



**EFEK TAYANGAN PROGRAM MUSIK DEM O
DI O CHANNEL TERHADAP KOMUNITAS
INDIE DI HEY FOLKS!
JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

MUHAMMAD ADIMAJA
4410401097

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Muhammad Adimaja
NIM : 4410401 – 097
Fakultas : Ilmu komunikasi
Jurusan : Broadcasting
Judul : Efek tayangan program musik Dem O di O channel terhadap komunitas Indie di heyfolks! Jakarta selatan

Jakarta, 21 Juli 2010

Mengetahui
Pembimbing

(SM Niken Restaty S.sos, Msi)

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik. Dimana Tugas Akhir ini penulis sajikan dalam bentuk buku yang sederhana. Adapun judul penulisan tugas akhir yang penulis ambil sebaga berikut :

“Efek Tayangan Program Musik Dem – O di O Channel Terhadap

Komunitas Indie di Hey Folks! Jakarta Selatan”

Tujuan penulisan Tugas Akhir ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan Program Sestrata 1 atau S1 fakultas ilmu komunikasi jurusan broadcasting Universitas Mercubuana. Sebagai bahan penulisan diambil berdasarkan hasil penelitian (*eksperimen*), observasi dan beberapa sumber literature yang mendukung penulisan ini. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, maka penulisan Tugas Akhir ini tidak akan lancar. Oleh karena itu pada kesempatan ini, izinkanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu SM Niken Restaty,S.Sos, MSi selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir
2. Para komunitas Indie di Heyfolks! Jakarta selatan
3. Taufik selaku produser program acara Dem O O channel
4. Ibunda dan kakak saya Dra.Sri wening dan Laila kurnia sari.ST
5. Rahma Anggraini Amd yang telah membantu penyelesaian tugas akhir ini dengan setia hingga saat ini.

6. Teman – teman angkatan fakultas dan jurusan dari 2004 sampai 2009, Mahardian, Uut kaharudin, Astrid Batrix yang terus memberikan motivasi serta semangat dalam pengerjaan tugas akhir ini.
7. SWATALA – UMB angkatan XVIII beserta jajarannya FPC angkatan V yang hingga saat ini memberikan suasana kuliah lebih berwarna selama berada di kampus UMB.
8. Komunitas tangga merah yang menjadi ruang ekspresi dalam segala bidang kreatif dan inovatif.

Serta semua pihak yang terlalu banyak untuk disebutkan satu-persatu sehingga terwujudnya penulisan Tugas Akhir ini. Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh sekali dari sempurna, untuk itu penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulis di masa yang akan datang.

Akhir kata semoga laporan ini bermanfaat bagi semua pihak yang membantu, meskipun dalam laporan ini masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu kritik dan saran yang tetap penulis harapkan.

Jakarta, 20 Juli 2010

Penulis

(Muhammad Adimaja)

DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Judul Tugas Akhir.....	i
Lembar Persetujuan Skripsi.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	v
Abstraksi.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Signifikansi Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Komunikasi Massa.....	8
2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	8
2.1.2 Karakteristik Komunikasi Massa.....	10
2.1.3 Fungsi Komunikasi Massa.....	11
2.1.4 Efek Komunikasi Massa.....	13
2.1.5 Efek Pesan.....	14
2.2 Televisi Sebagai Media Massa.....	17
2.2.1 Pengertian Televisi.....	17
2.2.2 Karakteristik Televisi.....	19
2.2.3 Kelebihan dan Kekurangan Televisi.....	21

2.2.4 Fungsi Televisi.....	23
2.3 Program Televisi.....	25
2.3.1 Pengertian Program Televisi.....	25
2.3.2 Jenis – Jenis Program Televisi / Format / Genre.....	26
2.4 Program Musik dan Pertunjukan.....	27
2.5 Hiburan Pop.....	28
2.6 Komunitas.....	29
2.7 Budaya dan Musik Independent / Indie.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1 Sifat atau Tipe Penelitian.....	33
3.2 Metode Penelitian.....	34
3.2.1 Data Sekunder.....	35
3.3 Populasi dan Sampel.....	36
3.3.1 Populasi.....	36
3.3.2 Sampel.....	37
3.4 Definisi dan Operasional Konsep.....	39
3.4.1 Definisi Konsep.....	39
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	39
3.5 Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.1.1 Program Musik Dem-O.....	53
4.1.2 Komunitas Indie di Heyfolks.....	56

4.2. Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Identitas Responden.....	58
4.2.1.1 Usia.....	58
4.2.1.2 Jenis Kelamin.....	58
4.2.1.3 Profesi atau Pekerjaan.....	59
4.2.2 Terpaan Media.....	59
4.2.2.1 Tahukah Tentang Stasiun Televisi O Channel.....	59
4.2.2.2 Tahukah Tentang Program DemO di O Channel.....	60
4.2.2.3 Tahukah Program DemO Merupakan Acara Musik.....	60
4.2.3 Tingkat Perhatian (Attention).....	61
4.2.3.1 Termasuk Stasiun Televisi Apa O Channel....	61
4.2.3.2 Frekuensi Menonton program di O channel....	62
4.2.3.3 Mengetahui Tayangan Program DemO di O channel menyajikan Live musik.....	62
4.2.3.4 Semua video yang di tayangkan di Program acara DemO di O channel hanya untuk band Indie.....	63
4.2.3.5 Program DemO merupakan program acara musik yang bersemi talk show.....	64
4.2.3.6 Video yang diputar hanya 2 kali dalam setiap penayangannya.....	64

4.2.3.7 Presenter dalam program DemO di O Channel adalah seorang wanita.....	65
4.2.3.8 Intensitas Menonton Program DemO di O Channel.....	65
4.2.3.9 Program DemO di O Channel meningkatkan kreatifitas band Indie.....	66
4.2.3.10 Menyukai Konsep Band yang di tampilkan dalam Program DemO di O Channel.....	67
4.2.4 Tingkat Ketertarikan (Interest).....	67
4.2.4.1 Ketertarikan dengan latar yang disajikan program DemO di O Channel.....	68
4.2.4.2 Ketepatan Karina Sugarda sebagai presenter program DemO di O Channel	68
4.2.4.3 Waktu penayangan program DemO di O Channel membuat ketertarikan untuk menonton.....	69
4.2.4.4 Band – band yang disajikan dalam program DemO di O Channel membuat ketertarikan untuk menonton...	70
4.2.4.5 Tanya jawab presenter dan nara sumber membuat ketertarikan dalam menonton.....	71
4.2.4.6 Tertarik bergabung dengan komunitas Indie setelah menonton program DemO di O Channel.....	71
4.2.4.7 Tertarik menonton band – band yang dihadirkan dalam program DemO di O Channel.....	72

4.2.4.8 Tertarik untuk membeli karya dari band – band Indie.....	73
4.2.4.9 Tertarik dengan gaya dari band Indie.....	73
4.2.4.10 Tertarik dengan acara tersebut karena menghadirkan band – band Indie.....	74
4.2.5 Tingkat Keinginan (Desire).....	74
4.2.5.1 Keinginan untuk tergabung atau membentuk sebuah band.....	75
4.2.5.2 Keinginan dapat tampil di acara Dem O di O channel.....	75
4.2.5.3 Keinginan Program DemO di O Channel sebagai acara yang menengahkan band – band Indie.....	76
4.2.5.4 Keinginan Program DemO di O Channel dapat ditayangkan setiap hari.....	77
4.2.5.5 Keinginan mencoba / diwawancara / ditampilkan video band anda dalam Program DemO di O Channel	77
4.2.5.6 Keinginan Program DemO di O Channel ditayangkan setiap hari dengan jam yang sama.....	78
4.2.5.7 Keinginan Program DemO di O Channel membantu band Indie untuk lebih tampil.....	79
4.2.5.8 Keinginan Program DemO di O Channel mempengaruhi komunitas Indie untuk berkembang...	79
4.2.5.9 Keinginan melakukan telephone interaktif.....	80

4.2.5.10 Keinginan band Indie yang ditampilkan lebih bervariasi.....	81
4.2.6 Tingkat Tindakan (Action).....	81
4.2.6.1 Setelah menonton Program DemO Di O Channel pernah melihat band Indie tampil secara langsung.....	82
4.2.6.2 Setelah menonton Program DemO Di O Channel berapa banyak datang ke acara Indie.....	82
4.2.6.3 Setelah menonton Program DemO Di O Channel pernah membuat karya sendiri.....	83
4.2.6.4 Setelah menonton Program DemO Di O Channel seberapa sering membeli karya dari band – band Indie.....	84
4.2.6.5 Setelah menonton Program DemO Di O Channel seberapa sering hadir dalam komunitas Indie.....	84
4.2.6.6 Seberapa sering mendiskusikan mengenai band – band Indie yang hadir dalam program DemO Di O Channel bersama komunitas Indie.....	85
4.2.6.7 Setelah menonton Program DemO Di O Channel seberapa sering berkumpul dengan band anda.....	86
4.2.6.8 Setelah menonton Program DemO Di O Channel seberapa sering mencari informasi mengenai band / berkaitan dengan kegiatan Indie.....	86

4.2.6.9 Setelah menonton Program DemO Di O Channel berapa kali mendengarkan lagu – lagu Indie.....	87
4.2.6.10 Berapa kali mencoba mengajak teman di sekitar untuk datang ke acara Indie / bergabung dalam komunitas Indie.....	88
4.3. Pembahasan.....	88
4.3.1 Tabel Akumulasi Perhatian (Attention) tayangan program musik Dem – O.....	92
4.3.2 Tabel Akumulasi Ketertarikan (Interest) tayangan program musik Dem – O.....	93
4.3.3 Tabel Akumulasi Keinginan (Desire) tayangan program musik Dem – O.....	94
4.3.4 Tabel Akumulasi Tindakan (Action) tayangan program musik Dem – O.....	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	98
Daftar Pustaka.....	100
Lampiran-lampiran.....	102
Daftar Riwayat Hidup.....	112