

**FAKTOR PENURUNAN MINAT MASYARAKAT DALAM  
MENONTON TELEVISI  
(Studi Pada Masyarakat Desa Bayu, Ke. Darul Imarah,  
Kec. Aceh Besar)**

**SKRIPSI**

**Wilda Sofia  
NIM. 180401051  
Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
1443 H/2022 H**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh  
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah  
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Oleh**

**WILDA SOFIA**

**NIM. 180401051**

**Disetujui Oleh:**

**Pembimbing I**



**Dr. A. Rani Usman, M. Si**  
**NIP. 196312311993031035**

**Pembimbing II**



**Fitri Meliya Sari, M. I. Kom**  
**NIP. 199006112020122015**

**SKRIPSI**

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry  
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan Sebagai  
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah  
Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam**

**Diajukan Oleh**

**WILDA SOFIA  
NIM. 180401051**

**Pada Hari/ Tanggal**

**Rabu, 16 Juli 2022 M/ 1443H**

**Di Darussalam, Banda Aceh  
Panitia Sidang Munaqasyah**

**Ketua,**

  
**Dr. A. Rani Usman, M. Si  
NIP. 196312311993031035**

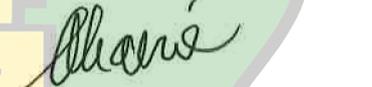
**Sekretaris,**

  
**Fitri Meliya Sari, M. I. Kom  
NIP. 199006112020122015**

**Anggota I,**

  
**Drs. Baharuddin, M. Si.  
NIP. 196512311993031035**

**Anggota II,**

  
**Hasan Basri, M. Ag.  
NIP. 196911121998031002**

**Mengetahui,**

**Dekan fakultas dakwah dan komunikasi UIN Ar-Raniry**



**Dr. Fakhri S.Sos, MA  
NIP. 196411291998037001**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini Saya:

Nama : Wilda Sofia

NIM : 180401051

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaa di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di fakultas dakwah dan komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Banda Aceh, 16 Juli 2022

Yang Menyatakan



Wilda Sofia

NIM. 180401051

## ABSTRAK

Di era perkembangan teknologi, media massa terus melahirkan perubahan bagi media-media baru yang dapat menyaingi televisi. Hasil survey Nielsen pada tahun 2019 menunjukkan bahwa terjadi penurunan terhadap penonton televisi sekitar 2-5%. Faktor yang mempengaruhi minat menonton menurut De Fluer yaitu durasi siaran, Frekuensi siaran, dan program siaran. Tujuan penelitian ini untuk melihat seberapa besar pengaruh faktor durasi siaran, program siaran, serta frekuensi siaran dalam mempengaruhi minat menonton masyarakat. Hipotesis dalam penelitian ini dimana terdapat pengaruh durasi siaran, frekuensi siaran, dan program siaran terhadap penurunan minat menonton masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis presentase. Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan (Durasi siaran, Frekuensi siaran, Program siaran) berpengaruh terhadap penurunan minat menonton televisi masyarakat Gampong Bayu, Kecamatan Darul Imarah sebesar 79,41%. Frekuensi berpengaruh dikarenakan jadwal tayang siaran televisi yang tidak sesuai dengan waktu audiens. Kemudian durasi siaran yang cenderung terlalu singkat dibandingkan dengan *commercial break*, sehingga membuat minat menonton masyarakat menurun. Program siaran yang kurang mendidik dan kurang informatif menjadikan masyarakat kurang tertarik untuk menonton televisi.

**Kata Kunci:** Faktor Penurunan, Minat Masyarakat, Televisi.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga terselesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Faktor Penurunan Minat Masyarakat Dalam Menonton Televisi (Studi Pada masyarakat Gampong Bayu, Kec. Darul Imarah, Kab. Aceh Besar)”**. Tidak lupa pula, selawat beserta salam penulis limpahkan kepada pangkuan alam Baginda Rasulullah Muhammad SAW, karena berkat perjuangan beliau-lah kita telah dituntunnya dari alam jahiliyah ke alam islamiyah, dari alam kegelapan ke alam yang terang benderang yang penuh dengan ilmu pengetahuan, seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Skripsi ini merupakan kewajiban yang harus penulis selesaikan dalam rangka melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry. Dalam rangka pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dimana pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Teristimewa penulis persembahkan skripsi ini kepada keluarga saya tersayang yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta dorongan yang luar biasa selama penulis mengikuti perkuliahan sampai

menyelesaikan pendidikan, serta penulis berharap dapat menjadi anak .....  
dapat dibanggakan.

2. Bapak Prof. Dr. H. Warul Walidin AK., MA. Rektor Universitas Islam Negeri Ar-Raniry yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menuntut ilmu belajar di UIN Ar-Raniry.
3. Bapak Dr. Fakhri, S. Sos., M.A, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Bapak Drs. Yusri M.LIS selaku Wakil Dekan I, Bapak Zainuddin T, M.Si, selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr.T Lembong Misbah, MA selaku Wakil Dekan III.
4. Bapak Azman, S.Sos.,I.M.I. Kom selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry.
5. Ibu Hanifah, S.Sos. I., M.Ag., selaku Sekretaris Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah meluangkan waktu untuk mahasiswa KPI berkonsultasi terkait permasalahan akademik.
6. Bapak Dr. A. Rani, M. Si selaku Penasehat Akademik dan juga selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan fikiran untuk membimbing dan memberikan arahan dalam proses pelaksanaan proposal skripsi lalu penelitian sehingga terselesainya skripsi ini dengan baik.
7. Ibu Fitri Meliya Sari, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku pembimbing II yang sudah sangat antusias dan meluangkan waktu serta fikiran untuk membimbing dan memberikan arahan dalam proses pelaksanaan skripsi lalu penelitian sehingga terselesainya skripsi ini dengan baik.

8. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry yang telah banyak memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis.
9. Terima kasih kepada Geuchik Gampong Bayu serta seluruh perangkat Gampong Bayu serta jajarannya. Terima kasih juga kepada seluruh masyarakat Gampong Bayu yang telah sudi kiranya menjadi informan dan bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian sehingga membantu dalam proses penelitian skripsi penulis.
10. Terima kasih kepada teman baik saya Andri Febriyanda, SE yang sudah kebersamai saya dalam proses pembuatan skripsi ini.
11. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada sahabat-sahabat seperjuangan saya Cut Azizah, Hanifah, Nurhafifah Inayatillah, Cut Adinda Maghfirah, Teti Septiana, Fernandi, Akbarul Mukminin Pohan, M. Kausar Al Hafizh dan seluruh rekan seperjuangan KPI angkatan 2018. Terima kasih juga kepada kakak dan abang leting, Nadatul Shofa, S. Sos, Arina Rizkina, Syarafina, Kurniawati, Aminah, Mufti Tamren, S. Sos, Muhammad Aulia Akbar dan lainnya yang tidak bisa saya sebut satu persatu.
12. Ribuan terima kasih juga saya ucapkan kepada Komunitas Film Trieng, GenBI (Generasi Baru Indonesia) 2021-2022, HMP KPI, Universitas Project, Aceh Bergerak Multimedia Platform, Aceh Asia, Rakan Alumni Darul Ulum 23, Lambe Papin FM, dan *HereOmeera\_Look*.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pembaca sebagai motivasi bagi penulis. Semoga kita selalu mendapat ridha dari Allah SWT. Amin Ya Rabbal'alam

Banda Aceh, 4 Juli 2022

Penulis,

Wilda Sofia



## DAFTAR ISI

<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SIDANG</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	9
G. Kerangka Pemikiran.....	10
H. Hipotesis.....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>12</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	12
B. Komunikasi Massa .....	14
C. Media Massa .....	15
1. Jenis-Jenis Media Massa .....	16
D. Minat Menonton.....	18
1. Karakteristik Minat.....	19
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menonton.....	20
E. Masyarakat .....	22
F. Televisi Sebagai Media Massa Elektronik .....	22
G. Teori Media Massa.....	24
1. <i>Cultivation Theory</i> .....	24
2. <i>Use and Gratification Theory</i> .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>28</b>
A. Metode Penelitian.....	28
B. Populasi dan Sampel .....	29
C. Sumber Data.....	30
E. Uji Keabsahan Data.....	31
1. Uji Validitas.....	31
2. Uji Reliabilitas.....	32
F. Teknik Analisis Data .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>35</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	35
B. Hasil Analisis Data.....	37
1. Penyajian Data.....	37
2. Respon Positif dan Negatif.....	39

C. Analisis Pembahasan.....	42
1. Frekuensi Siaran .....	42
2. Durasi Siaran .....	42
3. Program Siaran .....	43
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>45</b>
A. Kesimpulan.....	45
B. Saran.....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>47</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>50</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>78</b>



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi sangat mempengaruhi peran media massa. Media massa memiliki peranan penting bagi masyarakat, karena media massa dapat menyebarkan informasi secara luas dan serempak hanya dalam hitungan detik. Tanpa kita sadari, setiap hari kita selalu bersentuhan dengan media. Setiap saat kita menyaksikan realitas baru di masyarakat, semua hal itu terjadi akibat dari keberadaan dan peran media yang didukung teknologi. Media massa telah menjadi suatu kekuatan baru yang mampu memengaruhi kehidupan manusia di zaman modern seperti saat ini.<sup>1</sup>

Media massa terbagi menjadi tiga jenis yaitu media massa cetak, media massa online, media massa elektronik. Media cetak adalah sarana komunikasi massa melalui tulisan seperti surat kabar, majalah, tabloid, dan lain – lain. Media massa online merupakan sarana media yang dapat memberikan informasi kepada khalayak melalui jejaring internet online seperti internet, streaming televisi dan informasi yang dapat diakses melalui internet. Sedangkan media massa elektronik adalah sarana komunikasi massa melalui perangkat-perangkat elektronik seperti televisi dan radio.

---

<sup>1</sup> Padmi Dhyah Yulianti dan Tri Hartini, *Literasi Media Televisi Bagi Orang Tua: Upaya Melindungi Anak dari Dampak Negatif Televisi*, Seminar Psikologi Dan Kemanusiaan, hal, 239, Diakses pada 29 Desember 2021.

Media elektronik adalah media yang menggunakan elektronik atau energi elektromekanis bagi pengguna akhir untuk mengakses kontennya. Istilah ini merupakan kontras dari media statis (terutama media cetak), yang meskipun sering dihasilkan secara elektronis tetapi tidak membutuhkan elektronik untuk diakses oleh pengguna akhir. Sumber media elektronik yang familiar bagi pengguna umum antara lain adalah rekaman video, rekaman audio, presentasi multimedia, dan konten daring. Media elektronik dapat berbentuk analog maupun digital, walaupun media baru pada umumnya berbentuk digital.

Media massa elektronik terbagi kedalam 3 golongan yaitu, media massa radio, media massa televisi, dan internet. Perkembangan zaman saat ini menuntut media masaa untuk dapat memberikan informasi secara luas dan dengan waktu yang singkat. Salah satu kelebihan media elektronik adalah sifatnya yang *real time* atau disiarkan secara langsung apabila ada peristiwa atau kejadian yang sedang terjadi. Dari hal tersebut kemudian menjadi faktor pendorong terbentuknya media massa elektronik yaitu salah satunya televisi. Tidak dapat dielakkan lagi, bahwa televisi telah menjadi media massa yang dominan untuk hiburan dan berita. Bahkan dari hasil penelitian di Amerika, rata-rata warga yang memiliki televisi menyala selama hampir tujuh jam dalam sehari (*high viewer*). Jelas bahwa televisi telah merubah gaya hidup warga Amerika, mengalihkan perhatian orang dari hal-hal terdahulu yang menjadi perhatian mereka.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Ismojo Herdono, *Potret Televisi Di Indonesia (Kajian Perspektif Teori Ekonomi Politik Media Dan Kritis)*, Jurnal SCRIPTURA, Vol. 5, No. 2, Diakses pada 29 Desember 2021.

Perkembangan media massa khususnya televisi saat ini, mengakibatkan dunia dirasakan semakin sempit. Batas-batas teritorial suatu negara maupun jarak fisik yang begitu jauh, bukan lagi kendala untuk menyaksikan suatu peristiwa yang terjadi di berbagai pelosok dunia. Bahkan tidak jarang suatu peristiwa dapat disaksikan seketika secara bersamaan dengan jumlah penonton relatif tidak terbatas.<sup>3</sup>

Televisi merupakan salah satu bentuk media penyiaran yang paling banyak mengalami proses evolusi khususnya pada ranah teknologi informasi. Manusia sendiri pun tidak dapat memungkiri bahwa media televisi akan hadir didepannya. Televisi telah menjadi sebuah kebutuhan penting diantara masyarakat mulai yang ada diperkotaan sampai yang ada di penjuru daerah. Sebagai bagian dari sebuah perkembangan kebudayaan audio visual baru televisi menjadi media yang memiliki daya tarik tersendiri dalam memberi dampak kepada masyarakat luas.<sup>4</sup> Karena sifatnya yang audio visual televisi dapat menghadirkan acara musik, film, sinetron, variety show, reality show, serta acara lainnya dengan melibatkan selebritis.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

AR - RANIRY

Artinya: *“Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah*

---

<sup>3</sup> Zulqornain, *Minat Menonton Berita Lokal Celebes Tv Di Lingkup Pemerintah Kabupaten Takalar*, Skripsi UIN Alauddin Makassar Tahun 2016, hal 1, Diakses pada 29 Desember 2021.

<sup>4</sup> N.R.A. Chandra, *Perkembangan Media Televisi Menjadikan Televisi Sebagai kebudayaan Masyarakat*, Jurnal Semi Media Rekam Tahun 2010, Vol. 1, No. 2, Diakses pada 13 februari 2022.

*dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung. (QS. Ali-Imran: 104)”*

Televisi seolah memiliki kekuatan yang mampu menarik para khalayaknya seperti yang dilakukan oleh beberapa stasiun televisi yang memformat acaranya untuk target segmen tertentu. Terutama yang menjadi sasaran targetnya adalah para remaja. Yang mana pada fase remaja sendiri adalah fase yang berusaha untuk mencari jati diri dan berusaha meniru orang lain. Masa remaja, merupakan masa transisi dari masa kanak-kanak menuju dewasa. Dalam masa transisi ini tentu banyak hal yang dialami remaja. Bagaimana para remaja berfikir dan bersikap telah menjadi identitas baku kaum remaja yang pada prakteknya selalu mendapat pengaruh dari lingkungannya.<sup>5</sup>

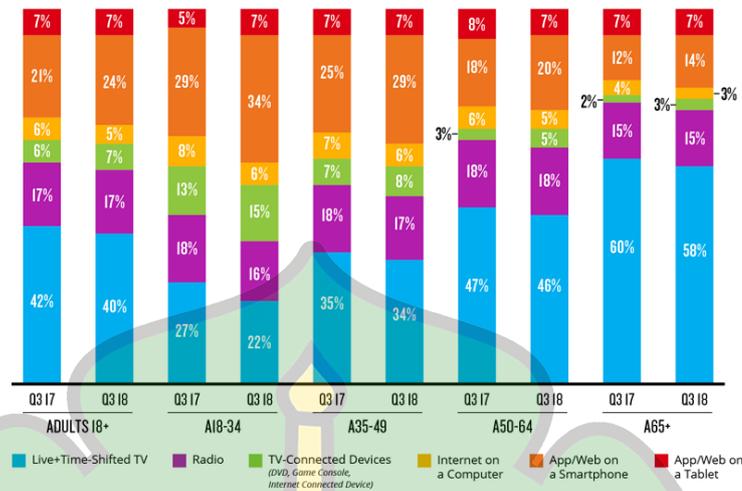
Dalam media pertelevisian, seseorang juga dipengaruhi oleh minat yang melekat dalam diri individu. Minat itu merupakan suatu pengertian yang meliputi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan dia berbuat sesuatu. Sama halnya dengan menonton televisi. Crow and Crow mengatakan bahwa minat (*Interest*) bisa berhubungan dengan daya gerak yang mendorong kita cenderung atau merasa tertarik pada orang, benda, atau kegiatan ataupun bisa berupa pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Siskiani Fantri, *Minat Menonton Masyarakat Kabupaten Indragiri Hilir Terhadap Siaran Gemilang Televisi*, Skripsi UIN SUSKA Riau Tahun 2021, Diakses pada 29 Desember 2021.

<sup>6</sup> Abd. Rachman Abror, *Psikologi Pendidikan* (Yogyakarta: PT. Tiara kencana, 1993), hal. 112.

Gambar 1.1 Waktu yang dihabiskan dalam penggunaan media di Amerika



Sumber: Nielsen.com, 2019

Dari gambar diatas dapat kita lihat presentase penggunaan media massa yang diakses oleh orang dewasa di Amerika. Dapat dilihat bahwa presentase orang yang menonton televisi pada *quarter* 3 tahun 2017-2018 mengalami penurunan disetiap kalangan umur. Penurunan tertinggi terjadi pada kalangan umur 18-34, dan yang terendah pada kalangan umur 35-49 dan 50-64 tahun.

Minat masyarakat dalam menonton televisi menjadi berkurang dikarenakan perkembangan media massa elektronik memberikan trobosan media lainnya yang lebih praktis digunakan dimanapun dan kapanpun, yaitu *Smart Phone*. Dimana terjadi peningkatan penggunaan *smart phone* 2- 5%.<sup>7</sup>

Informasi serupa dengan hasil survei yang dilakukan oleh Nielsen menjelaskan bahwa pengguna Tv tradisional mencapai puncaknya pada tahun 2009-2010. Kini angkanya kian merosot seiring berkembangnya dunia digital. Data yang mendasari

<sup>7</sup> Website Nielsen.com, *The Nielsen Total Audience Report: Q3 2018*, <https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2019/q3-2018-total-audience-report/>, diakses pada 9 Mei 2022.

laporan ini menunjukkan bahwa di antara responden usia 18 sampai 34 tahun, penggunaan *smartphone*, *tablet*, dan perangkat yang terhubung dengan TV seperti *streaming* meningkat lebih dari 25 persen, sekitar 8,5 juta orang per menit. Dalam kategori yang sama, menonton TV turun 10 persen menjadi 8,4 juta orang per menit. Jelas dari studi tersebut menjelaskan bahwa, pemirsa kini menghabiskan lebih banyak waktu pada *smartphone*, *tablet*, dan perangkat terhubung TV jika ingin menonton acara TV. Sehingga adanya problematika yang menunjukkan bahwa penonton TV kini semakin menurun.

Menurut De Fleur yang dikutip oleh Asmar, ada tiga hal yang dapat dijadikan sebagai alat ukur untuk melihat perilaku penggunaan Televisi, yaitu:

- 1) total waktu rata-rata yang digunakan untuk menonton Televisi dalam sehari,
- 2) pilihan acara yang ditonton dalam sehari, dan
- 3) frekuensi menonton acara tertentu.<sup>8</sup>

Program televisi sangat berpengaruh pada keberhasilan sebuah perusahaan televisi. Program acara televisi juga menentukan siapa target yang akan menonton acara televisi dan bagaimana cara menyajikannya agar dapat diterima dan dinikmati oleh penonton yang menjadi sasaran tersebut. Stasiun televisi sangat perlu untuk memperhatikan program siaran seperti apa yang layak dan bagus untuk ditampilkan, agar penonton bisa lebih banyak menghabiskan waktunya menonton siaran televisi. Tidak hanya dari segi programnya saja, namun frekuensi dan durasi siaran televisi juga menjadi faktor pendukung yang perlu diperhatikan oleh stasiun

---

<sup>8</sup> Zulqornain, *Minat Menonton Berita Lokal Celebes Televisi Di Lingkup Pemerintah Kabupaten Takalar*, (Makassar, UIN Alauddin Makassar, 2016) hal, 17.

televisi agar masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan nyaman dalam menonton televisi.

Gampong Bayu merupakan salah satu gampong yang mayoritas masyarakatnya cenderung bekerja selama kurang lebih 7-8 jam. Kesibukan masyarakat ini membuat waktu untuk bersantai sangat kurang. Hal ini dilihat dari hasil pengamatan yang peneliti lakukan pada gampong Bayu dengan kurun waktu kurang lebih 6 bulan. Masyarakat gampong Bayu cenderung menghabiskan waktu luangnya dengan berkumpul bersama dengan keluarga untuk rentang usia 40-70 tahun. Sedangkan untuk rentang usia 18-40 tahun mereka lebih aktif dalam menggunakan Handphone bersama teman-temannya.

Berdasarkan peristiwa yang terjadi di atas peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul **“Faktor Penurunan Minat Masyarakat Dalam Menonton Televisi (Studi Pada Masyarakat Gampong Bayu, Kec Darul Imarah, Kab. Aceh Besar)”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

Semakin berkembangnya media massa maka semakin banyak media informasi yang lahir untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Hal ini mengakibatkan dunia pertelevisian diambang kemunduran atau minat penonton masyarakat yang sudah berkurang. Beranjak dari latar belakang permasalahan tersebut, maka penulis tertarik ingin mengkaji dalam karya ilmiah ini tentang faktor yang mempengaruhi penurunan minat masyarakat dalam menonton televisi, maka yang dapat menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh durasi siaran televisi terhadap minat menonton masyarakat Gampong Bayu ?
2. Bagaimana pengaruh program siaran televisi terhadap minat menonton masyarakat Gampong Bayu ?
3. Bagaimana pengaruh frekuensi siaran televisi terhadap minat menonton masyarakat Gampong Bayu ?

### **C. Batasan Masalah**

Agar penulisan skripsi ini terarah dan tidak meluas sehingga menimbulkan bias, penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penulis menentukan fokus penelitian pada masyarakat yang memiliki televisi dan bertempat tinggal Gampong Bayu, Kecamatan Darul Imarah.
2. Dari beberapa faktor-faktor penurunan minat menonton televisi penulis menganalisis berdasarkan tiga faktor yang diungkapkan oleh De Fleur, yang meneliti dari segi durasi, program acara dan frekuensi.

### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh durasi siaran televisi terhadap minat menonton masyarakat Gampong Bayu ?
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh program siaran televisi terhadap minat menonton masyarakat Gampong Bayu ?
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh frekuensi siaran televisi terhadap minat menonton masyarakat Gampong Bayu ?

## **E. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ilmu komunikasi dan diharapkan dapat menjadi referensi dalam pembelajaran ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan media massa televisi.

### **1. Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk semua stasiun televisi agar dapat menarik minat masyarakat dalam menonton televisi.

### **2. Secara Praktis**

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para presenter dalam mengembangkan keahlian dibidang presenter demi meningkatkan rating stasiun televisi.

## **F. Definisi Konsep**

### **a. Media Massa Televisi**

Media massa menurut KBBI merupakan sarana komunikasi dalam penyampaian pesan-pesan, sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita ke masyarakat luas. Televisi merupakan gabungan dari visual dan audio visual yang menghasilkan sebuah gambar bergerak dan mengeluarkan suara.<sup>9</sup> sehingga media Massa televisi merupakan suatu media massa yang memberikan informasi serta hiburan bagi khalayak luas.

---

<sup>9</sup> Syaputra Iswandi, *Rezim Media*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 2013), hal. 41.

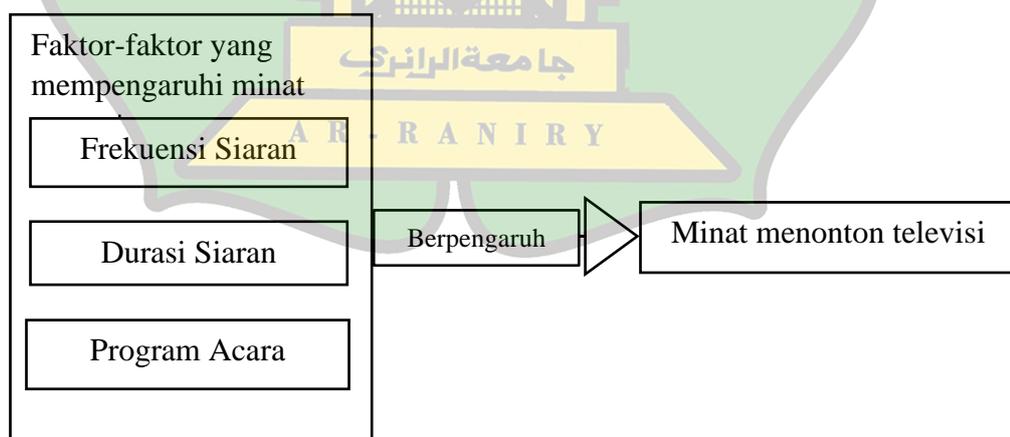
## b. Minat Menonton

Minat adalah rasa kecenderungan yang tertarik pada suatu hal aktivitas untuk tetap mengenang dan disertai dengan rasa senang. Menonton dalam KBBI diartikan sebagai melihat (pertunjukan, gambar hidup (televisi/ video), dan sebagainya).<sup>10</sup> Jadi minat menonton adalah sikap atau jiwa seseorang yang tertuju pada aktivitas untuk melihat sesuatu dengan tingkat perhatian tertentu.

## c. Masyarakat

Masyarakat adalah sekelompok manusia yang tersebar dan mempunyai dari sekumpulan orang yang menyatu satu sama lain karena mereka saling berbagi identitas, kepentingan-kepentingan yang sama, dan biasanya masyarakat berada pada satu tempat yang sama.<sup>11</sup> Masyarakat memiliki sistem kebiasaan dan tata cara dari wewenang dan kerja sama antara berbagai kelompok dan pengolahan dari pengawasan tingkah laku serta kebebasan manusia.<sup>12</sup>

## G. Kerangka Pemikiran



<sup>10</sup> KBBI Edisi V (2022)

<sup>11</sup> Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, (Bandung: Refika Aditama 2006).

<sup>12</sup> Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada 2005).

Dari gambar kerangka pemikiran di atas untuk mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi minat menonton digunakan tiga indikator yaitu: Frekuensi Siaran, Durasi Siaran dan Program Acara. Ketiga Indikator tersebut digunakan untuk melihat pengaruh minat menonton televisi masyarakat di Gampong Bayu, Kecamatan Darul Imarah.

## H. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu dugaan yang bersifat sementara. Hipotesis adalah alternatif dugaan jawaban yang dibuat oleh peneliti bagi problematika yang diajukan dalam penelitiannya. Dugaan jawaban tersebut merukana kebenaran yang sifatnya sementara yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian.<sup>13</sup>

Berdasarkan kerangka teoritis yang terdapat dalam penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan oleh peneliti adalah:

- H<sub>0</sub>: Terdapat pengaruh durasi, program siaran, dan frekuensi siaran dalam penurunan minat menonton masyarakat Gampong Bayu.
- H<sub>1</sub>: Tidak terdapat pengaruh durasi, program siaran, dan frekuensi siaran dalam penurunan minat menonton masyarakat Gampong Bayu.

---

<sup>13</sup> Dodiet Aditya Setyawan, *Hipotesis dan Variabel Penelitian*, (Tahta media Group 2021), hal. 10.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Penelitian Terdahulu

*Pertama*, skripsi oleh Muhammad Rahim, mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi, UIN Sulthan Syarif Kasim Riau (2012), dengan judul penelitian “Pengaruh Tayangan Bioskop Trans TV Terhadap Minat Menonton Film Di Kalangan Mahasiswa”. Peneliti menggunakan metode kuantitatif dekriptif dengan presentase dan menggunakan table untuk mendapatkan data.

Hasil penelitian diketahui Pengaruh Tayangan Bioskop TRANS TV Terhadap Minat Menonton Film Di Kalangan Mahasiswa Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau dapat dikatakan sangat berpengaruh hal ini dapat dilihat dari hasil analisis yang menunjukkan angka 83,3%. Dengan kata lain program siaran Bioskop Trans TV memiliki pengaruh yang besar terhadap minat menonton film pada kalangan mahasiswa Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.

Dari penelitian pertama ini, perbedaan dengan yang peneliti lakukan terletak di judul penelitian. Kemudian perbedaan di variabel penelitian, dimana peneliti mengambil dari tiga aspek dalam melihat minat menonton masyarakat, yaitu: durasi siaran, Frekuesni, dan program siaran.<sup>14</sup>

*Kedua*, skripsi oleh Zulqornain, mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi, UIN Alauddin Makassar (2016), dengan judul “Minat Menonton Berita Lokal Celebes Tv Di Lingkup Pemerintah Kabupaten Takalar”. Teknik analisis data

---

<sup>14</sup> Muhammad Rahim, *Pengaruh Tayangan Bioskop Trans TV Terhadap Minat Menonton Film Di Kalangan Mahasiswa*, (Skripsi Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sulthan Syarif Kasim Riau, 2012).

dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari kuesioner yang telah terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan tabel frekuensi. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif deskriptif yang digunakan untuk menjelaskan hubungan tingkat minat menonton berita pegawai Pemerintah Kabupaten Takalar pada Celebes TV.

Hasil penelitian yang ditemukan mengenai minat menonton berita lokal Celebes TV pada lingkup Pemkab Takalar melalui penyebaran kuesioner pada 265 sampel (diperoleh dari tabel penentuan jumlah sampel Isaac dan Michael), 73 selama kurang lebih 3 (tiga) bulan di 10 (sepuluh) instansi yang mewakili unit organisasi Pemkab Takalar seperti sekretariat, badan, dinas, kantor, dan kecamatan. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui minat para pegawai di lingkup Pemkab Takalar dalam menonton berita lokal di Celebes TV. Penelitian tersebut hanya melihat dan mengamati minat menonton langsung pada sebuah program acara yaitu Celebes TV.<sup>15</sup>

*Ketiga*, Jurnal oleh Angga Prasetya dan Mira Herlina, Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur (2017) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Program Berita *Xinwen* di Metro TV Terhadap Minat Menonton Khalayak”. Jenis penelitian ini tergolong kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis data eksploratif asosiatif.

Hasil penelitian yang diperoleh bahwa terdapat pengaruh hubungan antara program berita *Xin Wen* di Metro TV terhadap minat menonton warga kampung

---

<sup>15</sup> Zulqornain, Minat Menonton Berita Lokal Celebes Tv Di Lingkup Pemerintah Kabupaten Takalar, (Skripsi Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Dawah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, 2016).

Cina Benteng Sewan Lebak Wangi RW 04 ditunjukkan dengan hasil nilai koefisien determinasi sebesar 0.643 atau 64,3%.

Perbedaan yang terdapat pada penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah variabel yang digunakan, dimana variabel pada penelitian ini hanya melihat pengaruh program acara televisi terhadap minat menonton televisi masyarakat. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan tiga variabel berupa durasi, program siaran dan frekuensi terhadap minat menonton masyarakat. Dan metode yang digunakan pada penelitian yang akan digunakan yaitu analisis statistik deskriptif dengan persentase. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Prasetya dan Herlina yang menggunakan analisis regresi linier sederhana.

## **B. Komunikasi Massa**

Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*massa communication is message communicated through a mass medium to a large number of people*). Berdasarkan definisi di atas dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak ramai. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi keduanya dikenal sebagai media elektronik, surat kabar dan majalah juga merupakan media massa cetak, serta media film juga disebut sebagai media komunikasi massa.<sup>16</sup>

Definisi lain juga dijelaskan oleh ahli komunikasi bahwa media massa disebut sebagai "*Mass communication is the technologically and institutionally based*

---

<sup>16</sup> Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Gramedia, 2016), hal. 1-2.

*production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies".* Artinya komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat Indonesia.<sup>17</sup> Dari definisi diatas menggambarkan bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebar, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, dwimingguan, atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

### **C. Media Massa**

Media massa merupakan suatu alat yang digunakan dalam memberikan sebuah informasi kepada masyarakat luas. Media massa memiliki sifat dan karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas (*universality of reach*), bersifat publik dan mampu memberikan konsekuensi bagi kehidupan politik dan budaya masyarakat kontemporer.

Media massa dapat mempengaruhi keinginan atau pola pikir yang muncul pada diri personal tertentu. Keadaan seperti itu terjadi lantaran media massa dapat secara bertahap menampilkan hal-hal tertentu dengan upaya untuk membuat pembaca,

---

<sup>17</sup> Elvinaro Ardiyanto, Lukiati Komala, Siti Karlinah, *Komunikasi Massa (Suatu Pengantar Edisi Revisi)*, (Bandung: Sinbiosia Rekatama Media, 2007), hal. 3.

pendengar yang menyaksikannya terpengaruh untuk ikut meyakini bahwa mereka membutuhkan hal tersebut untuk kehidupan mereka.<sup>18</sup>

## 1. Jenis-Jenis Media Massa

Secara umum media massa dapat dikategorikan kedalam beberapa jenis, yaitu :<sup>19</sup>

### 1.1 Media Cetak

Media cetak adalah media yang terdiri dari bahan cetak (kertas) untuk menyampaikan pesan kepada pihak lain. Media cetak dapat berupa surat kabar, tabloid, majalah, jurnal, *newsletter*, *buletin*, dan berita singkat/*news in brief*, dan buku.

### 1.2 Media Elektronik

Media massa elektronik adalah media massa yang dalam penyebaran isinya melalui suara atau gambar dan suara dengan menggunakan teknologi elektro. Media yang dapat dikategorikan dalam media ini adalah radio, televisi, dan film. Kehadiran media elektronik membawa pengaruh terhadap kehadiran dan peran media cetak.

#### a) Televisi

Televisi merupakan salah satu jenis media informasi untuk menyampaikan berbagai hal sosial, ekonomi, budaya dan berbagai bidang lainnya.<sup>20</sup> Televisi juga dikenal sebagai media gambar sekaligus

<sup>18</sup> Syaifudin Zuhri dkk, *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat*, (Malang: PT Cita Intrans Selaras, 2020), hal. 9-10.

<sup>19</sup> Lahyanto Nadie, *Media Massa dan Pasar Modal*, (Jakarta Selatan: Media Center, 2018), hal. 37-38.

<sup>20</sup> Nurul Azmi, *Dampak Media Televisi Terhadap Perilaku Sosial Sosial Anak*. *Jurnal Pendidikan Sains*, 2014, Vol 3, No. 2. hal 16.

media suara dimana orang tidak hanya dapat melihat gambar dari tayangan yang dipancarkan tapi juga bisa memperoleh informasi dari suara yang dihasilkan oleh pancaran gambar tersebut.<sup>21</sup>

b) Radio

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara). Radio sebagai alat komunikasi telah banyak digunakan untuk berbagai kepentingan.

c) Film

Film merupakan bagian dari media komunikasi massa yang sering kali digunakan sebagai media yang menggambarkan kehidupan sosial dalam masyarakat. Film sebagai salah satu atribut media masa menjadi sarana komunikasi yang paling efektif. Dengan kualitas audio dan visual yang disuguhkan, film menjadi media terpaan yang sangat ampuh bagi pola pikir masyarakat.

Menurut Wibowo, film adalah alat untuk menyampaikan berbagai pesan kepada khalayak melalui media cerita. Film juga merupakan medium ekspresi artistik sebagai suatu alat para seniman dan insan

---

<sup>21</sup> Muhammad Irfan, dkk, *Rancangan Pendukung Keputusan Pemilihan Televisi Berlangganan Menerapkan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Jurnal Media Informatika Budidarma 2017, Vol. 1 No. 2, hal. 43.

perfilman dalam rangka mengutarakan gagasan-gagasan dan ide cerita. Secara esensial dan substansial film memiliki *power* yang akan berimplikasi terhadap komunikasi masyarakat.<sup>22</sup>

#### **D. Minat Menonton**

Minat merupakan suatu gejala jiwa yang tercermin dari adanya rasa suka terhadap suatu objek yang timbul secara internal<sup>23</sup>. Minat merupakan momen dari kecenderungan yang terarah secara intensif kepada suatu obyek yang dianggap penting. Minat juga dapat diartikan sebagai faktor pendorong yang dapat menyebabkan individu memberikan perhatian terhadap suatu obyek tertentu (dapat berupa orang, benda ataupun suatu aktivitas). Minat mengandung unsur perhatian dan hal ini menjadikan individu cenderung untuk mengadakan kontak yang lebih aktif dengan sesuatu yang menjadi obyeknya.<sup>24</sup>

Minat menonton dalam psikologi komunikasi merupakan suatu proses yang disadari atau tidak disadari dimana penonton ditempatkan pada alam yang samara yang dihadapkan pada tumpuan cahaya dan membantu menghasilkan ilusi di atas layar. Suasana ini menimbulkan emosi, pikiran dan perhatian manusia dipengaruhi oleh film yang ditonton. Dengan demikian, dari beberapa pengertian tentang minat dan menonton, dapat diambil kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan minat menonton dalam penelitian ini adalah suatu keadaan dimana diri individu

---

<sup>22</sup> Fred Wibowo. *Teknik Program Televisi*, (Yogyakarta: Pinus Book Publisher, 2006), hal. 196.

<sup>23</sup> Wayan Nurkencana dan Sunartana P.P.N, *Evaluasi Pendidikan*, (Surabaya: Usaha Nasional, 2001), hal. 88.

<sup>24</sup> Kartini Kartono, *Psikologi Umum*, (Bandung: CV Mandar Maju, 1990), hal. 122.

ataukhalayak terbangkit untuk mengarahkan perhatiannya secara sadar ingin menonton tayangan/ siaran televisi.<sup>25</sup>

### 1. Karakteristik Minat

Seiring dengan pemahanman mengenai minat sebagaimana diuraikan diatas Crow & Crow memberikan ciri-ciri atau karakteristik minat yang antara lain adalah sebagai berikut:

- a) Minat timbul dari perasaan senang terhadap suatu obyek atau situasi yang menarik perhatian orang.
- b) Minat dapat menimbulkan seorang menaruh perhatian secara sadar, spontan, mudah, wajar, tanpa dipaksakan dan selektif.
- c) Minat dapat merangsang seseorang untuk mencari obyek atau situasi yang diminati.
- d) Minat bersifat personal karena setiap individu memiliki perbedaan dalam menentukan minatnya dan hal ini berkaitan dengan kepentingan pribadi seseorang.
- e) Dapat bersifat konsisten sepanjang obyek yang diminati efektif bagi individu.
- f) Minat bersifat diskriminatif sepanjang obyek yang diminati efektif bagi individu.

---

<sup>25</sup> Ema Mardiasika, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Film, Efek Komunitas Dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Menonton Dan Implikasinya Terhadap Minat Menonton, Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Tahun 2012, hal. 17-18.

- g) Minat bersifat diskriminatif karena dapat membantu seseorang membedakan hal-hal yang harus dan tidak harus dilakukan sehubungan dengan minatnya.
- h) Minat tidak dapat bersifat negatif atau bawaan melainkan tumbuh dan berkembang dengan pengalaman-pengalaman selama perkembangan individu dan minat dapat juga menjadi “sebab” atau “akibat” dari pengalaman.

## 2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menonton

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat menonton televisi pada masyarakat. Menurut De Fleur (1993) terdapat sekurang-kurangnya tiga faktor yang mempengaruhi minat menonton televisi pada masyarakat, yaitu:

### a) Durasi Siaran

Durasi siaran merupakan salah satu faktor penentu minat masyarakat dalam menonton televisi. Biasanya stasiun televisi membagi rentang siaran yang ditayangkan di televisi.

### b) Program Acara

Siaran Program merupakan faktor yang mendukung keberhasilan finansial stasiun televisi penyiaran televisi. Program dalam stasiun penyiaran televisi adalah penentu audiens dimana dengan sebuah program menarik, maka akan menarik banyak audiens untuk menyaksikan program

tersebut. Dengan kata lain bahwa pendapatan dan keuntungan stasiun penyiaran sangat dipengaruhi oleh programnya.<sup>26</sup>

Banyaknya program siaran pada saat ini membuat semakin banyaknya pilihan untuk masyarakat memilih siaran yang baik untuk mereka saksikan, banyaknya siaran yang baru otomatis isi atau konten dalam suatu acara tersebut ada yang menarik, informatif, menghibur ataupun tidak menarik dan kurang mendidik. Dampak atau jenis-jenis pengaruh yang di timbulkan pun bermacam-macam yaitu ada kognitif, afektif, dan konatif. Pengaruh kognitif adalah pengaruh yang berkaitan dengan pengetahuan kita tentang suatu hal yang dilihat atau kenyataan- kenyataan, yang kedua ada pengaruh afektif adalah pengaruh yang bisa mengubah perilaku seseorang yang disebabkan oleh pesan pesan dari tayangan tersebut, dan yang terakhir ada pengaruh konatif adalah pengaruh pesan pesan yang diberikan oleh tayangan tersebut yang akan merangsang atau bisa mengarahkan kemana keinginan kita tertuju.<sup>27</sup>

c) Frekuensi Siaran

Frekuensi siaran adalah berapa kali siaran tersebut muncul pada televisi dalam waktu tertentu biasanya kurun waktu dalam satu minggu.<sup>28</sup>

<sup>26</sup> Morissan, *Media Penyiaran dan Strategi Mengelola Televisi* (Tangerang: Ramdina Prakarsa, 2005), cet I, hal, 200.

<sup>27</sup> Werner J. Severin dan James W. Tankard, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Pradana Media Grup, 2011), hal 21-22.

<sup>28</sup> Ratnasari Mashud, *Pola Menonton Televisi Lokal Pada Pemirsa di Kota Makassar*, *Jurnal Ilmu Komunikasi* tahun 2013, hal 16, Diakses pada 29 Desember 2021.

## **E. Masyarakat**

Masyarakat adalah sekelompok manusia yang tersebar yang mempunyai tradisi, sikap dan perasaan persatuan yang sama. Secara umum pengertian masyarakat adalah kesatuan hidup manusia yang berinteraksi sesuai dengan sistem adat istiadat tertentu yang sifatnya berkesinambungan, dan terkait oleh suatu rasa identitas bersama.<sup>29</sup>

Tidak bisa dipungkiri bahwa media massa televisi saat ini menjadi salah satu media bagi masyarakat dalam mendapatkan informasi dilihat dari kelebihan televisi yang memiliki visual dan audio visual sehingga menarik minat masyarakat dalam menonton televisi. Namun, jika dilihat saat ini kualitas yang disajikan televisi berkurang baik dari segi durasi, program ataupun frekuensinya. Hal ini juga didukung oleh aktivitas masyarakat yang tidak teratur dan memiliki kesibukan lainnya, atau bahkan dibeberapa masyarakat tidak memiliki televisi.

## **F. Televisi Sebagai Media Massa Elektronik**

Televisi merupakan salah satu bentuk media dalam komunikasi masaa. Dewasa ini seringkali para pemasar menggunakan siaran televisi sebagai media utama untuk memasarkan produknya. Televisi merupakan paduan audio dari segi penyiarannya (*broadcast*) dan video dari segi gambar Bergeraknya (*moving images*). Dari paduan dua prinsip televisi inilah maka pemirsa dapat melihat dan mendengar semua yang disajikan di televisi.

---

<sup>29</sup> Heri Kusmanto, *Peran Badan Permusyawaratan Daerah dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat*, Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA Volume 1 No. 1, 2013, hal. 46, Diakses pada 29 Desember 2021.

Televisi sebagai media massa elektronik dimaksudkan adalah televisi siaran yang merupakan media dari jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa sebagaimana diuraikan di muka yakni; berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimulkan keserempakan dan komunikannya heterogen.<sup>30</sup>

Salah satu media komunikasi massa modern adalah media televisi, yang merupakan media termuda setelah perang dunia kedua. Televisi adalah salah satu media massa yang memancarkan “suara” dan “gambar” yang berarti sebagai reproduksi daripada kenyataan yang disiarkannya, melalui gelombang-gelombang elektronik, sehingga dapat diterima oleh pesawat penerima dirumah.<sup>31</sup> Kelebihan dan Kekurangan Televisi

Kelebihan media televisi di bandingkan dengan media lain adalah sebagai berikut:

- a) Menguasai jarak dan ruang karena teknologi televisi telah menggunakan elektromagnetik, kabel dan fiber yang di pancarkan (transmisi) melalui satelit.
- b) Sasaran yang di capai untukmenjangkau massa cukup besar.
- c) Nilai aktualitas terhadap suatu liputan atau pemberitaan sangat cepat.
- d) Daya rangsang seseorang terhadap media televisi cukup tinggi. Hal ini disebabkan oleh kekuatan suara dan gambarnya bergerak (*ekspresif*).

---

<sup>30</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1993), hal. 21.

<sup>31</sup> Soenarjo, *Seri Ilmu Komunikasi-1 Himpunan Istilah Komunikasi*, (Yogyakarta: Liberty, 1995), hal. 316.

- e) Informasi atau berita-berita yang disampaikan lebih singkat, jelas, sistematis, sehingga pemirsa tidak perlu lagi mempelajari isi pesan dalam menangkap siaran televisi.

Sedangkan kekurangan media televisi adalah:

- a) Karena bersifat “*transitory*” maka isi pesannya tidak dapat di memori oleh pemirsa (lain halnya dengan media cetak, informasi dapat di simpan dalam bentuk kliping koran).
- b) Media televisi terikat oleh waktu tontonan, sedangkan media cetak dapat di baca kapan saja dan di mana saja.
- c) Televisi tidak bisa melakukan kritik sosial dan pengawasan sosial secara langsung dan vulgar seperti halnya media cetak. Hal ini terjadi karena faktor penyebaran siaran televisi yang begitu luas kepada massa yang heterogen (status sosial ekonominya), juga karena kepentingan politik dan stabilitas keamanan negara.
- d) Pengaruh televisi lebih cenderung menyentuh aspek psikologis massa, sedangkan media cetak lebih mengandalkan efek rasionalitas.<sup>32</sup>

## G. Teori Media Massa

### 1. *Cultivation Theory*

Teori ini dikemukakan oleh pakar komunikasi yang bernama George Gerbner. Menurut teori kultivasi, televisi menjadi media atau alat utama di mana para penonton televisi belajar tentang masyarakat dan kultur di

---

<sup>32</sup> Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa: Sebuah Analisis Media Televisi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1996), hal. 23-24.

lingkungannya. Persepsi apa yang terbangun di benak penonton tentang masyarakat dan budaya sangat ditentukan oleh televisi. Melalui kontak televisi, penonton belajar mengenai dunia, manusianya, nilainya serta adat kebiasaannya. Teori kultivasi mengkaji masalah media dan *audience*.

Teori ini menjelaskan bahwa minat masyarakat dalam menonton televisi sangat meningkat dikarenakan hanya televisi yang menjadi sumber utama khalayak untuk mendapatkan informasi. Televisi mampu membentuk masyarakat untuk memahami segala hal baik dari segi budaya, sosial dan ekonomi maupun kehidupan tentang segala hal yang ada di dunia.

Teori ini berkembang dimana pada saat itu media massa televisi menjadi media yang sangat diminati oleh khalayak masyarakat karena televisi memiliki ketertarikan, yaitu mampu menampilkan secara visual dan audio visual. Sehingga teori ini yang tepat dan sesuai digunakan untuk melihat penurunan yang terjadi pada penonton televisi.

## 2. *Use and Gratification Theory*

Tokoh utamanya adalah Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch. Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Pengguna media mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. Teori ini merupakan kebalikan dari teori jarum hipodermik. Ada 5 (lima) asumsi dasar dari teori ini, yaitu:

- a) Audiens adalah aktif, dan penggunaan media berorientasi pada tujuan.

- b) Inisiatif yang menghubungkan antara kebutuhan kepuasan dan pilihan media spesifik terletak di tangan audiens.
- c) Media bersaing dengan sumber-sumber lain dalam upaya memuaskan kebutuhan audiens.
- d) Orang-orang mempunyai kesadaran-diri yang memadai berkenaan penggunaan media, kepentingan dan motivasinya.
- e) Nilai pertimbangan seputar keperluan audiens tentang media spesifik atau isi harus dibentuk.

Teori ini beranjak dari pandangan bahwa komunikasi khususnya media massa tidak mempengaruhi masyarakat. teori *Use and Gratifications* pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan minat-minat tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi minat khalayak. Jika minat ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang paling efektif.<sup>33</sup>

### 3. Teori AIDA

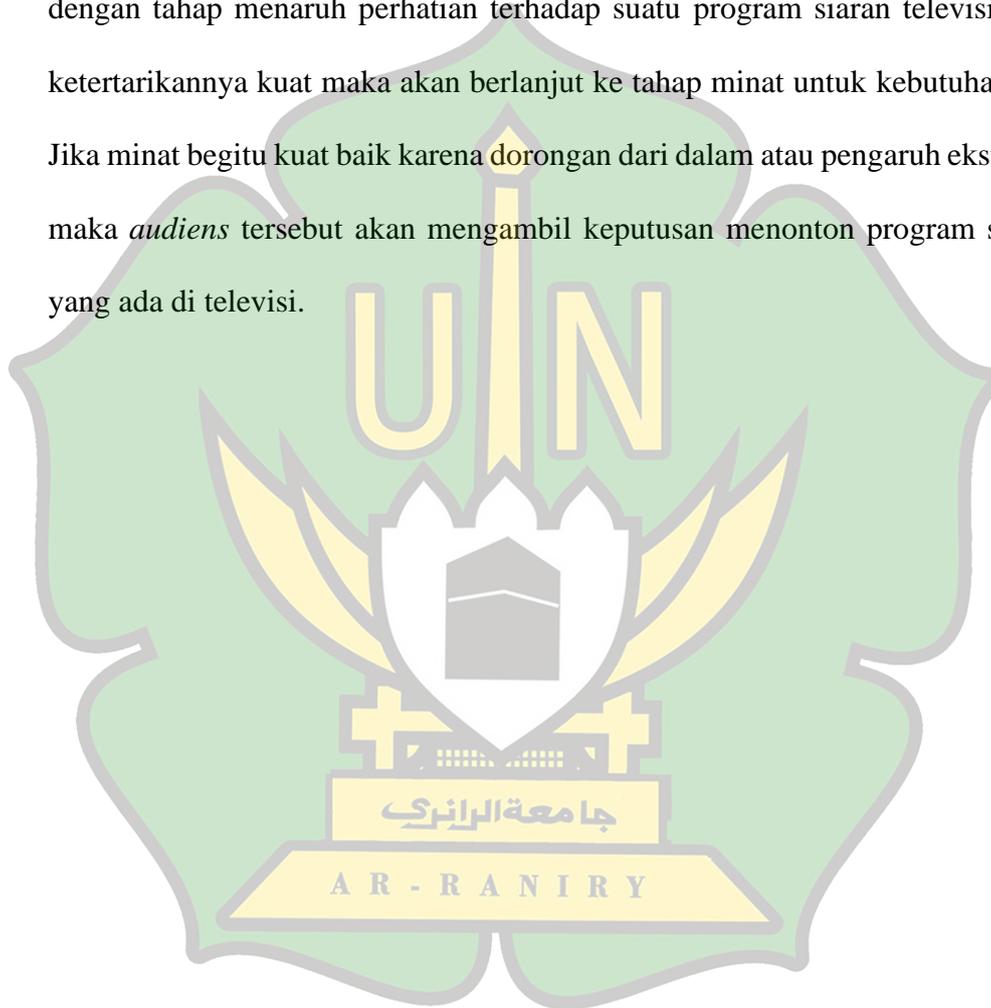
Teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) adalah salah satu model hirarki respon yang cukup populer bagi pemasar sebagai pedoman dalam melaksanakan kegiatan pemasaran yang digunakan untuk membantu perencanaan suatu iklan secara menyeluruh. Menurut Kotler dan Keller dengan menggunakan model AIDA akan memperjelas konsep perubahan, sikap, dan perilaku dalam kaitannya dengan sebuah kerangka tindakan. Teori AIDA merupakan suatu pesan yang harus mendapatkan perhatian, menjadi

---

<sup>33</sup> Rachmat Kriyantono, Teknik Praktis Riset Komunikasi (Jakarta: Kencana, 2009).

ketertarikan, menjadi minat, dan mengambil tindakan. Teori ini menyampaikan akan kualitas dari pesan yang baik<sup>34</sup>.

Stasiun televisi menerapkan model AIDA dalam memasarkan produknya (program siaran). Sehingga proses psikologis yang dilalui oleh *audiens* diawali dengan tahap menaruh perhatian terhadap suatu program siaran televisi, jika ketertarikannya kuat maka akan berlanjut ke tahap minat untuk kebutuhannya. Jika minat begitu kuat baik karena dorongan dari dalam atau pengaruh eksternal maka *audiens* tersebut akan mengambil keputusan menonton program siaran yang ada di televisi.



---

<sup>34</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 2009).

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif dengan menggunakan pendekatan Deskriptif. Creswell mendefinisikannya sebagai suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Untuk memahami gejala sentral tersebut peneliti mewawancarai partisipan dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan luas. Kemudian informasi yang disampaikan oleh partisipan dikumpulkan yang kemudian akan menjadi bahan acuan untuk hasil penelitian nantinya.

Data yang didapatkan berupa hasil kuesioner yang diisi oleh responden kemudian dianalisis, hasil analisis tersebut dapat berupa angka yang dianalisis dan deskripsikan. Dari data tersebut peneliti membuat interpretasi untuk menangkap arti yang dalam. Sesudahnya peneliti membuat permenungan pribadi (*self-reflection*) dan menjabarkannya dengan penelitian-penelitian ilmuwan lain yang dibuat sebelumnya.<sup>35</sup>

Penelitian Kuantitatif menggunakan data statistik, kemudian dilakukan analisis dan diinterpretasikan. Penelitian kuantitatif deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk membuat gambaran atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya.

---

<sup>35</sup> Conny R Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. (Jakarta: Grasindo, 2014), hal. 6-7.

## B. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah masyarakat Gampong Bayu, Kecamatan Darul Imarah. Sedangkan sampel penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah masyarakat Gampong Bayu dengan rentang usia 18-70 tahun yang memiliki televisi. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *random sampling*, dimana semua anggota populasi diberi kesempatan untuk dipilih sebagai sampel. Pengumpulan data dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yakni cara pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan karakteristik sampel yang diinginkan peneliti. Adapun karakteristiknya adalah sebagai berikut: (1) responden yang berusia kisaran 18-70 Tahun, (2) berdomisili di Gamping Bayu dan (3) memiliki televisi.

Menurut Roscoe, pedoman dalam menentukan sampel adalah sebagai berikut:

- a. Ukran sampel sebaiknya diantara 30 sampai 500 elemen.
- b. Jika sampel diklasifikasi pada subkategori, jumlah sampel subkategori minimal harus 30 untuk tiap subkategori
- c. Dalam penelitian *multivariate* (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya beberapa kali (lebih disukai 10 atau lebih) lebih besar dari jumlah variabel dalam studi
- d. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eksperimen yang ketat (*match pairs*, dan sebagainya), penelitian yang sukses adalah mungkin dengan sampel ukuran kecil antara 10 hingga 20.<sup>37</sup>

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini yakni dengan mengalikan jumlah indikator pertanyaan dengan rentang angka 5-10. Penelitian ini menggunakan 6 indikator pertanyaan, kemudian  $6 \times 6 = 36$ . Sehingga sampel yang diambil berjumlah 36 orang.

### C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang diperoleh dari hasil studi lapangan. Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian.<sup>36</sup> Adapun data primer yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil survey dari hasil kuesioner masyarakat Gampong Bayu, Kecamatan Darul Imarah dengan rentang usia 18-70 tahun.

### D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu langkah dalam suatu aktifitas, sebab kegiatan ini sangat menentukan keberhasilan suatu penelitian, karena kualitas data ditentukan oleh kualitas alat pengambilan data atau alat pengukurannya.<sup>37</sup> Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Pengukuran variabel dilakukan dengan skala *likert* yang menggunakan metode *scoring*. Skala *likert* berfungsi untuk mengukur perilaku, persepsi dan pendapat seseorang terhadap fenomena tertentu. Kuesioner ini menggunakan sistem tertutup, yaitu

---

<sup>36</sup>Burhan, Bugin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)*, Hal. 132.

<sup>37</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*, (Jakarta: Kencana, 2010), hal.79

bentuk pertanyaan yang disertai dengan alternatif jawaban dan responden hanya perlu memilih jawaban tersebut.

**Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert**

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono, 2017

## E. Uji Keabsahan Data

### 1. Uji Validitas

Setelah dilakukan penelitian, maka selanjutnya perlu dilakukan validitas data atau pengujian dan pemeriksaan keabsahan data. Validitas memastikan apakah alat ukur yang digunakan oleh penelitian sah (valid) dan karenanya dapat menjamin bahwa temuan-temuan dalam penelitian juga dihasilkan dari pengukuran yang tepat. Kriteria pengambilan keputusan valid atau tidaknya kuesioner dalam penelitian didasarkan pada teknik korelasi produk moment dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Bila angka korelasi melebihi angka kritik dalam tabel nilai  $r$ , maka korelasi tersebut

signifikan.<sup>38</sup> Nilai  $r$  tabel dalam penelitian ini adalah 0,129 dengan taraf signifikansi 5%. Perhitungan uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS. Hasil uji validitas yang telah dilakukan seperti terlampir memperoleh hasil bahwa seluruh butir pernyataan pada masing-masing variabel memiliki nilai  $r$  hitung  $> 0,129$  ( $r$  tabel). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya memiliki sifat dapat dipercaya. Hasil pengukuran harus reliable dalam artian harus memiliki tingkat konsistensi dan kemantapan yang sama dari peneliti satu ke peneliti lainnya. Uji reliabilitas ini dilakukan untuk memastikan penelitian ini mencapai hasil yang objektif dan reliable. Untuk mengukur reliabilitas penelitian ini yaitu dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ .<sup>39</sup> Perhitungan uji reliabilitas ini dihitung dengan bantuan program SPSS. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini terlampir, dan diketahui bahwa semua variabel adalah reliabel karena mempunyai nilai  $> 0,6$ . Hasil uji reliabilitas menyatakan bahwa kuesioner yang dipakai untuk mengukur masing-masing variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

---

<sup>38</sup> Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: LP3ES, 1989), hlm. 143.

<sup>39</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS* (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005), hlm. 42.

## F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses sistematis pencarian dan pengaturan transkrip wawancara, dan materi-materi lain yang telah dikumpulkan.<sup>40</sup> Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Dimana kuantitatif deskriptif digunakan untuk mengolah data yang bersifat numerik. Data numerik dikumpulkan melalui jawaban responden melalui kuesioner. Kemudian diproses dengan menggunakan metode analisis statistik dan diinterpretasikan dengan merangkai kata-kata yang kemudian disusun ke dalam teks yang diperluas. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan persentase dan melihat nilai rata-rata tertinggi menggunakan skala likert. Berikut kriteria skala likert:

**Tabel 3.2 Nilai Rata-rata Persentase berdasarkan Skala Likert**

Presentase	Keterangan
< 40%	Sangat Tidak Berpengaruh
40% - 49.9%	Tidak Berpengaruh
50% - 60%	Cukup Berpengaruh
61% - 80%	Berpengaruh
> 80%	Sangat Berpengaruh

Sumber : Data olah, 2022

<sup>40</sup>Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), hal. 85

Selanjutnya dideskripsikan dengan tujuan menyederhanakan data sehingga lebih mudah dipahami oleh orang lain. Berikut adalah formula persentase yang digunakan untuk menganalisis data sebagai berikut<sup>41</sup>

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Persentase

F = Jumlah Frekuensi dari setiap alternatif jawaban

N = Jumlah sampel

**Tabel 3.3 Indikator Variabel Penelitian**

Varibel	Indikator	No. Item	Jumlah
Faktor yang mempengaruhi minat menonton	-Frekuensi Siaran	1, 6, 12,18	4
	-Durasi Siaran	2, 9, 13, 19	4
	-Program Siaran	4, 5, 16, 20, 24	5
Minat Menonton Televisi	-Minat Informasi	3, 7, 14, 21	4
	-Minat Integritas dan Interaksi Sosial	10, 11, 17, 23	4
	-Minat Hiburan	8, 15, 22	3

Sumber: Data olah, 2022

<sup>41</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), hal. 12.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Bayu merupakan salah satu Gampong yang terletak di Mukim Lamreung, kecamatan Darul Imarah, Kabupaten Aceh Besar, provinsi Aceh, Indonesia. Gampong Bayu terbagi atas 4 dusun, yaitu: dusun Panah Maneh yang terdiri atas 180 KK, dusun Kulu Jaya yang terdiri atas 160 KK, dusun Makmur Jaya yang terdiri atas 175 KK, dan dusun Beringin yang terdiri dari 150 KK.

Kecamatan Darul Imarah merupakan Kecamatan yang bisa dikatakan sebagai daerah pembangunan dan pengembangan. Hal ini didasarkan pada kondisi dan posisi wilayah yang berbatasan langsung dengan Banda Aceh sebagai Ibu Kota Provinsi Aceh, bahkan kalau melihat sejarah perkembangan kota Banda Aceh sendiri tidak terlepas dari sumbangsih Darul Imarah yang mewakafkan sebagian wilayahnya untuk perluasan kota. Karena letaknya yang demikian dekat dengan banyak lembaga Pemerinthan Provinsi yang dibangun di wilayah Kecamatan ini, di antaranya Kantor Majelis Permusyawaratan Ulama (MPU) Provinsi Aceh, Kejaksaan Tinggi Aceh, Dinas Peternakan, dan yang terbaru adalah pembangunan gedung Meuligo Wali Nanggroe sebagai mitra Pemerintah Provinsi sesuai dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2005 Tentang Undang-Undang Pemerintah Aceh dengan pemberlakuan Otonomi Khusus secara menyeluruh (kecuali KUA tentunya karena masih dibawah penguasaan Pemerintah Pusat).

Adapun sebagian besar masyarakat Bayu berprofesi sebagai pekerja kantor/swasta. Dimana mereka lebih sedikit memiliki waktu luang untuk bersantai. Dan

sebagian masyarakat kecil lainnya berprofesi sebagai petani, yang mana pada hasil survey yang dilakukan oleh penulis bahwa masyarakat Gampong Bayu memiliki minat yang rendah dalam menonton televisi, hal ini juga dilihat dari berbagai faktor lain, salah satunya telah tersedianya perangkat elektronik Hand Phone yang menurut masyarakat jauh lebih efisien dibandingkan televisi.

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pemerintahan Gampong Bayu



Sumber: (Dokumen Gampong Bayu, 2022)

## B. Hasil Analisis Data

### 1. Penyajian Data

#### a. Profil Responden

Responden yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan angket/ kuesioner berjumlah 36 orang. Adapun data responden masyarakat diperoleh secara langsung. Berikut merupakan profil responden yang diperoleh:

**Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Laki-laki	15	41,7%
2.	Perempuan	21	58,3%
	Jumlah	36	

Sumber: Data olah, 2022

Dari hasil kuesioner diatas jumlah sampel terbagi menjadi 2 bagian yaitu perempuan dan laki-laki. Adapun jumlah sampel perempuan sebanyak 21 orang dan jumlah sampel laki-laki sebanyak 15 orang.

**Tabel 4.2 Usia Responden**

No	Usia	Frekuensi
1.	18-30	11
2.	31-40	13
3.	41-50	5
4.	Lainnya	7
	Jumlah	36

Sumber: Data olah, 2022

Dari tabel diatas dapat kita lihat jumlah responden berdasarkan usia. Jumlah terbanyak itu pada usia 31-40 tahun yang berjumlah sebanyak 13 orang, kemudian usia 18-30 berjumlah sebanyak 11 orang, selanjutnya diatas usia 50 tahun berjumlah sebanyak 7 orang. dan jumlah paling sedikit yaitu berusia 41-50 tahun, yaitu sebanyak 5 orang.

**Tabel 4.3 Pekerjaan Responden**

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1.	PNS	4	
2.	Wiraswasta	10	
3.	IRT	13	
4.	Mahasiswa	3	
5.	Lainnya	6	
Jumlah		36	

Sumber: Data olah, 2022

Dari tabel diatas dapat kita lihat sebagian besar responden bekerja sebagai sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) dan Wiraswasta. Dan yang bekerja sebagai PNS berjumlah 4 orang. untuk mahasiswa berjumlah 3 orang, dan pekerjaan lainnya berjumlah 6 orang.

## 2. Respon Positif dan Negatif

### a. Rekapitulasi Pertanyaan Positif

**Tabel 4.4 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Pertanyaan Positif**

Pertanyaan	Alternatif Jawaban										Total
	1		2		3		4		5		
	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	
<b>Frekuensi</b>											
1	28	77,8%	8	22,2%	0	0	0	0	0	0	
2	31	86,1%	5	13,9%	0	0	0	0	0	0	
3	24	66,7%	10	27,8%	1	2,8%	0	0	1	2,8%	
<b>Durasi</b>											
1	26	72,2%	9	25%	1	2,8%	0	0	0	0	
2	19	52,8%	16	44,4%	1	2,8%	0	0	0	0	
3	18	50%	14	38,9%	4	11,1%	0	0	0	0	
<b>Program</b>											
1	22	61,1%	12	33,3%	1	2,8%	1	2,8%	0	0	
2	31	86,1%	4	11,1%	1	2,8%	0	0	0	0	
<b>Minat Informasi</b>											
1	12	33,3%	13	36,1%	9	25%	2	55,5%	0	0	
2	17	47,2%	12	33,3%	7	19,4%	0	0	0	0	
3	13	36,1%	13	36,1%	9	25%	1	2,8%	0	0	
4	10	27,8%	15	41,7%	10	27,8%	1	2,8%	0	0	

Minat Integritas dan Interaksi Sosial											
1	21	58,3%	10	27,8%	5	13,9%	0	0	0	0	
2	19	52,8%	12	33,3%	3	13,9%	0	0	0	0	
3	0	0	3	8,3%	17	47,2%	9	25%	7	19,4%	
4	28	77,8%	7	19,4%	0	0	1	2,8%	0	0	
Minat Hiburan											
1	1	2,8%	3	83,3%	15	41,7%	13	36,1%	4	11,1%	
2	0	0	7	19,4%	12	33,3%	13	36,1%	4	11,1%	
3	1	2,8%	9	25%	18	50%	3	8,3%	0	0	
Jumlah	321		182		114		44		16		

Sumber: Data olah, 2022

Berdasarkan tabel diatas maka kategori jawaban responden pertanyaan positif pada Gampong Bayu menunjukkan bahwa yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 46,93%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 26,61%, yang menjawab netral sebanyak 16,67%, yang menjawab setuju sebanyak 6,43%, dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 2,34%.

Kuesioner dengan pertanyaan positif menjelaskan bahwa faktor penurunan minat menonton masyarakat dilihat dari aspek frekuensi, program, dan durasi siaran. Dimana sebagian besar masyarakat tidak setuju dengan pertanyaan yang menolak hipotesis dari penelitian ini.

## b. Rekapitulasi Pertanyaan Negatif

**Tabel 4.5 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Pertanyaan Negatif**

Pertanyaan	Alternatif Jawaban										Total
	1		2		3		4		5		
	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	
Frekuensi											
1	0	0	0	0	1	2,8%	10	27,8%	25	69,4%	
Durasi											
1	0	0	0	0	1	2,8%	14	38,9%	21	58,3%	
Program											
1	0	0	0	0	1	2,8%	7	19,4%	28	77,8%	
2	0	0	0	0	1	2,8%	8	22,2%	27	75%	
3	0	0	0	0	1	2,8%	11	30,6%	24	66,7%	
Jumlah	0		0		5		50		125		

Sumber: Data olah, 2022

Dari tabel diatas maka kategori jawaban responden pertanyaan negatif pada Gampong Bayu menunjukkan bahwa yang menjawab netral sebanyak 2,78%, yang menjawab setuju sebanyak 27,78%, yang menjawab sangat setuju sebanyak 69,44%. Kuesioner dengan pertanyaan negatif menjelaskan bahwa penurunan minat menonton masyarakat dilihat dari aspek frekuensi, program, dan durasi siaran. Pertanyaan negatif menunjukkan bahwa masyarakat saat ini berada di fase penurunan dikarenakan pernyataan dari pertanyaan negatif mendukung hipotesis dari penelitian ini.

## C. Analisis Pembahasan

Dari ketiga indikator yang digunakan untuk melihat minat menonton masyarakat yaitu frekuensi, durasi siaran dan program acara televisi mempengaruhi minat menonton televisi pada masyarakat Gampong Bayu.

### 1. Frekuensi Siaran

Frekuensi siaran merupakan sebuah keadaan dimana program acara yang ditayangkan memiliki rentang waktu tayang di televisi. Dari hasil kuesioner yang telah disebar kepada 36 responden. Menunjukkan bahwa masyarakat menyukai beberapa program acara yang ada pada televisi namun sangat disayangkan program tersebut hanya tayang 2 sampai 3 kali dalam seminggu dan juga beberapa program waktu tayangnya berada di sela-sela kesibukan masyarakat dalam beraktivitas. Sehingga masyarakat lebih mengandalkan media yang dapat memberikan informasi ataupun hiburan tanpa memerlukan jadwal tayang, seperti halnya jadwal tayang televisi. Sesuai dengan teori *Use and Gratification* menyatakan bahwa masyarakat akan memilih media massa lainnya yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun.

### 2. Durasi Siaran

Durasi siaran merupakan indikator kedua yang digunakan peneliti untuk melihat pengaruhnya terhadap penurunan minat menonton masyarakat, dimana dilihat dari beberapa pertanyaan yang telah tersajikan dalam kuesioner, responden merasa durasi yang disajikan masih terlalu singkat untuk memperoleh informasi yang ada dimana mereka merasa dalam jadwal yang ada dihabiskan sedikit banyaknya oleh commercial break (iklan).

Hal ini dikarenakan responden didominasi orang yang berusia 19-40 tahun yang memiliki pekerjaan dan tidak banyak waktu luang untuk memperoleh suatu informasi. Sehingga lebih memilih menggunakan alat elektronik lain untuk memperoleh informasi dengan waktu yang lebih singkat dan tepat. Hal ini sesuai dengan teori *Use and Gratification* dimana pengguna media masa pada kasus ini masyarakat Gampong Bayu akan memilih media yang menurutnya paling efektif dan efisien dalam memenuhi kebutuhannya yang salah satunya adalah informasi.

### **3. Program Siaran**

Program siaran televisi juga memiliki peran yang cukup besar dalam mempengaruhi minat menonton masyarakat. Program siaran televisi merupakan ujung tombak dari stasiun televisi dalam menarik minat menonton masyarakat. Hasil kuesioner yang diperoleh menunjukkan bahwa banyak program acara televisi yang tidak diminati, dimana masyarakat menilai bahwa program siaran televisi dinilai kurang menarik dan mendidik. Keadaan seperti ini merupakan keadaan yang bertolak belakang dengan teori *cultivation* yang mengatakan bahwa televisi menjadi pusat untuk mempelajari kultur masyarakat dan lingkungan sekitar yang dapat diperoleh dari program acara yang bersifat informatif dan edukatif. Hasil ini juga bertolak belakang dengan teori AIDA dimana televisi tidak dapat mempertahankan *Interest* (ketertarikan) masyarakat untuk menonton televisi, sehingga membuat *Desire* (minat) masyarakat untuk menonton televisi berkurang.

Dapat dilihat dari hasil analisis diatas penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa indikator yang digunakan untuk melihat penurunan minat penonton

masyarakat Gampong Bayu, Kecamatan Darul Imarah dalam menonton televisi adalah **Berpengaruh.**



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

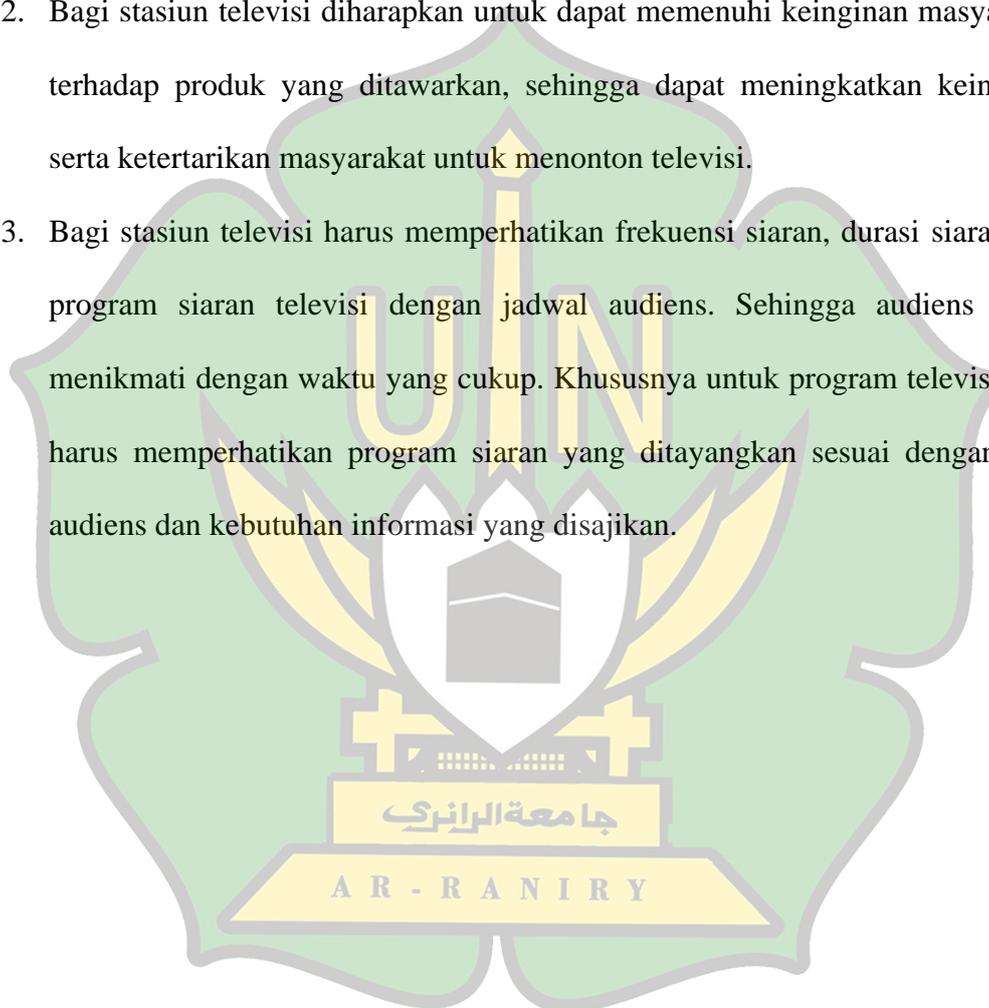
#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan analisis statistika yang dilakukan, maka dapat disimpulkan jawaban dari rumusan masalah. Ketiga indikator (Durasi siaran, Frekuensi siaran, Program siaran) yang digunakan untuk pengukuran faktor penurunan minat menonton masyarakat Gampong Bayu, Kecamatan Darul Imarah memiliki pengaruh yang kuat dengan nilai 79,41%.

1. Frekuensi mempengaruhi faktor penurunan menonton dikarenakan program televisi memiliki frekuensi tayang disaat masyarakat bekerja. Hal ini ditunjukkan dengan masyarakat yang menyukai beberapa program acara yang ada pada televisi namun sangat disayangkan program tersebut hanya tayang 2 sampai 3 kali dalam seminggu dan juga beberapa program waktu tayangnya berada di sela-sela kesibukan masyarakat dalam beraktivitas.
2. Durasi memiliki pengaruh terhadap penurunan menonton televisi. Dimana durasi siaran yang terlalu singkat menjadikan masyarakat kurang menarik untuk menonton, ditambah lagi dengan *Commercial break* yang cukup banyak.
3. Program siaran televisi memiliki peran yang cukup besar dalam mempengaruhi penurunan minat menonton masyarakat. Pada saat ini, program siaran yang tayang dinilai terlalu banyak hiburan dibandingkan dengan program yang bersifat edukatif dan informatif sehingga membuat minat masyarakat turun dalam menonton televisi.

## B. Saran

1. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk dapat menggunakan variabel dan indikator yang lebih kompleks dalam menjelaskan faktor penurunan minat menonton televisi.
2. Bagi stasiun televisi diharapkan untuk dapat memenuhi keinginan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan, sehingga dapat meningkatkan keinginan serta ketertarikan masyarakat untuk menonton televisi.
3. Bagi stasiun televisi harus memperhatikan frekuensi siaran, durasi siaran dan program siaran televisi dengan jadwal audiens. Sehingga audiens dapat menikmati dengan waktu yang cukup. Khususnya untuk program televisi juga harus memperhatikan program siaran yang ditayangkan sesuai dengan usia audiens dan kebutuhan informasi yang disajikan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abror, A. R. (1993). *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: PT Tiara Kencana.
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2007). *Komunikasi Massa (Suatu Pengantar Edisi Revisi)*. Bandung: Sinbiosia Rekatama Media.
- Arikunto, S. (1996). *Proses Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta: Kencana.
- Azmi, N. (2014). Dampak Media Televisi Terhadap Perilaku Sosial Anak. *Jurnal Pendidikan Sains*.
- Bugin, B. (2017). *Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)*. Jakarta: Kencana.
- Chandra, N. (2010). Perkembangan Media Televisi Menjadikan Televisi Sebagai Kebudayaan Masyarakat. *Jurnal Media Rekam*.
- Effendy, O. U. (1993). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Emzir. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Fantri, S. (2021). Minat Menonton Masyarakat Kabupaten Indragiri Hilir Terhadap Siaran Gemilang Televisi. *SKRIPSI UIN SUSKA RIAU*.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Herdono, I. (2015). Potret Televisi di Indonesia (Kajian Perspektif Teori Ekonomi Politik Media dan Kritis). *Jurnal SKRIPTURA*.
- Irfan, M., & dkk. (2017). Rancangan Pendukung Keputusan Pemilihan Televisi Berlangganan Menerapkan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP). *Jurnal Media Informatika Budidarma*.
- Iswandi, S. (2013). *Rezim Media*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kartono, K. (1990). *Psikologi Umum*. Bandung: CV Mandar Maju.
- KBBI. (2022). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kusmanto, H. (2013). Peran Badan Permusyawaratan Daerah Dalam Meningkatkan Partisipasi Poliitik Masyarakat. *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA*.

- Kuswandi, W. (1996). *Komunikasi Massa : Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: PT RIneke Cipta.
- Mardiastika, E. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Film, Efek Komunitas dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Menonton dan Implikasinya Terhadap Minat Menonton. *SKRIPSI FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS UNIVERSITAS DIPONEGORO*.
- Mashud, R. (2013). Pola Menonton Televisi Lokal Pada Pemirsa di Kota Makassar. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Morissan. (2005). *Media Penyiaran dan Strategi Mengelola Televisi*. Tangerang: Ramdina Prakarsa.
- Nadie, L. (2018). *Media Massa dan Pasar Modal*. Jakarta: Media Center.
- Narbuko, C., & Achmadi, N. (2006). *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nielsen. (2018). Diambil kembali dari Nielsen.com: <https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2019/q3-2018-total-audience-report/>
- Nurkancana, W., & P.P.N, S. (2001). *Evaluasi Pendidikan*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Rahim, M. (2012). Pengaruh Tayangan Bioskop Trans TV Terhadap Minat Menonton Film di Kalangan Mahasiswa. *SKRIPSI ILMU KOMUNIKASI UIN SULTHAN SYARIF KASIM RIAU*.
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Gramedia.
- Semiawan, C. R. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Setyawan, D. A. (2021). *Hipotesis dan Variabel Penelitian*. Tahta Media Group.
- Severin, W., & Tankard, J. (2011). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana Perdana Media Grup.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (1989). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Soekanto, S. (2005). *Psikologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Soenarjo. (1995). *Seri Ilmu Komunikasi - I Himpunan Istilah Komunikasi*. Yogyakarta: Liberty.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, E. (2006). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: Refika Aditama.
- Wibowo, P. (2006). *Teknik Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.

- Yulianti, P. D., & Hartini, T. (2015). Literasi Media Televisi Bagi Orang Tua : Supaya Melindungi Anak dari Dampak Negatif Televisi. *Seminar Psikologi dan Kemanusiaan*.
- Zuhri, S., & dkk. (2020). *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat*. Malang : PT Cita Intrans Selaras.
- Zulqornain. (2016). Minat Menonton Berita Lokal Celedes TV di Lingkup Pemerintah Kabupaten Takalar. *SKRIPSI UIN ALAUDDIN MAKASSAR*.



## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pekerjaan :

Berilah tanda jawaban anda pada pertanyaan berikut yang sesuai dengan pendapat saudara/i, dengan cara memberikan tanda (✓) pada kolom yang tersedia.

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Program acara yang saya sukai tayang setiap hari					
2.	Program televisi memiliki rata-rata waktu tayang selama 30 menit					
3.	Saya ingin mencari berita tentang peristiwa yang terjadi baru-baru ini					

4.	Program acara yang tayang menjadi alasan saya menonton televisi					
5.	Program siaran televisi tidak menarik dan kurang mendidik					
6.	Program acara yang saya sukai tayang pada waktu senggang					
7.	Saya ingin belajar dan memuaskan rasa ingin tahu saya					
8.	Saya ingin sejenak melepaskan diri dari permasalahan					
9.	Durasi program acara televisi lebih singkat dibandingkan dengan commercial break					
10.	Saya ingin meningkatkan rasa kepedulian terhadap lingkungan sekitar					
11.	Program siaran televisi mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat					
12.	Program acara yang disukai tayang sekali dalam seminggu					
13.	Durasi program acara cukup untuk memperoleh informasi dan hiburan pada saya					
14.	Saya ingin memperoleh informasi yang berkaitan dengan berbagai masalah					
15.	Saya ingin melepaskan beban rutin dalam kehidupan sehari-hari					

16.	Pesan yang terdapat pada program televisi tidak tersampaikan dengan baik					
17.	Saya ingin membantu menjalankan peran sosial					
18.	Penayangan program acara sesuai dengan jadwal yang ditayangkan					
19.	Durasi menonton televisi lebih banyak dibandingkan dengan melakukan aktivitas lainnya.					
20.	Program acara hiburan lebih banyak tayang dibandingkan dengan program informasi					
21.	Saya ingin menambah wawasan melalui berbagai macam informasi yang ada					
22.	Saya tidak ingin merasa kesepian dan bosan					
23.	Saya ingin membandingkan hidup saya dengan nilai moral yang ditayangkan di televisi					
24.	Program televisi banyak yang diminati					

Sumber: Data olah, 2022

## Lampiran 2 Frekuensi Jawaban Responden

## a. Frekuensi siaran

Program acara yang saya sukai tayang setiap hari

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat tidak setuju	28	77,8%
2.	Tidak setuju	8	22,2%
3.	Netral	0	0
4.	Setuju	0	0
5.	Sangat setuju	0	0
Jumlah		36	100%

Sumber: Data olah, 2022

Program acara yang saya sukai tayang pada waktu senggang

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat tidak setuju	31	86,1%
2.	Tidak setuju	5	13,9%
3.	Netral	0	0
4.	Setuju	0	0
5.	Sangat setuju	0	0
Jumlah		36	100%

Sumber: Data olah, 2022

Program acara yang disukai tayang sekali dalam seminggu

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat tidak setuju	0	0
2.	Tidak setuju	0	0
3.	Netral	1	2,8%
4.	Setuju	10	27,8%
5.	Sangat setuju	25	69,4%
Jumlah		36	100%

Sumber: Data olah, 2022

Penayangan program acara sesuai dengan jadwal yang ditayangkan

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat tidak setuju	24	66,7%
2.	Tidak setuju	10	27,8%
3.	Netral	1	2,8%
4.	Setuju	0	0
5.	Sangat setuju	1	2,8%
Jumlah		36	100%

Sumber: Data olah, 2022

## b. Durasi siaran

Program televisi memiliki rata-rata waktu tayang selama 30 menit

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat tidak setuju	26	72,2%
2.	Tidak setuju	9	25%
3.	Netral	1	2,8%
4.	Setuju	0	0
5.	Sangat setuju	0	0
Jumlah		36	100%

Sumber: Data olah, 2022

Durasi program acara televisi lebih singkat dibandingkan dengan  
*commercial break*

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat tidak setuju	0	0
2.	Tidak setuju	0	0
3.	Netral	1	2,8%
4.	Setuju	14	38,9%
5.	Sangat setuju	21	58,3%
Jumlah		36	100%

Sumber: Data olah, 2022

Durasi program acara cukup untuk memperoleh informasi dan hiburan pada saya

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat tidak setuju	19	52,8%
2.	Tidak setuju	16	44,4%
3.	Netral	1	2,8%
4.	Setuju	0	0
5.	Sangat setuju	0	0
Jumlah		36	100%

Sumber: Data olah, 2022

Durasi menonton televisi lebih banyak dibandingkan dengan melakukan aktivitas lainnya.

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat tidak setuju	18	50%
2.	Tidak setuju	14	38,9%
3.	Netral	4	11,1%
4.	Setuju	0	0
5.	Sangat setuju	0	0
Jumlah		36	100%

Sumber: Data olah, 2022

## c. Program siaran

Program acara yang tayang menjadi alasan saya menonton televisi

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat tidak setuju	22	61,1%
2.	Tidak setuju	12	33,3%
3.	Netral	1	2,8%
4.	Setuju	1	2,8%
5.	Sangat setuju	0	0
Jumlah		36	100%

Sumber: Data olah, 2022

Program siaran televisi tidak menarik dan kurang mendidik

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat tidak setuju	0	0
2.	Tidak setuju	0	0
3.	Netral	1	2,8%
4.	Setuju	7	19,4%
5.	Sangat setuju	28	77,8
Jumlah		36	100%

Sumber: Data olah, 2022

Pesan yang terdapat pada program televisi tidak tersampaikan dengan baik

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat tidak setuju	0	0
2.	Tidak setuju	0	0
3.	Netral	1	2,8%
4.	Setuju	8	22,2%
5.	Sangat setuju	27	75%
Jumlah		36	100%

Sumber: Data olah, 2022

Program acara hiburan lebih banyak tayang dibandingkan dengan  
program informasi

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat tidak setuju	0	0
2.	Tidak setuju	0	0
3.	Netral	1	2,8%
4.	Setuju	11	30,6%
5.	Sangat setuju	24	66,7%
Jumlah		36	100%

Sumber: Data olah, 2022

Program siaran televisi banyak yang diminati

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat tidak setuju	31	86,1%
2.	Tidak setuju	4	11,1%
3.	Netral	1	2,8%
4.	Setuju	0	0
5.	Sangat setuju	0	0
Jumlah		36	100%

Sumber: Data olah, 2022

d. Minat informasi

Saya ingin mencari berita tentang peristiwa yang terjadi baru-baru ini

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat tidak setuju	12	33,3%
2.	Tidak setuju	13	36,1%
3.	Netral	9	25%
4.	Setuju	2	5,5%
5.	Sangat setuju	0	0
Jumlah		36	100%

Sumber: Data olah, 2022

Saya ingin belajar dan memuaskan rasa ingin tahu saya

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat tidak setuju	17	47,2%
2.	Tidak setuju	12	33,3%
3.	Netral	7	19,4%
4.	Setuju	0	0
5.	Sangat setuju	0	0
Jumlah		36	100%

Sumber: Data olah, 2022

Saya ingin memperoleh informasi yang berkaitan dengan berbagai masalah

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat tidak setuju	13	36,1%
2.	Tidak setuju	13	36,1%
3.	Netral	9	25%
4.	Setuju	1	2,8%
5.	Sangat setuju	0	0
Jumlah		36	100%

Sumber: Data olah, 2022

Saya ingin menambah wawasan melalui berbagai macam informasi yang ada

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat tidak setuju	10	27,8%
2.	Tidak setuju	15	41,7%
3.	Netral	10	27,8%
4.	Setuju	1	2,8%
5.	Sangat setuju	0	0
Jumlah		36	100%

Sumber: Data olah, 2022

e. Minat Integritas dan Interaksi Sosial

Saya ingin meningkatkan rasa kepedulian terhadap lingkungan sekitar

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat tidak setuju	21	58,3%
2.	Tidak setuju	10	27,8%
3.	Netral	5	13,9%
4.	Setuju	0	0
5.	Sangat setuju	0	0
Jumlah		36	100%

Sumber: Data olah, 2022

Program siaran televisi mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat tidak setuju	19	52,8%
2.	Tidak setuju	12	33,3%
3.	Netral	5	13,9%
4.	Setuju	0	0
5.	Sangat setuju	0	0
Jumlah		36	100%

Sumber: Data olah, 2022

Saya ingin membantu menjalankan peran sosial

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat tidak setuju	0	0
2.	Tidak setuju	3	8,3%
3.	Netral	17	47,2%
4.	Setuju	9	25%
5.	Sangat setuju	7	19,4%
Jumlah		36	100%

Sumber: Data olah, 2022

Saya ingin membandingkan hidup saya dengan nilai moral yang  
ditayangkan di televisi

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat tidak setuju	28	77,8%
2.	Tidak setuju	7	19,4%
3.	Netral	0	0
4.	Setuju	1	2,8%
5.	Sangat setuju	0	0
Jumlah		36	100%

Sumber: Data olah, 2022

f. Minat Hiburan

Saya ingin sejenak melepaskan diri dari permasalahan

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat tidak setuju	1	2,8%
2.	Tidak setuju	3	8,3%
3.	Netral	15	41,7%
4.	Setuju	13	36,1%
5.	Sangat setuju	4	11,1%
Jumlah		36	100%

Sumber: Data olah, 2022

Saya ingin melepaskan beban rutin dalam kehidupan sehari-hari

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat tidak setuju	0	0
2.	Tidak setuju	7	19,4%
3.	Netral	12	33,3%
4.	Setuju	13	36,1%
5.	Sangat setuju	4	11,1%
Jumlah		36	100%

Sumber: Data olah, 2022

Saya tidak ingin merasa kesepian dan bosan

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat tidak setuju	1	2,8%
2.	Tidak setuju	9	25%
3.	Netral	18	50%
4.	Setuju	3	8,3%
5.	Sangat setuju	5	13,9%
Jumlah		36	100%

Sumber: Data olah, 2022

### Rekapitulasi Hasil Kuesioner Pertanyaan Positif

Pertanyaan	Alternatif Jawaban										Tota 1
	1		2		3		4		5		
	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	
<b>Frekuensi</b>											
1	28	77,8%	8	22,2%	0	0	0	0	0	0	
2	31	86,1%	5	13,9%	0	0	0	0	0	0	
3	24	66,7%	10	27,8%	1	2,8%	0	0	1	2,8%	
<b>Durasi</b>											
1	26	72,2%	9	25%	1	2,8%	0	0	0	0	
2	19	52,8%	16	44,4%	1	2,8%	0	0	0	0	
3	18	50%	14	38,9%	4	11,1%	0	0	0	0	
<b>Program</b>											
1	22	61,1%	12	33,3%	1	2,8%	1	2,8%	0	0	
2	31	86,1%	4	11,1%	1	2,8%	0	0	0	0	
<b>Minat Informasi</b>											
1	12	33,3%	13	36,1%	9	25%	2	5,5%	0	0	
2	17	47,2%	12	33,3%	7	19,4%	0	0	0	0	
3	13	36,1%	13	36,1%	9	25%	1	2,8%	0	0	
4	10	27,8%	15	41,7%	10	27,8%	1	2,8%	0	0	
<b>Minat Integritas dan Interaksi Sosial</b>											
1	21	58,3%	10	27,8%	5	13,9%	0	0	0	0	

2	19	52,8%	12	33,3%	3	13,9%	0	0	0	0	
3	0	0	3	8,3%	17	47,2%	9	25%	7	19,4%	
4	28	77,8%	7	19,4%	0	0	1	2,8%	0	0	
<b>Minat Hiburan</b>											
1	1	2,8%	3	83,3%	15	41,7%	13	36,1%	4	11,1%	
2	0	0	7	19,4%	12	33,3%	13	36,1%	4	11,1%	
3	1	2,8%	9	25%	18	50%	3	8,3%	0	0	
	321		182		114		44		16		

Sumber: Data olah, 2022

### Rekapitulasi Hasil Kuesioner Pertanyaan Negatif

Pertanyaan	Alternatif Jawaban										Total
	1		2		3		4		5		
	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	
<b>Frekuensi</b>											
1	0	0	0	0	1	2,8%	10	27,8%	25	69,4%	
<b>Durasi</b>											
1	0	0	0	0	1	2,8%	14	38,9%	21	58,3%	
<b>Program</b>											
1	0	0	0	0	1	2,8%	7	19,4%	28	77,8%	
2	0	0	0	0	1	2,8%	8	22,2%	27	75%	
3	0	0	0	0	1	2,8%	11	30,6%	24	66,7%	

Jumlah	0	0	5	50	125		
--------	---	---	---	----	-----	--	--

Sumber: Data olah, 2022

Dari tabel rekapitulasi diatas yang terdiri dari pertanyaan positif dan negatif dengan menggunakan alternatif jawaban:

1. Pertanyaan Positif

Pilihan 1 : 5

Pilihan 2 : 4

Pilihan 3 : 3

Pilihan 4 : 2

Pilihan 5 : 1

2. Pertanyaan Negatif

Pilihan 1 : 1

Pilihan 2 : 2

Pilihan 3 : 3

Pilihan 4 : 4

Pilihan 5 : 5

Maka dari tabel diatas diperoleh jawaban yang diberikan oleh setiap responden adalah sebagai berikut:

1. Pertanyaan Positif

Jawaban 1 : 321

Jawaban 2 : 182

Jawaban 3 : 114

Jawaban 4 : 44

Jawaban 5 : 16

2. Pertanyaan Negatif

Jawaban 1 : 0

Jawaban 2 : 0

Jawaban 3 : 5

Jawaban 4 : 50

Jawaban 5 : 125

Jika dilihat dari tunder nilai dapat dihitung menggunakan formula sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

## 1. Pertanyaan Positif

$$\text{Jawaban 1 : } 321 \times 5 = 1605$$

$$\text{Jawaban 2 : } 182 \times 4 = 512$$

$$\text{Jawaban 3 : } 114 \times 3 = 342$$

$$\text{Jawaban 4 : } 44 \times 2 = 88$$

$$\text{Jawaban 5 : } 16 \times 1 = 16$$

## 2. Pertanyaan Negatif

$$\text{Jawaban 1 : } 0 \times 1 = 0$$

$$\text{Jawaban 2 : } 0 \times 2 = 0$$

$$\text{Jawaban 3 : } 5 \times 3 = 15$$

$$\text{Jawaban 4 : } 50 \times 4 = 200$$

$$\text{Jawaban 5 : } 125 \times 5 = 625$$

Jumlah N = 857, F = 3403

Nilai ideal N =  $857 \times 5 = 4285$

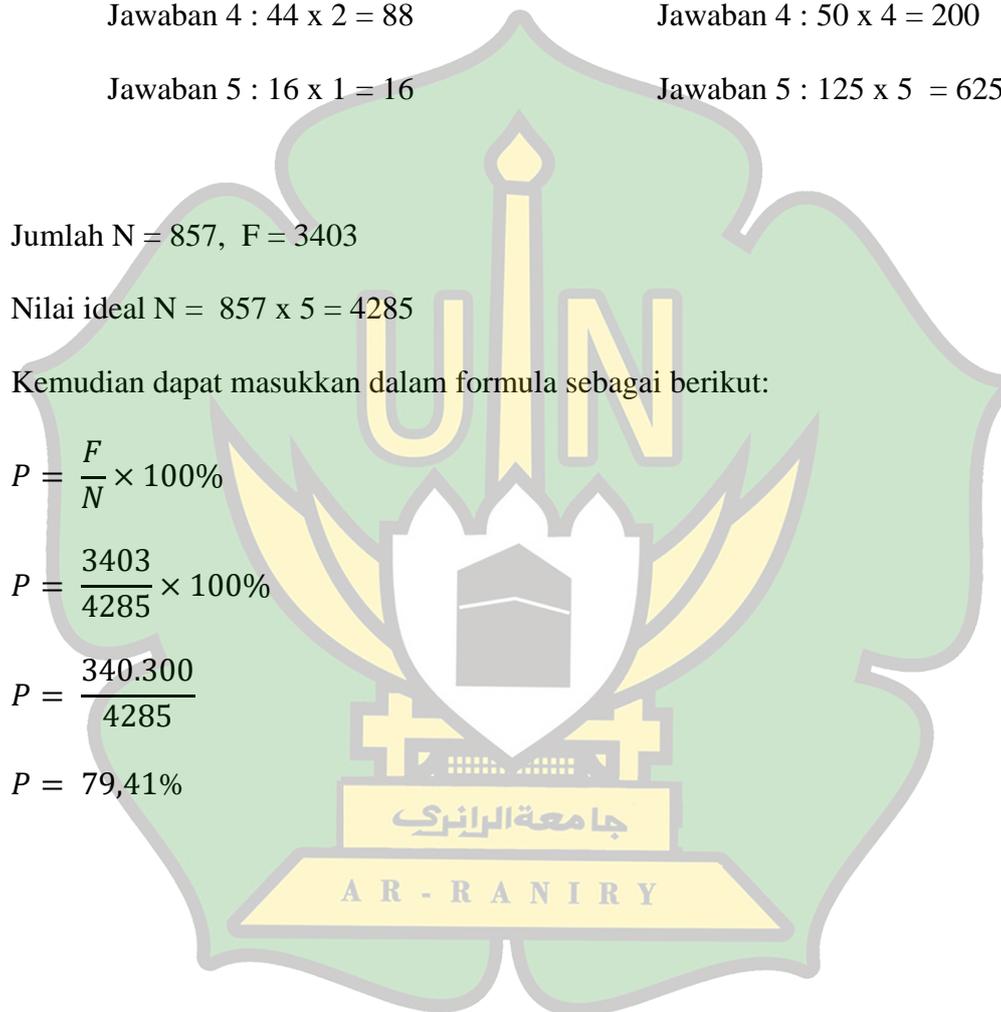
Kemudian dapat masukkan dalam formula sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

$$P = \frac{3403}{4285} \times 100\%$$

$$P = \frac{340.300}{4285}$$

$$P = 79,41\%$$



Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Faktor yang mempengaruhi minat menonton televisi

**Correlations**

		X.1	X.6	X.12	X.18	X.2	X.9	X.13	X.19	X.4	X.5	X.16	X.20	X.24	Total_X
X.1	Pearson Correlation	1	,558	,169	,121	,588	,540	,483	,208	,411	,271	,235	,264	,253	,597
	Sig. (2-tailed)		,000	,324	,482	,000	,001	,003	,223	,013	,110	,168	,120	,137	,000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X.6	Pearson Correlation	,558	1	,508	,078	,384	,406	,363	-,007	,192	,285	,573	,179	,213	,525
	Sig. (2-tailed)	,000		,002	,650	,021	,014	,029	,970	,263	,092	,000	,295	,213	,001
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X.12	Pearson Correlation	,169	,508	1	,110	,340	,351	,191	,363	,179	,535	,486	,164	,000	,531
	Sig. (2-tailed)	,324	,002		,522	,043	,036	,265	,030	,296	,001	,003	,339	1,000	,001
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X.18	Pearson Correlation	,121	,078	,110	1	,546	,310	,441	,217	,276	,141	,176	,210	,500	,567
	Sig. (2-tailed)	,482	,650	,522	,001	,001	,066	,007	,204	,103	,411	,305	,219	,002	,000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X.2	Pearson Correlation	,588	,384	,340	,546	1	,597	,631	,497	,532	,136	,206	,103	,386	,758
	Sig. (2-tailed)	,000	,021	,043	,001		,000	,000	,002	,001	,429	,228	,550	,020	,000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X.9	Pearson Correlation	,540	,406	,351	,310	,597	1	,822	,538	,695	,205	,455	,210	,153	,798
	Sig. (2-tailed)	,001	,014	,036	,066	,000		,000	,001	,000	,231	,005	,219	,374	,000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X.13	Pearson Correlation	,483	,363	,191	,441	,631	,822	1	,519	,622	,153	,397	,235	,228	,782
	Sig. (2-tailed)	,003	,029	,265	,007	,000	,000		,001	,000	,373	,016	,168	,181	,000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X.19	Pearson Correlation	,208	-,007	,363	,217	,497	,538	,519	1	,573	,374	,234	,234	-,062	,637
	Sig. (2-tailed)	,223	,970	,030	,204	,002	,001	,001		,000	,025	,170	,170	,720	,000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X.4	Pearson Correlation	,411	,192	,179	,276	,532	,695	,622	,573	1	,390	,182	,141	,199	,709
	Sig. (2-tailed)	,013	,263	,296	,103	,001	,000	,000	,000		,019	,288	,413	,245	,000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X.5	Pearson Correlation	,271	,285	,535	,141	,136	,205	,153	,374	,390	1	,390	,290	-,064	,510
	Sig. (2-tailed)	,110	,092	,001	,411	,429	,231	,373	,025	,019		,019	,087	,711	,001
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X.16	Pearson Correlation	,235	,573	,486	,176	,206	,455	,397	,234	,182	,390	1	,348	,290	,591
	Sig. (2-tailed)	,168	,000	,003	,305	,228	,005	,016	,170	,288	,019		,038	,086	,000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X.20	Pearson Correlation	,264	,179	,164	,210	,103	,210	,235	,234	,141	,290	,348	1	,451	,469
	Sig. (2-tailed)	,120	,295	,339	,219	,550	,219	,168	,170	,413	,087	,038		,006	,004
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X.24	Pearson Correlation	,253	,213	,000	,500	,386	,153	,228	-,062	,199	-,064	,290	,451	1	,433
	Sig. (2-tailed)	,137	,213	1,000	,002	,020	,374	,181	,720	,245	,711	,086	,006		,008
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Total_X	Pearson Correlation	,597	,525	,531	,567	,758	,798	,782	,637	,709	,510	,591	,469	,433	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,004	,008	
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36

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

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

Sumber: Data olah, 2022 AR - RANIRY

## Minat Menonton televisi

		Correlations											
		Y.3	Y.7	Y.14	Y.21	Y.10	Y.11	Y.17	Y.23	Y.8	Y.15	Y.22	Total_Y
Y.3	Pearson Correlation	1	,777**	,878**	,834**	,446**	,491**	,465**	,190	,054	,021	,029	,751**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,006	,002	,004	,267	,755	,905	,865	,000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y.7	Pearson Correlation	,777**	1	,744**	,691**	,577**	,610**	,467**	,166	,018	,074	,093	,749**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,004	,334	,917	,667	,591	,000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y.14	Pearson Correlation	,878**	,744**	1	,849**	,593**	,649**	,370	,246	,069	,063	,069	,794**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,026	,148	,689	,714	,688	,000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y.21	Pearson Correlation	,834**	,691**	,849**	1	,607**	,607**	,338	,081	,271	,082	,099	,793**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,044	,637	,110	,633	,567	,000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y.10	Pearson Correlation	,446**	,577**	,593**	,607**	1	,950**	,166	,091	-,081	-,032	,111	,615**
	Sig. (2-tailed)	,006	,000	,000	,000		,000	,332	,596	,639	,851	,519	,000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y.11	Pearson Correlation	,491**	,610**	,649**	,607**	,950**	1	,120	,121	-,120	-,065	,069	,612**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000	,000		,486	,484	,486	,705	,690	,000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y.17	Pearson Correlation	,465**	,467**	,370	,338	,166	,120	1	,279	,315	,479**	,214	,635**
	Sig. (2-tailed)	,004	,004	,026	,044	,332	,486		,100	,061	,003	,210	,000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y.23	Pearson Correlation	,190	,166	,246	,081	,091	,121	,279	1	,182	,404*	,250	,421*
	Sig. (2-tailed)	,267	,334	,148	,637	,596	,484	,100		,288	,015	,142	,011
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y.8	Pearson Correlation	,054	,018	,069	,271	-,081	-,120	,315	,182	1	,565**	,438**	,434*
	Sig. (2-tailed)	,755	,917	,689	,110	,639	,486	,061	,288		,000	,008	,008
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y.15	Pearson Correlation	,021	,074	,063	,082	-,032	-,065	,479**	,404*	,565**	1	,671**	,515**
	Sig. (2-tailed)	,905	,667	,714	,633	,851	,705	,003	,015	,000		,000	,001
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y.22	Pearson Correlation	,029	,093	,069	,099	,111	,069	,214	,250	,438**	,671**	1	,483**
	Sig. (2-tailed)	,865	,591	,688	,567	,519	,690	,210	,142	,008	,000		,003
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Total_Y	Pearson Correlation	,751**	,749**	,794**	,793**	,615**	,612**	,635**	,421*	,434**	,515**	,483**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,011	,008	,001	,003	
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36

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

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

Sumber: Data olah, 2022

Variabel	Nilai		Kesimpulan
		Signifikansi	
Faktor yang mempengaruhi minat menonton	1	0,000	Valid
	6	0,001	Valid
	12	0,001	Valid
	18	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	9	0,000	Valid

	13	0,000	Valid
	19	0,000	Valid
	4	0,000	Valid
	5	0,001	Valid
	16	0,000	Valid
	20	0,004	Valid
	24	0,008	Valid
Minat	3	0,000	Valid
menonton	7	0,000	Valid
	14	0,000	Valid
	21	0,000	Valid
	10	0,000	Valid
	11	0,000	Valid
	17	0,000	Valid
	23	0,011	Valid
	8	0,008	Valid
	15	0,001	Valid
	22	0,003	Valid

Sumber: Data olah, 2022

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai signifikansi dari keseluruhan item yang digunakan pada kuesioner dibawah 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada kuesioner valid.

## b. Uji Reliabilitas

Faktor yang mempengaruhi minat menonton

Cronbach's Alpha	N of Items
,853	13

Sumber: Data olah, 2022

Minat menonton televisi

Cronbach's Alpha	N of Items
,834	11

Sumber: Data olah, 2022

Variabel	No Item	Nilai Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Faktor yang mempengaruhi minat menonton	13	0,853	Reliabel
Minat menonton	11	0,834	Reliabel

Sumber: Data olah, 2022

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai Cronbach's Alpha dari variabel faktor mempengaruhi minat menonton dan variabel minat menonton di atas 0,6.

Sehingga dapat disimpulkan seluruh item pada kuesioner reliable.

## Lampiran 4 SK Pembimbing

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH  
Nomor: B.470/Un.08/FDK/KP.00.4/01/2022

Tentang  
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Semester Ganjil Tahun Akademik 2021/2022

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang** : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.  
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;  
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;  
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;  
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen,  
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;  
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;  
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;  
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;  
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;  
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;  
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;  
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry  
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2022, Tanggal 17 November 2021

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.  
**Pertama** : Menunjuk Sdr. 1) Dr. A. Rani, M. Si ..... PEMBIMBING UTAMA (Substansi Penelitian)  
2) Fitri Meliya Sari, M. I. Kom ..... PEMBIMBING KEDUA (Teknik Pemlisian)

Untuk membimbing KCU Skripsi:

Nama : Wilda Sofia .....  
NIM/Prodi : 180401051/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Judul : *Faktor Penurunan Minat Masyarakat Dalam Menonton Televisi (Studi Pada Masyarakat Desa Bayu, Kecamatan Darul Imarah, Kabupaten Aceh Besar)*

- Kedua** : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;  
**Ketiga** : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2022;  
**Keempat** : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.  
**Kutipan** : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh  
Pada Tanggal : 27 Januari 2022 M  
25 Jumadil Akhir 1443 H

a.n. Rektor UIN Ar-Raniry,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,

  
P. Fakhri

Tembusan:  
1. Rektor UIN Ar-Raniry.  
2. Kabag. Ketangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.  
3. Pembimbing Skripsi.  
4. Mahasiswa yang bersangkutan.  
5. Arsip.  
Keterangan:  
SK berlaku sampai dengan tanggal: 26 Januari 2023

## Lampiran 5 Surat Izin Penelitian

25/05/2022 13:21

Document



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telepon : 0651-7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : B.1931/Un.08/FDK-1/PP.00.9/05/2022  
Lamp : -  
Hal : *Penelitian Ilmiah Mahasiswa*

Kepada Yth,  
Kepada Kantor kepala Desa Bayu, Kec. Darul Imarah

Assalamu'alaikum Wr.Wb.  
Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **WILDA SOFIA / 180401051**  
Semester/Jurusan : VIII / Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Alamat sekarang : Jl. Ir. H Mohd Thaher, Desa Bayu, Kec. Darul Imarah, Kab. Aceh Besar

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **FAKTOR PENURUNAN MINAT MASYARAKAT DALAM MENONTON TELEVISI (Studi Pada Masyarakat Desa Bayu, Kec. Darul Imarah, Kab. Aceh Besar)**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 20 Mei 2022  
an. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,



Bertlaku sampai : 22 Juli 2022

Drs. Yusri, M.L.I.S.

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

## Lampiran 6 Surat Balasan Penelitian



**PEMERINTAH KABUPATEN ACEH BESAR  
KECAMATAN DARUL IMARAH  
GAMPONG BAYU**

Jln. Ir. M. Thaher Gampong Bayu Kecamatan Darul Imarah Kabupaten Aceh Besar Kode Pos 23352

Nomor : 0182/07.2007/VI/2022  
Lamp : -  
Hal : Balasan Surat Izin Permohonan Penelitian Ilmiah Mahasiswa

Kepada Yth,  
Kepala Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar- Raniry

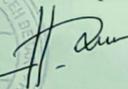
Dengan Hormat,

Menindak lanjuti surat dari Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar- Raniry. Nomor B.1931/Un.08/FDK-1/PP.00.9/05/2022 berkenan dengan permohonan melakukan penelitian ilmiah di Gampong Bayu, Kecamatan Darul Imarah, Kabupaten Aceh Besar, maka dengan ini kami memberikan izin melakukan penelitian ilmiah dalam rangka penulisan Skripsi yang berjudul **FAKTOR PENURUNAN MINAT MASYARAKAT DALAM MENONTON TELEVISI (Study Pada Masyarakat Desa Bayu, Kec. Darul Imarah, Kab. Aceh Besar)** kepada :

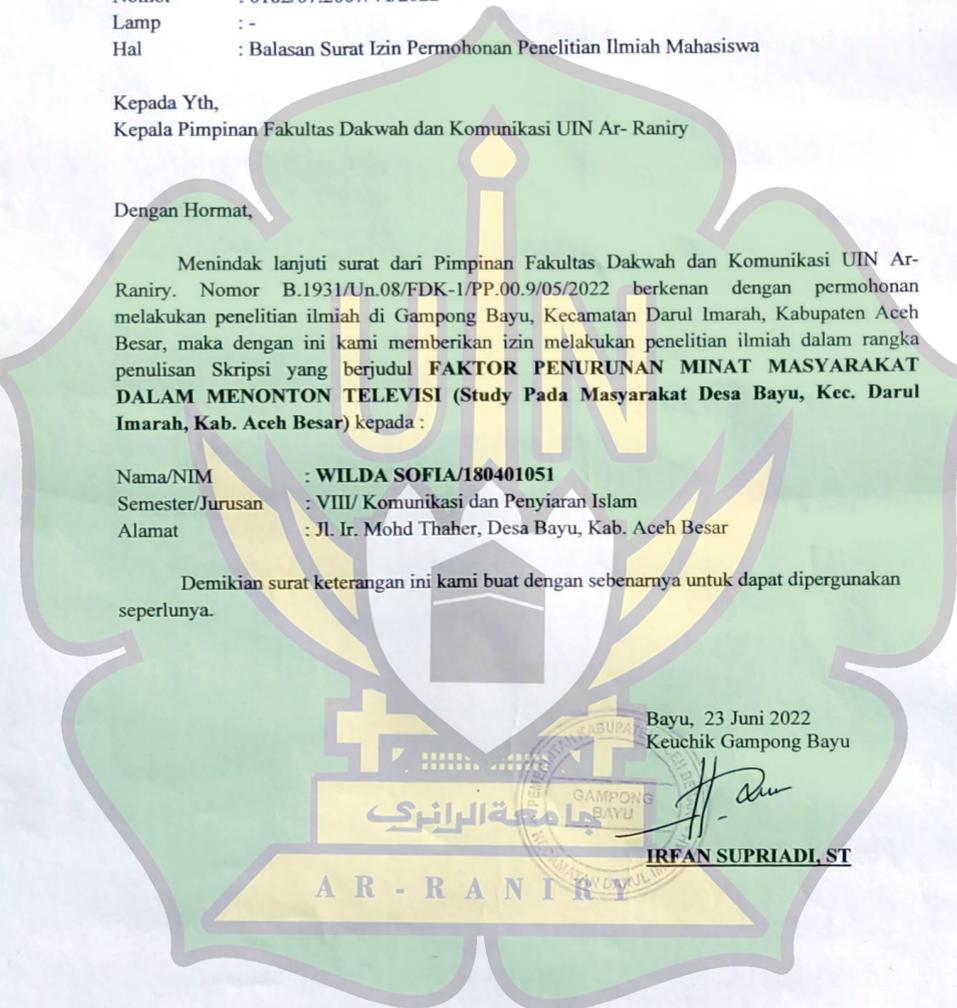
Nama/NIM : **WILDA SOFIA/180401051**  
Semester/Jurusan : **VIII/ Komunikasi dan Penyiaran Islam**  
Alamat : **Jl. Ir. Mohd Thaher, Desa Bayu, Kab. Aceh Besar**

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Bayu, 23 Juni 2022  
Keuchik Gampong Bayu



**IRFAN SUPRIADI, ST**



**AR - RANIRY**

Scanned by TapScanner

Lampiran 7 Dokumentasi



