

**PENGARUH TERPAAN DAN KEMASAN PROGRAM THE  
NEWSROOM NET TV TERHADAP MINAT MENJADI JURNALIS  
(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas  
Gunadarma Depok Angkatan 2015-2018)**

<sup>1</sup>Dandy Suprobo Putra, <sup>2</sup>Yanti Trianita

[dandyputra15@gmail.com](mailto:dandyputra15@gmail.com) , [yantitrianita@staff.gunadarma.ac.id](mailto:yantitrianita@staff.gunadarma.ac.id)

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma  
Jl. Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat

**ABSTRACT**

*This research aims to find out that The Newsroom program has an effect or not on the interest of students to become journalists. This research method is quantitative explanative associative imitation with data collection techniques using a questionnaire consisting of 33 questions. The data calculation process involved 100 respondents (obtained from the Rao Purba formula) assisted with SPSS program version 20.00. The results of the F test obtained F count value (39,925) greater than F table (2,70), then the decision  $H_0$  is rejected and  $H_3$  is accepted. While the magnitude of the effect of variables  $X_1$ ,  $X_2$  simultaneously is 45%, and the side is 55% the effect comes from outside. On the results of the T test, the value of T count  $X_1$  and  $X_2$  is 3,104 and 4,795 while the T value of the table is 1,985, then the decision is  $H_0$  is rejected and  $H_1$ ,  $H_2$  is accepted. Then the magnitude of the effect of variables  $X_1$  and  $X_2$  partially on the Y variable is 32% and 40%, while 68% and 60% effect come from outside this research. the effect outside meant is come from individuals, broadcast quality, watching satisfaction, and others. With have a effect, can be said that according to the S-O-R theory that the stimulus is effective because the respondent received stimuli and provided responses interest in becoming a journalist. In order to truly convince and influence the audience's response, The Newsroom program provided additional broadcast time and host, the explanation is in accordance with the S-O-R theory which explains that a response can change if the stimuli given to organisms exceeds before.*

*Keywords: Effect, Exposure, Program Packaging, Interest.*

---

**PENDAHULUAN**

Seiring berjalannya waktu, dunia pertelevisian Indonesia dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir mengalami kemajuan yang signifikan. Pada tahun 2012 menurut data dari kominfo.go.id tercatat ada 62 stasiun televisi baik swasta maupun lokal di Indonesia. Tentunya dengan semakin beragamnya stasiun televisi di Indonesia, maka akan sejalan dengan program tayangan

yang dihadirkan oleh stasiun televisi untuk memuaskan kebutuhan para penontonnya. Sehingga bermunculah berbagai jenis program acara seperti *talkshow*, *infotainment*, *feature*, *games show*, dan *reality show*. Dalam upaya memuaskan penontonnya, sekarang ini stasiun televisi lebih sering menggunakan *gimmick* yang terkadang tidak layak ditampilkan di televisi. Sehingga sekarang ini khalayak penonton televisi harus mampu untuk memfilterasi program-program televisi sesuai dengan

keinginan dan kebutuhannya, sehingga tidak akan berpengaruh buruk bagi kehidupannya. Namun tidak semua stasiun televisi selalu mengedepankan *gimmick* disetiap programnya untuk menarik penonton, dan tetap menjaga kualitas program-programnya. Salah satu stasiun televisi tersebut adalah NET TV.

NET TV merupakan stasiun televisi swasta di Indonesia yang berdiri sejak 26 Mei 2013 dan dipimpin oleh Wishnutama seolah menjadi pembeda dari stasiun televisi yang lain. NET TV hadir ditengah banyaknya stasiun televisi hanya mengejar *rating* dan *share* untuk kepentingan perusahaan melalui program-program yang mengedepankan *gimmick*., dan NET TV selalu berusaha menghadirkan suatu program acaranya tidak hanya menghibur namun juga kreatif, informatif, inspiratif. Dari sekian banyak program distasiun televisi yang bermula 6 tahun pada tahun 2019 ini, NET TV kemudian menghadirkan suatu konsep program acara yang berbeda dengan program acara distasiun televisi lain, program tersebut adalah *The Newsroom*.

*The Newsroom* adalah program *reality show* NET TV yang tayang setiap hari Sabtu pukul 17.00 WIB. Konsep dari program *The Newsroom* adalah suatu tayangan berita atau *news* yang biasanya dibawakan dengan gaya yang serius, kini bisa menjadi tayangan *reality show* yang menghibur. Keunikan dari program *The Newsroom* ini adalah

bagaimana suatu berita yang kurang menarik, jika berita tersebut dikemas dan ditampilkan dengan gaya yang berbeda dan didukung oleh bentuk visual yang menarik, maka berita tersebut akan memiliki unsur “menjual”, walaupun nilai beritanya sedikit menurun. Melalui program ini penonton akan disajikan perjuangan seorang jurnalis dalam mencari berita, mulai dari menyiapkan materi liputan, berdesakan dengan jurnalis media lain demi mendapatkan jawaban dari narasumber, dan selalu siap dari segala kondisi yang bisa berubah dari jadwal yang telah dibuat. Dari semua yang telah dihadirkan oleh program *The Newsroom*, bagaimana perjuangan seorang jurnalis dalam mencari berita dan beberapa faktor teknis pendukung program tersebut, tentunya akan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menjadi seorang jurnalis.

Menurut Fitryan (2008) jurnalis merupakan profesi yang unik, menarik dan banyak diminati kaum muda. Sehingga dari pernyataan tersebut memang tidak bisa dipungkiri bahwa sebagian mahasiswa khususnya mahasiswa fakultas ilmu komunikasi beranggapan akan sangat menarik jika bisa menjadi seorang jurnalis. Selain bisa mengembangkan bakat dan kemampuan, bagi mahasiswa fakultas Ilmu komunikasi yang sudah mengenal dan memahami dasar-dasar jurnalistik, menjadi seorang jurnalis merupakan suatu ajang bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan

ilmu-ilmu yang telah diberikan saat perkuliahan. Dengan adanya program *The Newsroom* yang tayang di NET TV dan menggambarkan serta menjelaskan secara nyata suka-duka menjadi seorang jurnalis, tentunya akan menjadi bahan pertimbangan bagi mahasiswa khususnya mahasiswa fakultas ilmu komunikasi yang ingin terjun di dunia jurnalis, apakah dengan adanya tayangan ini membuat minat mahasiswa khususnya fakultas ilmu komunikasi untuk menjadi seorang jurnalis akan semakin kuat atau malah sebaliknya.

## **KERANGKA TEORITIS**

### **Terpaan Media**

Terpaan media adalah suatu keadaan dimana khalayak terkena oleh pesan-pesan yang disampaikan media massa. Pengertian lain terpaan media adalah sebagai proses mendengar, melihat, dan membaca pesan media atau memiliki pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok (Ardianto, 2007). Menurut Rosengren yang dikutip dalam Prasdianingrum Ayuningtias (2013), terpaan media adalah penggunaan media yang terdiri dari jenis isi media yang dikonsumsi, jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, dan hubungan yang tercipta antara individu dengan isi media yang didapat dari media secara menyeluruh. Definisi lain tentang terpaan media adalah banyaknya informasi yang didapat

dari media yang meliputi frekuensi, durasi, dan atensi dari penggunaan setiap jenis media.

### **Televisi**

Badjuri (2010) mendefinisikan televisi adalah media pandang sekaligus media dengar (audiovisual). Ia berbeda dengan media cetak yang lebih merupakan media pandang. Individu memandang gambar yang ada di televisi, dan secara bersamaan mendengar, memahami, serta mencerna narasi dari gambar tersebut. Lebih lengkap lagi Badjuri menjelaskan bahwa kekuatan televisi terletak pada gambar yang didukung oleh narasi atau sebaliknya paparan dari narasi yang diperkuat oleh gambar. Gambar yang dimaksud disini adalah yang seolah hidup membuat televisi menjadi lebih menarik dibandingkan surat kabar atau majalah.

### **Kemasan Progam**

Bagi orang-orang yang berada dilingkungan pengelolaan program penyiaran, kemasan progam merupakan segala sesuatu yang perlu diperhatikan secara serius dengan tujuan untuk menarik perhatian penonton atau *audiens* melalui penampilan (*appearance*) suatu program yang mencakup antara lain misalnya: pembawa acara (*presenter*), penampilan latar belakang (*background*), busana yang dikenakan, *teaser* program, *bumper* program yang menarik, studio, logo, dan properti. Dengan kemasan

program yang menarik akan menjadi penarik perhatian para penonton pada suatu program sehingga mampu memberikan kesan pertama yang baik (Morissan :2008). Menurut Juan Cui New dalam Gan Gan Giantika (2015) kemasan program televisi yang baik dapat menunjukkan ciri dan karakteristik dari sebuah program unggulan, sehingga dapat membangun citra dan mendekatkan pada pemirsanya ke-program tersebut.

### **Minat**

Minat adalah perasaan lebih suka dan mempunyai rasa tertarik pada suatu hal atau kegiatan, tanpa ada yang menyuruh. Minat juga didefinisikan sebagai hasil penerimaan akan hubungan antara diri individu dengan sesuatu yang berada diluar individu. Semakin dekat dan kuat hubungan tersebut, maka akan semakin besar minat yang akan dimiliki individu (Slameto, 2010). Lebih lanjut lagi Slameto mendefinisikan minat tidak dibawa sejak lahir melainkan diperoleh individu. Minat pada sesuatu merupakan hasil dari proses belajar dan sebagai penyokong kegiatan belajar selanjutnya. Kegiatan yang diminati oleh individu cenderung akan mendapat perhatian lebih yang diikuti perasaan senang, kesesuaian atau kecocokan.

### **Jurnalis**

Menurut KBBI Jurnalis adalah orang yang pekerjaannya

mencari dan menyusun berita yang nantinya akan dimuat dalam majalah, radio, dan televisi. Undang-undang No. 40 Tahun 1999 menyebutkan bahwa jurnalis atau kewartawanan merupakan kegiatan/usaha yang sah yang berhubungan dengan pengumpulan, pengadaan dan penyiaran dalam bentuk fakta, pendapat atau ulasan, gambar-gambar dan sebagainya, untuk perusahaan pers, radio, televisi dan film.

### **Teori S-O-R**

Teori S-O-R merupakan singkatan dari *stimulus-organism-response* yang pertamakali dicetuskan oleh Hovland (1953). Teori ini berasal dari dunia psikologi yang kemudian menurut Effendy (2003) tidak mengherankan jika S-O-R menjadi teori dalam komunikasi karena objek material atau kajian baik psikologi maupun komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen diantaranya adalah sikap, opini, perilaku, kognisi, konasi dan afeksi. Pada teori ini terdapat tiga elemen utama yaitu pesan (stimulus), penerima (organism), dan efek (response). *Stimulus* adalah sumber rangsangan atau bisa dikatakan dalam teori ini adalah *messege*, *organism* adalah penerima rangsangan atau bisa disebut dengan komunikasi, dan *response* adalah umpan balik, reaksi, tanggapan, jawaban, pengaruh, efek (pengaruh) yang dihasilkan dari *organism* (komunikasi). Asumsi dasar dari teori ini adalah: media menimbulkan efek

yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan.

### **Hipotesis Penelitian**

Menurut Sugiyono (2016) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan dan hipotesis selalu mengambil bentuk kalimat pernyataan dan menghubungkan secara umum maupun khusus variabel yang satu dengan variabel lainnya. Berdasarkan kerangka pemikiran yang terdapat pada halaman sebelumnya maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Terpaan progam *TheNewsroom* berpengaruh terhadap minat mahasiswa menjadi jurnalis.

Ho: Terpaan progam *TheNewsroom* tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menjadi jurnalis.

H2 : Kemasan progam *TheNewsroom* berpengaruh terhadap minat mahasiswa menjadi jurnalis.

Ho: Kemasan progam *TheNewsroom* tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menjadi jurnalis.

H3 : Terpaan dan kemasan progam *TheNewsroom* berpengaruh terhadap minat mahasiswa menjadi jurnalis

Ho : Terpaan dan kemasan progam *TheNewsroom* tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menjadi jurnalis

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Pendekatan Penelitian**

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Lebih lanjut lagi Suugiyono menjelaskan bahwa metode kuantitatif disebut metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat postivisme. Pada prosesnya, metode ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, kemudian pada pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian yang telah ditetapkan, selanjutnya pada analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

### **Populasi Dan Sampel**

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif fakultas ilmu komunikasi Universitas Gunadarma Depok angkatan 2015-2018 yang telah menonton progam *TheNewsroom* lebih dari satu kali dalam satu bulan. Dalam penelitian ini untuk proses penarikan sampel dari populasi menggunakan *sampling purposive*. Pada penentuan jumlah sampel penelitian ini, karena penulis tidak mengetahui jumlah populasi mahasiswa yang telah menonton progam *TheNewsroom* lebih dari satu kali, maka pada penelitian ini untuk penentuan jumlah sampel penulis menggunakan rumus Rao Purba sehingga didapatkan jumlah responden sebanyak 100 orang.

### **Metode Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini penulis menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Untuk mengukur jawab responden penulis menggunakan skala *likert* dengan 5 jawaban alternatif

### **Metode Analisis Data**

Pada penelitian ini penulis melakukan serangkaian uji untuk membuktikan hipotesis yang telah dibuat pada bab II. Dalam upaya mempermudah proses uji, penulis menggunakan program *SPSS VERSI 20.00*. Data ataupun nilai yang menjadi output dari *SPSS VERSI 20.00*, nantinya akan dianalisis sesuai dengan rumus dan juga aturan yang telah ditetapkan sebelumnya pada masing-masing uji yang akan dilakukan pada penelitian ini. Adapun serangkaian uji yang dimaksud meliputi : uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji analisis korelasi, uji analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, uji koefisien determinasi.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bedasarkan hasil analisis secara mendalam menggunakan teori S-O-R yang merupakan singkatan dari : *Stimulus, Organism, Respons*. Maka stimulus dalam penelitian ini adalah program *The Newsroom* yang didalamnya terdapat dua variabel yaitu X1 adalah terpaan (frekuensi, durasi, atensi) dan X2 adalah kemasan program (host-pembawa acara, set studio), kemudian stimulus diberikan kepada organism yaitu mahasiswa fakultas ilmu komunikasi

Universitas Gunadarma Depok angkatan 2015-2018. Kemudian setelah organism diberikan stimulus tersebut maka munculah sebuah respons (efek) dari program *The Newsroom*. Respons yang dikeluarkan organism dalam penelitian ini adalah minat yang terdiri dari indikator : perhatian, perasaan, motivasi).

Teori S-O-R juga mengatakan bahwa dalam proses pemberian stimulus organism dapat menerima atau menolak stimulus. Stimulus yang dikemudian ditolak oleh organism maka stimulus tersebut dikatakan tidak efektif untuk mempengaruhi dan proses berhenti sampai disini, namun sebaliknya jika stimulus yang diberikan kemudian diterima oleh organism, maka stimulus dapat dikatakan efektif dan organism memberikan perhatian pada stimulus sehingga proses komunikasi dapat berlangsung. Pada penelitian ini stimulus yang merupakan program *The Newsroom* setelah dilakukan serangkaian uji maka dapat dikatakan efektif dalam mempengaruhi minat mahasiswa menjadi jurnalis karena adanya perhatian yang diberikan oleh organism. Tentu sebelum mengeluarkan sebuah respons organism akan mengolah stimulus tersebut sesuai dengan kebutuhan mereka, kemudian setelah proses pengolahan stimulus dan dorongan dari lingkungan maka dalam penelitian ini organism yang adalah mahasiswa fakultas ilmu komunikasi Universitas Gunadarma Depok

angkatan 2015-2018 tercipta kesediaan untuk bertindak karena adanya efek (pengaruh) dari stimulus yang telah mereka terima, dan disini berarti terjadi proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan melalui perantara program *The Newsroom*.

Teori S-O-R juga berpendapat bahwa suatu respons dapat berubah apabila stimulus yang diberikan kepada organism melebihi semula. Artinya ada kekuatan yang lebih dari stimulus sehingga benar-benar menyakinkan organism untuk mengubah respons mereka. Jika teori S-O-R dilihat dalam penelitian ini menunjukkan bahwa stimulus yaitu program *The Newsroom* memberikan tambahan rangsangannya ke penonton sehingga penonton benar-benar yakin dengan stimulus tersebut. Penambahan rangsangan yang dimaksud disini adalah pada awal penayangannya program *The Newsroom* hanya tayang pada hari Sabtu pukul 22.00 WIB, dengan durasi 30 menit, kemudian setelah beberapa lama penayangannya dan juga karena perhatian yang diberikan masyarakat cukup besar pada program ini, maka program *The Newsroom* menambah jam tayangnya menjadi hari Sabtu dan Minggu pukul 22:00 dengan durasi 30 menit. Seakan benar-benar ingin meyakinkan para penontonnnya, program *The Newsroom* kembali menambah rangsangannya dengan memindahkan jam tayangnya ke hari Sabtu di jam *prime-time* yaitu pukul 18:00 WIB dan memperpanjang durasi selama

60 menit. Tidak selesai sampai disini saja, saat bulan ramadhan tiba program ini kembali pindah jam tayang ke jam 17:00. Pemindahan jam tayang tersebut bukan tanpa alasan, mengutip dari postingan *instagram thenewsroom\_net* pada tanggal 11 Mei 2019 karena program ini ingin menemani penonton saat menunggu waktu berbuka puasa dan jam tayang tersebut berlanjut sampai sekarang.

Pada teori ini juga dijelaskan bahwa sebuah respon organism merupakan reaksi khusus terhadap stimulus yang telah diberikan, sehingga komunikator dapat memperkirakan reaksi yang terjadi pada organism atau komunikan. Sehingga pada penelitian ini reaksi yang diharapkan oleh komunikator yaitu pembuat program *The Newsroom* adalah para penonton bisa melihat dari sisi yang lain kehidupan seorang jurnalis, tentu dengan program ini juga penonton akan bisa lebih menghargai profesi jurnalis. Dengan program ini melalui sajian-sajiannya komunikator dapat memperbaiki citra pfofesi jurnalis yang masih dipandang negatif oleh sebagian masyarakat Indonesia. Pandangan-pandangan tersebut tentunya tidak terlepas dari pengetahuan masyarakat yang minim tentang profesi jurnalis. Kemudian melalui program *The Newsroom* yang menampilkan secara nyata dan tanpa rekayasa perjuangan seorang jurnalis yang penuh suka duka serta tidak jarang harus berada disituasi yang berbahaya demi mendapatkan

informasi, tentu akan dapat menggugah perasaan para organism yang telah menonton program tersebut dan kemudian pandangan mereka akan berubah tentang profesi jurnalis. Lebih lanjut lagi jika dilihat hasil jawaban responden tentang pernyataan “saya lebih menghargai profesi jurnalis”. Sebanyak 59% setuju pada pernyataan ini, artinya adalah harapan dan perkiraan komunikator telah tercapai melalui program *The Newsroom* dan organism dalam penelitian ini setelah menonton program tersebut bisa menghargai profesi jurnalis.

Melanjuti pernyataan teori S-O-R yang menjelaskan bahwa sebuah respon organism merupakan reaksi khusus terhadap stimulus yang telah diberikan, sehingga komunikator dapat memperkirakan reaksi organism maka pada penelitian ini merujuk pernyataan “setelah menonton program *The Newsroom* saya berminat menjadi jurnalis, terlebih lagi jurnalis NET TV ” didapatkan hasil 54% setuju, artinya adalah komunikator telah berhasil mendapatkan jawaban yang dia inginkan bahwa penonton setelah menonton program ini akan tertarik dan memiliki minat untuk berprofesi menjadi jurnalis. Dengan sebuah konsep yang belum pernah ada sebelumnya *The Newsroom* yang menampilkan proses dibalik layar pembuatan berita, dan memperlihatkan dunia jurnalis dari sisi yang lain tentunya menjadi tontonan yang berkualitas. Sebagai tontonan yang berkualitas tentunya

akan memberikan dampak positif bagi penonton, terutama mereka yang tertarik dan berminat menjadi jurnalis, karena mereka bisa belajar serta menambah motivasi untuk mencapai cita-cita mereka. Dengan adanya program ini tentunya bisa saja bagi membuat mereka yang awalnya biasa saja dengan dunia jurnalis kemudian mulai tertarik dan menaruh minat untuk berprofesi sebagai jurnalis. Ditambah lagi dengan nama besar NET TV yang merupakan salah satu televisi di Indonesia berkonsep modern, tentu banyak anak-anak muda yang memimpikan untuk bisa menjadi bagi dari televisi ini.

Berdasarkan penjelasan diatas dan dengan adanya pengaruh yang diberikan program *The Newsroom* terhadap minat menjadi jurnalis pada penelitian ini tentunya mendukung termuan dari penelitian terdahulu, seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Faudziah Nur Utami (2016) menggunakan variabel terpaan dari Rosengren dan variabel minat dari Sobur menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara program *Ciziten Journalist NE TV* terhadap minat mahasiswa menjadi jurnalis. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Aliskha Zuhra (2018), Wayan Nopi Rahayu (2016), dan Zetriaan Dirasful (2014) dengan menggunakan teori S-O-R, menyatakan bahwa terdapat pengaruh anatara suatu program televisi terhadap minat untuk menjadi profesi tertentu. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Gan

Gan Giantika (2015) dengan menggunakan variabel kemasan program menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kemasan program terhadap variabel dependen yang diuji.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan bahwa variabel X1 “terpaan” dan variabel X2 “kemasan program” secara bersama-sama maupun individual berpengaruh terhadap variabel Y “minat”. Besarnya pengaruh yang dihasilkan variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel Y adalah 45%, jika merujuk pada tabel tinggi rendahnya koefisien determinasi adalah cukup berarti. Lebih lanjut lagi besarnya pengaruh yang dihasilkan masing-masing variabel yaitu X1 dan X2 terhadap Y secara parsial adalah 32% dan 40%, nilai tersebut jika dilihat pada tabel tinggi rendahnya koefisien determinasi cukup berarti mempengaruhi variabel Y. Sementara pengaruh sisanya dari hasil yang diperoleh berasal dari faktor lain. Faktor lain yang dimaksud dapat berasal dari kualitas penyiaran, kepuasan menonton, dari dalam individu itu sendiri, maupun yang lainnya.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang ada pada penelitian ini, maka penulis memberikan beberapa saran yang adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini memiliki kelebihan dimana variabel terpaan (X1), kemasan program (X2) dapat mempengaruhi variabel minat (Y), sehingga variabel-variabel tersebut bisa dikatakan cocok bagi penelitian selanjutnya yang ingin melakukan meneliti tentang pengaruh suatu program televisi terhadap minat seseorang pada profesi tertentu.
2. Penelitian ini memiliki ruang lingkup yang terbatas, diharapkan untuk kedepannya pada penelitian selanjutnya bisa menggunakan ruang lingkup yang lebih luas dan menggunakan variabel-variabel baru yang lebih baik untuk melakukan sebuah penelitian pada program televisi yang diduga dapat mempengaruhi minat seseorang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Badjuri, Adi. 2010. *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Dennis, Fitriyan. 2008. *Bekerja Sebagai Wartawan*. Jakarta: Erlangga Grup.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. CITRA DITYA BAKTI

- Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala, dan Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung. Simbiosia Rekatam Media.
- Slameto. 2010. *Belajar & Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Christiany Juditha, dan Josep J. Darmawan. 2016. TERPAAN SIARAN RRI DAN TVRI PADA MASYARAKAT DIWILAYAHPERBATASAN RI-TIMOR LESTE. *JURNAL KOMUNIKASI, MEDIA DAN INFORMATIKA*. Volume 5 No. 1
- Gan Gan Giantika. 2015. Pengaruh Kualitas Penyiaran dan Kemasan Program Terhadap Kepuasan Menonton Program Musik Inbox SCTV (Studi Kasus Mahasiswa BSI Pemuda Rawamangun). *Jurnal Komunikasi*, Volume VI Nomor 2.
- Iin Soraya. 2015. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT JAKARTA DALAM MENGAKSES FORTAL MEDIA JAKARTA SMART CITY. *Jurnal Komunikasi*, Volume VI Nomor 1.
- Prasdianingrum Ayuningtias. 2013. HUBUNGAN ANTARA TERPAAN MEDIA MENGENAI PENCULIKAN ANAK DI TELEVISI DENGAN TINGKAT KECEMASAN ORANG TUA DI RT 23 KELURAHAN SIDOMULYO SAMARINDA. *Ejournal Ilmu Komunikasi*, 1 (2): 456-469.
- <http://wartakota.tribunnews.com/2017/07/31/hasil-survei-masyarakat-kian-gemar-mengakses-media-digital-tapi-penetrasi-tv-masih-tinggi-Survey-nielsen-2017>, Diakses pada tanggal 17-03-2019 jam 8:53WIB
- <https://careernews.id/issues/view/3082-Ada-Wartawan-Ada-Reporter-Ada-Jurnalis-Apakah-Mereka-Berbeda> Diakses pada tanggal 20-03-2019 JAM 14:31 WIB
- <http://beranda.tv/konsep-studio-dan-master-control-stasiun-televi/> Diakses pada tanggal 01-04-2019 jam 19:28 wib
- [https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3464/Konvensi+RSKKNi+Produser+TV/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3464/Konvensi+RSKKNi+Produser+TV/0/berita_satker) Diakses pada tanggal 01-04-2019 jam 19:37 WIB
- <https://economy.okezone.com/read/2019/03/05/320/2025987/studi-nielsen-pemirsa-indonesia-habiskan-5-jam-nonton-tv-3-jam-berselancar-di-internet?page=1> Diakses pada tanggal 14-06-2019 JAM 10:09 WIB
- <https://technology.uzone.id/10-besar-channel-tv-paling-banyak-ditonton-di-indonesia-tahun-2018> Diakses pada tanggal 14-06-2019 JAM 10:23 WIB