



**KOMPARASI PERSEPSI SISWA SMP NEGERI 3 TANGERANG
TERHADAP PROGRAM INBOX DAN 100% AMPUH**
(Periode 1 – 31 Mei 2013)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Broadcasting

Disusun Oleh :

MOHAMAD GALING PARININGGUSTI

44109010054

MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013



Fakultas Ilmu komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **KOMPARASI PERSEPSI SISWA SMP NEGERI 3 TANGERANG TERHADAP PROGRAM INBOX DAN 100% AMPUH (Periode 1 – 31 Mei 2013)**

Nama : Mohamad Galing Parininggusti

NIM : 44109010054

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, Juli 2013

Mengetahui

Pembimbing

(Afdal Makkuraga Putra, M.Si)

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **KOMPARASI PERSEPSI SISWA SMP NEGERI 3 TANGERANG TERHADAP PROGRAM INBOX DAN 100% AMPUH (Periode 1 – 31 Mei 2013)**

Nama : Mohamad Galing Parininggusti

NIM : 44109010054

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, Juli 2013

1. Ketua Sidang

Feni Fasta, M.Si

(.....)

2. Pengaji Ahli

Dicky Andika, M.Si

(.....)

3. Pembimbing

Afdal Makkuraga Putra, M.Si

(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **KOMPARASI PERSEPSI SISWA SMP NEGERI 3 TANGERANG TERHADAP PROGRAM INBOX DAN 100% AMPUH (Periode 1 – 31 Mei 2013)**

Nama : Mohamad Galing Paringgusti

NIM : 44109010054

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, Juli 2013

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Afdal Makkuraga, M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi Broadcasting



(Feni Fasta, M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : KOMPARASI PERSEPSI SISWA SMP NEGERI 3 TANGERANG TERHADAP PROGRAM INBOX DAN 100% AMPUH (Periode 1 – 31 Mei 2013)

Nama : Mohamad Galing Parininggusti

NIM : 44109010054

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, Juli 2013

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing



(Afdal Makkuraga, M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi Broadcasting



(Feni Fasta, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, berkat dan perlindungan-Nya dalam menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi Jurusan Broadcasting Universitas Mercu Buana.

Pembuatan skripsi ini dapat berjalan dengan baik atas dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada orang-orang yang turut berperan didalamnya, yakni :

1. Dosen Pembimbing, Afdal Makkuraga Putra, M.Si yang dengan sabar telah membantu proses penyusunan skripsi saya dari awal hingga akhir.
2. Dekan FIKOM, Kabid. Studi Broadcasting serta seluruh Dosen Universitas Mercu Buana yang telah mendampingi dan membimbing selama masa perkuliahan saya.
3. Seluruh karyawan TU FIKOM dan Perpustakaan Universitas Mercu Buana yang sudah dengan baik melayani saya selama masa perkuliahan dan salam proses pembuatan skripsi.
4. Keluarga tercinta, Papa dan Mama yang memberikan kasih sayang, doa, kesempatan, motivasi dalam segala hal, kesabaran yang luar biasa, dan juga untuk Ba bunga dan Gilang atas dukungannya.
5. Seluruh teman-teman mahasiswa Universitas Mercu Buana, terutama siswa SMP Negeri 3 Tangerang yang telah bersedia menjadi responden dalam pengisian kuisioner penelitian saya.

6. Teman-teman Broadcasting Universitas Mercu Buana khususnya angkatan 2009 yang sudah memberi motivasi dan membantu saya sehingga skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Namun peneliti sudah berusaha menyusun skripsi ini dengan sebaiknya. Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat menjadi tambahan pengetahuan dan bermanfaat bagi peneliti dan juga bagi pembaca.

Jakarta, Juli 2013

(Mohamad Galing Parininggusti)



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1. Manfaat Akademis.....	9
1.4.2. Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi Massa.....	11
2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	11
2.1.2 Karakteristik Komunikasi Massa.....	13
2.1.3 Fungsi Komunikasi Massa.....	15
2.2 Televisi Sebagai Media Massa.....	17

2.2.1 Pengertian Televisi.....	17
2.3 Program Televisi.....	19
2.3.1 Pengertian Program Televisi.....	19
2.3.2 Jenis-jenis Program Televisi.....	21
2.4 Program Musik.....	22
2.5 Model S-R.....	24
2.6 Riset Khalayak (<i>Audience Research</i>).....	25
2.6.1 Profi Audiens (<i>Audience Profile</i>).....	26
2.6.2 Terpaan Media (<i>Media Exposure</i>).....	27
2.6 Persepsi.....	28
2.7 Khalayak.....	30
2.7.1 Pengertian Khalayak.....	30
2.7.2 Karakteristik Khalayak.....	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian.....	33
3.2 Metode Penelitian.....	34
3.3 Populasi dan Sampel.....	35
3.3.1 Populasi.....	35
3.3.2 Sampel.....	36
3.4 Definisi Konsep dan Operasional Konsep.....	37
3.4.1 Definisi Konsep.....	37
3.4.2 Operasional Konsep.....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	42

3.5.1 Data Primer.....	42
3.5.2 Data Sekunder.....	42
3.6 Teknik Analisis Data.....	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum SCTV.....	47
4.1.1 Sekilas Tentang SCTV.....	47
4.1.2 Logo SCTV.....	48
4.1.3 Visi dan Misi SCTV.....	48
4.1.4 Sekilas Tentang Program Musik Inbox.....	49
4.2 Gambaran Umum PT. Global TV.....	51
4.2.1 Sekilas Tentang Global TV.....	51
4.2.2 Logo Global TV.....	53
4.2.3 Visi dan Misi Global TV.....	54
4.2.4 Sekilas Tentang Program Musik 100% Ampuh.....	54
4.3 Hasil Penelitian.....	55
4.3.1 Karakteristik Responden.....	56
4.3.2 Frekuensi Menonton Program Musik Inbox dan 100% Ampuh.....	57
4.3.3 Persepsi Terhadap Program Musik Inbox dan 100% Ampuh.....	60
4.3.4 Persepsi Keseluruhan Responden Terhadap Program Musik Inbox dan 100% Ampuh.....	102
4.4 Pembahasan.....	103

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Saran.....	109

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Konsep.....	38
Tabel 3.2 Skala Likert.....	44
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2 Usia Responden.....	56
Tabel 4.3 Frekuesi Menonton Program Inbox dan 100% Ampuh dalam Seminggu.....	57
Tabel 4.4 Durasi Menonton Program Musik Inbox dan 100% Ampuh dalam Seminggu.....	58
Tabel 4.5 Intensitas dalam Menonton Program Musik Inbox dan 100% Ampuh.....	59
Tabel 4.6 Perhatian Terhadap Jadwal Tayangan Inbox dan 100% Ampuh.....	60
Tabel 4.7 Perhatian Terhadap Bintang Tamu yang Hadir di Inbox dan 100% Ampuh.....	62
Tabel 4.8 Perhatian Terhadap Pesan yang disampaikan oleh Pembawa acara Inbox dan 100% Ampuh.....	63
Tabel 4.9 Perhatian Terhadap Setting Lokasi dalam Program Inbox dan 100% Ampuh.....	64
Tabel 4.10 Perhatian Terhadap Atribut atau Pakaian dalam Program Inbox dan 100% Ampuh.....	65
Tabel 4.11 Perhatian Terhadap Audio Visual yang di tampilkan Inbox dan 100% Ampuh.....	66

Tabel 4.12 Perhatian Terhadap Setting Panggung di Program Inbox dan 100% Ampuh.....	68
Tabel 4.13 Perhatian Terhadap Segemen lain Selain Musik di Program Inbox dan 100% Ampuh.....	69
Tabel 4.14 Perhatian Terhadap Video Clip yang di Tampilkan di Program Inbox dan 100% Ampuh.....	70
Tabel 4.15 Perhatian Terhadap Bintang Tamu dari Luar yang Hadir dalam Program Inbox dan 100% Ampuh.....	71
Tabel 4.16 Persepsi Dimensi Perhatian.....	72
Tabel 4.17 Pengetahuan Terhadap Jadwal Tayangan Inbox dan 100% Ampuh.....	74
Tabel 4.18 Pengetahuan Terhadap Bintang Tamu yang Hadir di Inbox dan 100% Ampuh.....	75
Tabel 4.19 Pengetahuan Terhadap Pesan yang disampaikan oleh Pembawa Acara Inbox dan 100% Ampuh.....	76
Tabel 4.20 Pengetahuan Terhadap Setting Lokasi dalam Program Inbox dan 100% Ampuh.....	77
Tabel 4.21 Pengetahuan Terhadap Atribut atau Pakaian dalam Program Inbox dan 100% Ampuh.....	79
Tabel 4.22 Pengetahuan Terhadap Audio Visual yang di tampilkan Inbox dan 100% Ampuh.....	80
Tabel 4.23 Pengetahuan Terhadap Setting Panggung di Program Inbox dan 100% Ampuh.....	81

Tabel 4.24 Pengetahuan Terhadap Segmen Lain Selain Musik di Program Inbox dan 100% Ampuh.....	83
Tabel 4.25 Pengetahuan Terhadap Video Clip yang Di tampilkan di Program Inbox dan 100% Ampuh.....	84
Tabel 4.26 Pengetahuan Terhadap Bintang Tamu dari Luar yang Hadir dalam Program Inbox dan 100% Ampuh.....	85
Tabel 4.27 Persepsi Dimensi Pengetahuan.....	86
Tabel 4.28 Penafsiran Terhadap Jadwal Tayangan Inbox dan 100% Ampuh.....	88
Tabel 4.29 Penafsiran Terhadap Bintang Tamy yang Hadir di Inbox dan 100% Ampuh.....	89
Tabel 4.30 Penafsiran Terhadap Pesan yang di sampaikan oleh Pembawa Acara Inbox dan 100% Ampuh.....	90
Tabel 4.31 Penafsiran Terhadap Setting Lokasi dalam Program Inbox dan 100% Ampuh.....	92
Tabel 4.32 Penafsiran Terhadap Atribut atau Pakaian dalam Program Inbox dan 100% Ampuh.....	93
Tabel 4.33 Penafsiran Terhadap Audi Visual yang di Tampilkan Inbox dan 100% Ampuh.....	94
Tabel 4.34 Penafsiran Terhadap Setting Panggung di Program Inbox dan 100% Ampuh.....	96
Tabel 4.35 Penafsiran Terhadap Segmen Lain Selain Musik di Program Inbox dan 100% Ampuh.....	97

Tabel 4.36 Penafsiran Terhadap Video Clip yang di Tmapilkan di Program Inbox dan 100% Ampuh.....	99
Tabel 4.37 Penafsiran Terhadap Bintang Tamu dari Luar yang Hadir dalam Program Inbox dan 100% Ampuh.....	100
Tabel 4.38 Penafsiran Dimensi Penafsiran.....	101

