



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Prasetyo Utomo (44214110158)

Pengaruh Tayangan One Stop Football Terhadap Pembentukan Citra Trans 7
Sebagai TV Sport Edukasi di Lingkungan Komunitas PSSI Pers
(i-xiii) + 106 Halaman + 5 Bab + 32 Buku + 4 Situs Internet + Data Pribadi

ABSTRAK

Hingga saat ini media televisi adalah media yang paling banyak dimiliki dan dijadikan sebagai media informasi, hiburan, pendidikan dan kontrol sosial oleh masyarakat kebanyakan. Program olahraga adalah salah satu yang mempunyai nilai jual tinggi di masyarakat dengan berbekal sajian yang informatif dan menghibur. Maka tak heran ada program-program olahraga/sport yang masih bertahan hingga sekarang tanpa kehilangan penontonnya. Salah satunya adalah One Stop Football. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh tayangan One Stop Football terhadap pembentukan citra Trans 7 sebagai TV sport edukasi yang diteliti pada lingkungan komunitas PSSI Pers, dengan menggunakan variabel bebas yaitu pengaruh tayangan One Stop Football sedangkan variabel terikatnya yaitu citra perusahaan Trans 7.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori stimulus responses serta teori tentang citra perusahaan dengan empat alat pengukur pembentuk citra yang positif. Penelitian ini adalah kuantitatif dengan tipe penelitian eksplanatif. Penelitian ini menggunakan metode survey kepada 60 responden komunitas PSSI Pers yang dipilih dengan menggunakan teknik simple random sampling. Untuk mengetahui pengaruh antar variabel digunakan analisa regresi linear sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi pengaruh tayangan yang terdiri dari pemirsa, waktu, durasi, dan metode penyajian memberikan kontribusi pengaruh secara signifikan sebesar 71,8% terhadap pembentukan citra Trans 7 sebagai TV sport edukasi. Sedangkan sebesar 28,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

Secara keseluruhan penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa tayangan One Stop Football punya pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan citra perusahaan yang dimensinya terdiri dari kepercayaan, realitas, terciptanya kerjasama yang saling menguntungkan, dan kesadaran dari para penonton yang disini diwakili oleh komunitas PSSI Pers. Peneliti menyarankan agar para peneliti lain untuk mengkaji lebih lanjut dari teori komunikasi lainnya yang relevan atau variabel-variabel yang lain sehingga dapat menghasilkan suatu penelitian yang lebih mendalam, lebih akurat serta maksimal.