang didapatkan data sebanyak (40%) responden Sangat Setuju, (54%) Setuju, (4%) responden Tidak setuju, (2%) responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Menyetujui jika mereka merasa terdorong tayangan Lapor Pak salah satu acara supaya tidak melakukan korupsi. Dengan tingginya persentase yang menjawab setuju minat Afektif, data yang dimuat pada Tabel 4.23 indikator minat Afektif ini menunjukkan responden memiliki mengenai supaya tidak melakukan korupsi

3. Disire (Hasrat/Keinginan)

Kemauan yang timbul dari hati tentang sesuatu yang menarik perhatian. Pada tahap ini masyarakat masih memiliki Hasrat/Keinginan yang diberikan pada tayangan lapor pak.

Hal tersebut dapat dilihat dari hasil yang didapatkan data sebanyak (40%) responden Sangat Setuju, (53%) Setuju, (4%) responden Tidak setuju, (3%) responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Menyetujui jika mereka merasa terdidik dengan tayangan Lapor Pak yang tidak boleh melanggar rambu lalu lintas. Seperti tabel 4.24 masih banyak yang menjawab setuju minat Afektif ini menunjukkan responden memiliki Hasrat/Keinginan untuk mentaati rambu lalu lintas.

4. Decision (Keputusan)

Kepercayaan untuk melakukan sesuatu hal. Tahap ini masyarakat masih memiliki keputusan yang diberikan oleh tayangan lapor pak.

Hal tersebut dapat juga dilihat dari hasil yang didapatkan data sebanyak (33%) responden Sangat Setuju, (61%) Setuju, (4%) responden Tidak setuju, (2%) responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Menyetujui jika mereka cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Andre Taulany sebagai komandan di acara Lapor Pak. Pada tahap ini memperlihatkan bahwa minat menonton masyarakat di kota bogor mulai mengambil keputusan untuk mengikuti acara nya di karenakan peran Andre Taulany sebagai komandan di tayangan lapor pak.

5. Action (Tindakan)

Suatu kegiatan untuk merealisasikan keyakinan dan ketertarikan terhadap sesuatu. Tahap terakhir masyarakat memiliki Tindakan yang diberikan oleh tayangan lapor pak.

Hal tersebut dapat juga dilihat dari hasil yang didapatkan data sebanyak (30%) responden Sangat Setuju, (60%) Setuju, (8%) responden Tidak setuju, 2% responden Sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data bahwa mayoritas responden Menyetujui jika mereka cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Surya Insomnia sebagai Polisi Rambu Lalu lintas di acara Lapor Pak. Data dapat dilihat dari hasil banyak masyarakat memiliki Tindakan cenderung mengikuti acara tayangan lapor pak dikarenakan peran yang dimainkan oleh surya insomnia sebagai polisi rambu lalu lintas.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Tayangan Televisi Trans 7 Laporan Pak Terhadap Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat di Kota Bogor dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Tayangan yang mendengarkan media (*Frekuensi*) Mayoritas mendapatkan (54%) kategori cukup baik, Perhatian (*Atensi*) mendapatkan (60%) memiliki kategori baik juga, dan yang terakhir seberapa lama media dilihat (*Durasi*) mendapatkan (60%) responden yang memiliki kategori baik.
2. Minat menonton masyarakat di kota bogor yang mempunyai tiga indikator yaitu Kognitif, Afektif, dan Konatif yang dimana untuk kognitif mendapatkan (66%) setuju dan (52%) sangat setuju memiliki kategori cukup baik, afektif mendapatkan (54%) setuju dan (54%) sangat setuju memiliki kategori cukup baik, dan yang terakhir Konatif (70%) memiliki kategori baik. Analisis dari semua indikator menghasilkan rata-rata persentase yang terbaik baik atau tinggi.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan pada Tayangan Televisi Trans 7 Laporan Pak Terhadap Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat di Kota Bogor yang diperoleh hasil nilai sig 0,00 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi linier layak digunakan untuk menjelaskan Pengaruh Tayangan Televisi Trans7 Laporan Pak Terhadap Minat Menonton Pada Kalangan Masyarakat di Kota Bogor.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas, peneliti memberikan saran-saran yang bertujuan untuk melihat kemajuan masyarakat dalam minat penonton dikalangan masyarakat sebagai berikut :

1. Dilihat dari responden adalah dikalangan masyarakat di kota bogor, maka tayangan trans7 laporan pak tidak perlu meningkatkan khalayak penontonnya. Segmentasinya bukan hanya terbatas pada remaja saja, namun juga pemirsa dengan segala umur dan status sosial pun dapat menjadi tayangan laporan pak, sehingga dapat meningkatkan minat menonton khalayaknya.
2. Berdasarkan hasil penelitian dan setelah melakukan penelitian, maka tayangan televisi trans7 Laporan pak perlu meningkatkan durasi disetiap episodenya, agar minat menonton khalayak dapat meningkat. Tayangan trans7 Laporan Pak diharapkan dapat dijadikan bahan rujukan oleh para pemirsa dalam menginspirasi dan memberikan inovasi terhadap sesuatu hal yang baru dan yang diinginkan pemirsanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abriyanti, D. (n.d.). *PENGARUH TERPAAN FILM DUA GARIS BIRU TERHADAP SIKAP REMAJA TENTANG SEKS PRANIKAH (STUDI KASUS REMAJA KABUPATEN BOGOR USIA 15-24 TAHUN)*.
- Farlah, S. (n.d.). *PENGARUH TAYANGAN SINETRON DARI JENDELA SMP TERHADAP SIKAP BERPACARAN PADA REMAJA DI KOTA BOGOR*.
- Fauzi, M. R. (2014). *PENGUNAAN GOOGLE FORM SEBAGAI ALAT EVALUASI PEMBELAJARAN PADA MATA PELAJARAN BAHASA INDONESIA*. 260, 39–59.
- Fibiani, M., Irma, N., Devina, D., Astutiningtyas, D., & Nurhayani, I. (2021). Sindiran Melalui Pelanggaran Maksim Kuantitas di Acara TV Lapor Pak! *Jurnal Budaya FIB UB*, 2(2), 16–24. <https://jurnalbudaya.ub.ac.id>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. (Cetakan ke). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultom, B. (2020). Upaya Pelayanan Kepada Masyarakat Dalam Pelaksanaan Program Kerja Kecamatan di Kantor Camat Hampan Perak. *Gastronomia Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Hajarulhuda Dewi Anjani, Munirah, & Akram Budiman Yusuf. (2022). Lakon Komedi Televisi “Lapor Pak!” di Trans7 (Kajian Wacana Kritis Model Teun A. Van Dijk). In *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra* (Vol. 8, Issue 2). <https://doi.org/10.30605/onoma.v8i2.1846>
- Ii, B. A. B., & Pendengar, L. (2001). *Pengertian Pengaruh Pengertian pengaruh menurut kamus besar bahasa Indonesia atau benda) yang ikut membentuk watak , kepercayaan dan perbuatan seseorang ”. Sedangkan pengertian menurut Badudu dan Zain (2001 : 1031) yaitu sebagai berikut : “ Pengaruh ad.*
- Lawasi, E. S., & Triatmanto, B. (2017). *PENGARUH KOMUNIKASI, MOTIVASI DAN KERJASAMA TIM TERHADAP PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN*.
- Mathematics, A. (2016). KRITIK SOSIAL PADA KOMEDI VARIETAS LAPOR PAK DI TRANS7 (ANALISIS WACANA KRITIS MODEL TEUN A. VAN DIJK) Novita. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 135(4), 1–23.
- Medina, A. (2018). PENGARUH TERPAAN TAYANGAN REALITY SHOW “DUA DUNIA” DI TRANS7 TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN AUDIENCE AKAN HAL-HAL MISTIS. *Skripsi Universitas Muhammadiyah Malang*, 45–54.
- Miftahuddin, F. (2014). Tinjauan Pustaka Dan Kerangka Pemikiran. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7–8.
- Nasution, As. G. (2022). Kontruksi Sosial Media Massa Atas Realitas Sosial Dalam Produksi Program Lapor Pak Trans7. *Repository. Uinjkt.Ac.Id*. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/62328%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/62328/1/Ashari Gunawan.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/62328%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/62328/1/Ashari%20Gunawan.pdf)
- Noviastika, D. (2016). *HUBUNGAN KOMPONEN PROGRAM TALK SHOW DI TELEVISI NASIONAL TERHADAP MINAT MENONTON MAHASISWA*.
- Nurfetia, R. A. (n.d.). *PENGARUH MENONTON TAYANGAN VLOG DI KABAL YOUTUBE BAIM PAULA TERHADAP SIKAP DERMAWAN REMAJA*.

- Ovilianti, K. F. (n.d.). *PENGARUH TERPAAN TAYANGAN SINETRON IKATAN CINTA TERHADAP PERSEPSI KHALAYAK*.
- Palaloi, V. J. dan H. (2015). *Pengaruh Tayangan Talkshow “Sarah Sechan” di Net. TV Terhadap Minat Menonton (Studi pada Mahasiswa Psikologi UNJ Angkatan 2013) The. I(2)*, 1–20.
- Paranita, L. (2014). Sikap Masyarakat Surabaya terhadap Tayangan Talkshow @Show_Imah di Trans TV. *E-Komunikasi*, 2(1), 1–10.
- Petra, U. K., & Antv, P. D. I. (2003). *SIKAP MASYARAKAT SURABAYA TERHADAP PROGRAM ACARA “PESBUKERS” DI ANTV*.
- Raihan, F., Rachman, F., Gita Saputra, I., & Iqbal Afghan, M. (2020). Pengaruh Tayangan Kartun di TV Terhadap Kemampuan Bersosialisasi Anak. *Communications*, 2(1), 51–66.
<https://doi.org/10.21009/communications.2.1.4>
- Ramadhan, F., S1, J., Komunikasi, I., Komunikasi, F., & Bisnis, D. (2015). Pengaruh Program Talkshow Komedi the Comment Di Net Tv Terhadap Minat Menonton Masyarakat (Studi Pada Warga Dijalan Sukapura Bandung, Jawa Barat). *Agustus*, 2(2), 1–9.
- SARASWATI, D. A. (2019). Pengaruh Model Pembelajaran Sugestopedia Terhadap Keterampilan Menulis Puisi Pada Siswa SMP Yayasan Bakti Prabumulih. *Http://Repository.Um-Palembang.Ac.Id/*, 7–71.
- Suci Apriyanti, N. (2021). *Pengaruh Tayangan Halo Palembang PalTV Terhadap Minat Masyarakat Kelurahan Lorok Pakjo RT.50 RW.14 Kecamatan Ilir Barat 1 Bukit Besar Tentang Konten Budaya Lokal*. 28–49.
- Suparyanto dan Rosad (2015). (2020). Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3)*, 248–253.
- Syafni, M. (2018). Pengaruh Pendidikan Entrepreneurship Terhadap Etika Bisnis Pelaku Usaha Alumni Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Uin Suska Riau Repository*, 30–54.
- Yuliana, E., Wardarita, R., & Fitriani, Y. (2021). *ANALISIS BAHASA SINDIRIAN DALAM ACARA LAPOR PAK DI STASIUN TELEVISI TRANS 7. November*, 23–30.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Koesioner Penelitian



KUESIONER PENELITIAN PENGARUH TAYANGAN TELEVISI TRANS7 LAPOR PAK TERHADAP MINAT MENONTON PADA KALANGAN MASYARAKAT DI KOTA BOGOR

Kuesioner ini merupakan instrumen penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden dalam rangka penelitian skripsi program sarjana yang dilakukan oleh :

Nama : Januar Syahdam Marasabessy

NPM : 044119481

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya

Jurusan : Ilmu Komunikasi (Penyiaran)

Peneliti meminta kesediaan dari anda untuk meluangkan waktu serta menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner ini secara jujur dan benar. Hasil penelitian ini bersifat tertutup dan tidak dipublikasikan, melainkan hanya untuk kepentingan penelitian semata.

Terimakasih atas bantuan dan kerjasamanya.

Petunjuk pengisian :

1. Pertanyaan pada bagian I merupakan pertanyaan yang berhubungan dengan identitas responden. Berilah tanda (X) pada jawaban yang tersedia.
2. Bagi anda yang berada di wilayah Kota Bogor dan mengetahui tayangan “TELEVISI TRANS7 LAPOR PAK”. Jawablah pertanyaan dibawah pada bagian II dengan memberi ceklis (!). Pengisian kuesioner diharapkan sesuai dengan keadaan dan pengetahuan anda yang sebenar-benarnya.
3. Singkatan pada kolom bagian II yaitu SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), dan STS (Sangat Tidak Setuju).

Bagian I

Identitas Responden :

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur : Tahun

1. Apakah anda mengikuti instagram Lapor Pak! (@laporpak_trans7)
 - a. Ya
 - b. Tidak

Bagian II
Pertanyaan Kuesioner :

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS
<i>FREKUENSI</i>					
1	Apakah anda pernah menonton Tayangan Lapor Pak Pada televisi ?				
2	Saya mengetahui program acara tayang Lapor Pak				
3	Saya sering menonton tayangan Lapor Pak Trans7 ?				
4	Saya suka dengan tayangan Lapor Pak ?				
5	Saya menonton acara Lapor Pak di televisi ketika ada waktu luang				
<i>ATENSI</i>					
1	Saya tertarik mengikuti program acara Lapor Pak Karena Pesan disampaikan pada program tersebut menarik				
2	Saya tertarik mengikuti program acara Lapor Pak Karena pesan yang disampaikan dapat mengedukasi				
3	Kualitas Audio yang di gunakan program tayangan Lapor Pak membuat saya memperhatikan tayangan tersebut				
4	Penyampaian pesan menggunakan gaya bahasa sindiran pada program Tayangan Lapor Pak menarik perhatian saya				
5	Saya berusaha mengartikan istilah asing (belum saya ketahui) dari acara Lapor Pak di Trans7				
<i>DURASI</i>					
1	Durasi program tayangan Lapor Pak sangat sesuai dengan keinginan saya				
2	Saya merasa bosan ketika menonton tayangan Lapor Pak karena durasi terlalu lama				
3	Saya merasa durasi tayangan Lapor Pak terlalu singkat				
4	Saya merasa kesal karena jeda iklan membuat durasi tayangan lapor pak menjadi singkat/terpotong				
5	Saya merasa setiap scene durasi tayangan Lapor Pak masih terlalu singkat				
<i>KOGNITIF</i>					
1	Saya mengetahui tayangan televisi Lapor Pak dapat melakukan sindiran sebagai salah satu untuk mengurangi korupsi				
2	Saya melihat tayangan Lapor Pak di televisi agar dapat melatih diri agar lebih tertip dengan kepolisian				
3	Tayang "Lapor Pak" membuat saya mengetahui acara tersebut dapat mendidik ke kita semua				
4	Saat pertama kali melihat iklan tayangan "Lapor Pak" saya mengetahui bahwa acara yang diberikan mendidik untuk masyarakat				
5	Saat saya menonton tayangan Lapor Pak saya sudah mengerti arti penting menaati peraturan lalu lintas.				
<i>AFEKTIF</i>					
1	Saya merasa terdorong tayangan Lapor Pak salah satu acara supaya tidak melakukan korupsi.				
2	Saya merasa terdidik dengan tayangan Lapor Pak yang tidak boleh melanggar rambu lalu lintas.				
3	Menurut saya tayangan Lapor Pak menarik perhatian melalui kelucuan nya.				

4	Saya tertarik dengan gombalan-gombalan dari Andhika Pratama ke setiap wanita di tayangan lapor pak membuat saya tersenyum.				
5	Saya merasa takut tayangan Lapor Pak tidak di tayangkan lagi di Trans7.				
<i>KONATIF</i>					
1	Saya cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Andre Taulany sebagai komandan di acara Lapor Pak				
2	Saya cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Andhika Pratam sebagai Intel Kepolisian di acara Lapor Pak				
3	Saya cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Surya Insomnia sebagai Polisi Rambu Lalu lintas di acara Lapor Pak				
4	Saya cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Hesti Purwadinata sebagai sekretaris Komandan di acara Lapor Pak				
5	Saya cenderung ingin menonton tayangan Lapor Pak Karena Ayu Tingting sebagai petugas kebersihan (OB) di acara Lapor Pak				

Lampiran uji Validitas dan Reabilitas
X1 : FREKUENSI

Correlations

		X01	X02	X03	X04	X05	SUM_X
X01	Pearson Correlation	1	.732**	.405*	.519**	.480*	.691**
	Sig. (2-tailed)		.000	.050	.009	.018	.000
	N	24	24	24	24	24	24
X02	Pearson Correlation	.732**	1	.450*	.338	.450*	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000		.027	.106	.027	.000
	N	24	24	24	24	24	24
X03	Pearson Correlation	.405*	.450*	1	.254	.640**	.514*
	Sig. (2-tailed)	.050	.027		.232	.001	.010
	N	24	24	24	24	24	24
X04	Pearson Correlation	.519**	.338	.254	1	.431*	.682**
	Sig. (2-tailed)	.009	.106	.232		.035	.000
	N	24	24	24	24	24	24
X05	Pearson Correlation	.480*	.450*	.640**	.431*	1	.676**
	Sig. (2-tailed)	.018	.027	.001	.035		.000
	N	24	24	24	24	24	24
SUM_X	Pearson Correlation	.691**	.672**	.514*	.682**	.676**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.010	.000	.000	
	N	24	24	24	24	24	24

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

X2 : ATENSI

		Correlations					
		X06	X07	X08	X09	X10	SUM_X
X06	Pearson Correlation	1	.713**	.451*	.673**	.562**	.818**
	Sig. (2-tailed)		.000	.027	.000	.004	.000
	N	24	24	24	24	24	24
X07	Pearson Correlation	.713**	1	.529**	.498*	.549**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000		.008	.013	.005	.000
	N	24	24	24	24	24	24
X08	Pearson Correlation	.451*	.529**	1	.266	.534**	.507*
	Sig. (2-tailed)	.027	.008		.209	.007	.011
	N	24	24	24	24	24	24
X09	Pearson Correlation	.673**	.498*	.266	1	.714**	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000	.013	.209		.000	.000
	N	24	24	24	24	24	24
X10	Pearson Correlation	.562**	.549**	.534**	.714**	1	.769**
	Sig. (2-tailed)	.004	.005	.007	.000		.000
	N	24	24	24	24	24	24
SUM_X	Pearson Correlation	.818**	.794**	.507*	.754**	.769**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.011	.000	.000	
	N	24	24	24	24	24	24

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

X3: DURASI

		Correlations					
		X11	X12	X13	X14	X15	SUM_X
X11	Pearson Correlation	1	.022	-.146	.219	.376	.372
	Sig. (2-tailed)		.918	.495	.304	.071	.074
	N	24	24	24	24	24	24
X12	Pearson Correlation	.022	1	.641**	.150	.396	.422*
	Sig. (2-tailed)	.918		.001	.485	.055	.040
	N	24	24	24	24	24	24
X13	Pearson Correlation	-.146	.641**	1	.534**	.351	.533**
	Sig. (2-tailed)	.495	.001		.007	.093	.007
	N	24	24	24	24	24	24
X14	Pearson Correlation	.219	.150	.534**	1	.465*	.811**
	Sig. (2-tailed)	.304	.485	.007		.022	.000
	N	24	24	24	24	24	24

X15	Pearson Correlation	.376	.396	.351	.465*	1	.744**
	Sig. (2-tailed)	.071	.055	.093	.022		.000
	N	24	24	24	24	24	24
SUM_X	Pearson Correlation	.372	.422*	.533**	.811**	.744**	1
	Sig. (2-tailed)	.074	.040	.007	.000	.000	
	N	24	24	24	24	24	24

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.949	15

Y1: *KOGNITIF*

Correlations

		Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	SUM_Y
Y01	Pearson Correlation	1	.575**	.871**	.779**	.349	.894**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.000	.095	.000
	N	24	24	24	24	24	24
Y02	Pearson Correlation	.575**	1	.648**	.774**	.319	.582**
	Sig. (2-tailed)	.003		.001	.000	.129	.003
	N	24	24	24	24	24	24
Y03	Pearson Correlation	.871**	.648**	1	.869**	.485*	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.016	.000
	N	24	24	24	24	24	24
Y04	Pearson Correlation	.779**	.774**	.869**	1	.375	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.071	.000
	N	24	24	24	24	24	24
Y05	Pearson Correlation	.349	.319	.485*	.375	1	.428*
	Sig. (2-tailed)	.095	.129	.016	.071		.037
	N	24	24	24	24	24	24
SUM_Y	Pearson Correlation	.894**	.582**	.851**	.820**	.428*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000	.037	
	N	24	24	24	24	24	24

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Y2: AFEKTIF

		Correlations					
		Y06	Y07	Y08	Y09	Y10	SUM_Y
Y06	Pearson Correlation	1	.719**	.837**	.601**	.274	.859**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.195	.000
	N	24	24	24	24	24	24
Y07	Pearson Correlation	.719**	1	.627**	.443*	-.047	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.030	.827	.000
	N	24	24	24	24	24	24
Y08	Pearson Correlation	.837**	.627**	1	.810**	.332	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.113	.000
	N	24	24	24	24	24	24
Y09	Pearson Correlation	.601**	.443*	.810**	1	.395	.772**
	Sig. (2-tailed)	.002	.030	.000		.056	.000
	N	24	24	24	24	24	24
Y10	Pearson Correlation	.274	-.047	.332	.395	1	.449*
	Sig. (2-tailed)	.195	.827	.113	.056		.028
	N	24	24	24	24	24	24
SUM_Y	Pearson Correlation	.859**	.745**	.832**	.772**	.449*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.028	
	N	24	24	24	24	24	24

**.

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Y3: KONATIF

		Correlations					
		Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	SUM_Y
Y11	Pearson Correlation	1	.679**	.418*	.717**	.799**	.885**
	Sig. (2-tailed)		.000	.042	.000	.000	.000
	N	24	24	24	24	24	24
Y12	Pearson Correlation	.679**	1	.667**	.802**	.760**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	24	24	24	24	24	24
Y13	Pearson Correlation	.418*	.667**	1	.666**	.647**	.627**
	Sig. (2-tailed)	.042	.000		.000	.001	.001

	N	24	24	24	24	24	24
Y14	Pearson Correlation	.717**	.802**	.666**	1	.879**	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	24	24	24	24	24	24
Y15	Pearson Correlation	.799**	.760**	.647**	.879**	1	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000
	N	24	24	24	24	24	24
SUM_Y	Pearson Correlation	.885**	.845**	.627**	.902**	.862**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	24	24	24	24	24	24

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.949	15

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.99573117
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.102
	Negative	-.110
Test Statistic		.110
Asymp. Sig. (2-tailed)		.005 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.