



**EFEK PROGRAM *BIGBANG! SHOW* KOMPAS TV TERHADAP  
KHALAYAK**

**(Survey Pada Mahasiswa Program Studi Broadcasting Angkatan 2013  
Mercubuana)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata**

**1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Broadcasting**

**MERCU BUANA**

**Disusun Oleh :**

**FITRIAH**

**44113010203**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2017**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **EFEK PROGRAM BIGBANG! SHOW KOMPAS TV  
TERHADAP KHALAYAK (Survey Pada Mahasiswa  
Program Studi Broadcasting Angkatan 2013  
Mercubuana)**

Nama : Fitriah

NIM : 44113010203

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 28 Juli 2017  
Mengetahui,  
Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

(Sofia Aunul, SE.M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKIRPSI

Judul : EFEK PROGRAM BIGBANG! SHOW KOMPAS TV  
TERHADAP KHALAYAK (Survey Pada Mahasiswa  
Program Studi Broadcasting Angkatan 2013  
Mercubuana)

Nama : Fitriah


NIM : 44113010203

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

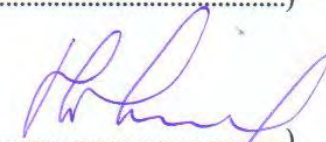
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Jakarta, 28 Juli 2017

Ketua Sidang,  
Riswandi, Drs. M.Si




(.....)

Penguji Ahli,  
Morissan, SH,M.A



(.....)

Pembimbing I  
Sofia Aunul, SE.M.Si



(.....)

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : **EFEK PROGRAM BIGBANG! SHOW KOMPAS  
TV TERHADAP KHALAYAK (Survey Pada  
Mahasiswa Program Studi Broadcasting Angkatan  
2013 Mercubuana)**

Nama : Fitriah  
NIM : 44113010203  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 28 Juli 2017

Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing**



(Sofia Aunul, SE.M.Si)


**Ketua Bidang Studi**

**Broadcasting**



(Dr. Afdal Makkuraga, M.Si)

**Dekan Fakultas  
Ilmu Komunikasi**



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

**Ketua Program  
Ilmu Komunikasi**



(Ponco B. Sulisty, M. Com, P.hD)

## KATA PENGANTAR

### *Bismillahirrahmanirrahim*

Alhamdulillah rabbil'alamin puji syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan karunia serta berkah dan kasih sayang sehingga memberikan jalan terang kepada hamba Nya. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Broadcasting. Dengan terselesaikan skripsi ini, penulis sadar masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, tetapi penulis berharap skripsi ini berguna bagi kita semua.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu hingga terselesaikannya skripsi ini dengan baik. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Sofia Aunul, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan sarannya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Dicky Andika, S.Sos., M.Si selaku Pembimbing Akademik, terima kasih yang sedalam-dalamnya atas segala saran dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis selama proses perkuliahan.
3. Seluruh bapak / ibu Dosen Program Studi Broadcasting Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta, terima kasih atas

bimbingan dari ilmu yang diberikan kepada penulis selama perkuliahan.

4. Teruntuk Baba Asmujab tercinta, yang senantiasa memberikan hal terbaik bagi putrinya dan materi yang telah banyak dikeluarkan serta iringan doa yang selalu dipanjatkan serta kasih sayang yang diberikan tiada henti untuk mengiringi kelulusan putrinya.
5. Untuk yang tersayang Ade Bagus Hirmawan, terima kasih selama ini selalu memberi motivasi untuk penulis dan dukungan tiada henti agar penulis dapat segera menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Revita Aryani, Jessyca Adhalia, Rani Wulandari, Alisha Zahra, Ajeng Nuclea, Ratih A. Dewi, Jania Capriati yang memberikan pelajaran dan menjadi teman yang sangat luar biasa, menemani hari-hari penulis selama di kampus tercinta. Terima kasih atas dukungan kalian kebersamaan kita selama ini tidak akan pernah terlupakan.
7. Dira, Vanessa, Hedi, Intan, Ami, Shella, dan Dan seluruh teman-teman Broadcasting 2013 Universitas Mercu Buana Jakarta yang senantiasa membantu, memberikan canda tawa yang sangat menghibur.
8. Nabila Anisa, Lidia Hardiana, Yunita Andiani, Chika Vida terima kasih untuk menghibur penulis serta memberi semangat tiada henti.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaannya dan semoga bermanfaat bagi kita semua. Amin

Jakarta, Juli 2017



Fitriah

44113010203

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>

### **BAB 1       PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9

### **BAB II       TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Televisi.....	10
2.1.1 Pengertian Televisi.....	10
2.1.2. Jenis Program .....	11
2.1.3 Pengertian Program Televisi .....	15
2.2 Efek Isi Pesan Media Massa .....	16
2.2.1 Efek Kognitif.....	17
2.2.2 Efek Afektif.....	18
2.2.3 Efek Konatif .....	20
2.3 Inovasi.....	20
2.3.1 Ciri-ciri Inovasi.....	21
2.4 Khalayak .....	21
2.4.1 Karakteristik Khalayak.....	22



2.5	Kewirausahaan .....	23
2.5.1	Kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha .....	25
2.5.2	Tuntutan Kreativitas dalam Bisnis Masa Kini.....	25
2.6	Arti penting inovasi dalam kewirausahaan .....	26

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Tipe Penelitian .....	29
3.2	Metode Penelitian.....	29
3.3	Populasi dan Sampel .....	31
3.3.1	Populasi .....	31
3.3.2	Sampel .....	31
3.4	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep .....	33
3.4.1	Definisi Konsep .....	33
3.4.2	Operasional Konsep.....	34
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5.1	Data Primer.....	38
3.5.2	Data Sekunder.....	38
3.6	Teknik Analisis Data.....	39

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	43
4.1.1	Profil KompasTV .....	43
4.1.2	Program-program KompasTV .....	44
4.1.3	Gambaran Umum Progrm BIGBANG! SHOW Kompas TV.....	45
4.1.4	Profil Andy F. Noya .....	52
4.2	Hasil Penelitian .....	55
4.2.1	Identitas Responden.....	55
4.2.2	Terpaan Media .....	57
4.2.3	Efek Pesan Media Massa .....	61

	4.2.4 Akumulasi Efek Kognitif Khalayak Universitas Mercubuana Terhadap Tayangan BIGBANG!SHOW KompasTV.....	85
	4.2.4 Akumulasi Efek Afektif Khalayak Universitas Mercubuana Terhadap Tayangan BIGBANG!SHOW KompasTV.....	86
	4.2.5 Akumulasi Efek Konatif Khalayak Universitas Mercubuana Terhadap Tayangan BIGBANG!SHOW KompasTV.....	87
	4.3 Pembahasan.....	89
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN</b>	
	5.1. Kesimpulan .....	91
	5.2. Saran.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasionalisasi Konsep .....	34
Table 3.2	Skala Likert .....	40
Tabel 3.3	Tabel Efek Kognitif.....	40
Tabel 3.4	Tabel Efek Afektif.....	41
Tabel 3.5	Tabel Efek Konatif.....	42
Tabel 3.6	Tabel Akumulasi Persepsi.....	42
Tabel 4.1	Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4.2	Usia Responden.....	56
Tabel 4.3	Durasi Menonton Televisi Setiap Hari.....	57
Tabel 4.4	Durasi Menonton Pogram BIGIBANG! SHOW .....	58
Tabel 4.5	Seberapa Sering Menonton Pogram BIGIBANG! SHOW .....	59
Tabel 4.6	Seberapa Fokus Menonton Pogram BIGIBANG! SHOW.....	60
Tabel 4.7	Program BIGBANG! SHOW memberikan informasi mengenai trend wirausaha dikalangan anak muda .....	61
Tabel 4.8	Program BIGBANG! SHOW menginspirasi anak muda untuk menciptakan usaha baru .....	62
Tabel 4.9	Program BIGBANG! SHOW menambah informasi tentang bisnis usaha yang sedang populer .....	63
Tabel 4.10	Program BIGBANG! SHOW memberikan semangat atau wawasan baru .....	64
Tabel 4.11	Program BIGBANG! SHOW memberikan pengetahuan tentang strategi pemasaran dalam wirausaha.....	65
Tabel 4.12	Program BIGBANG! SHOW memberikan gambaran untuk branding dalam wirausaha.....	66
Tabel 4.13	Program BIGBANG! SHOW memberikan motivasi dalam menciptakan ide baru untuk berwirausaha.....	67
Tabel 4.14	Program BIGBANG! SHOW memiliki potensi, inovasi dan peduli social disetiap tayangannya.....	68

Tabel 4.15	Program BIGBANG! SHOW membuat anak muda tertarik mencoba bisnis baru.....	69
Tabel 4.16	Program BIGBANG! SHOW menginspirasi anda untuk memiliki kepedulian jiwa bersocial dalam berbisnis .....	70
Tabel 4.17	Program BIGBANG! SHOW memberikan ide kreatif untuk para anak muda dalam memulai bisnis .....	71
Tabel 4.18	Program BIGBANG! SHOW menjadikan faktor pendorong untuk kaum anak muda berwirausaha .....	72
Tabel 4.19	Program BIGBANG! SHOW menambah wawasan untuk memulai berwirausaha .....	73
Tabel 4.20	Program BIGBANG! SHOW menampilkan hasil karya yang kreatif yang memacu anak muda untuk berwirausaha .....	74
Tabel 4.21	Program BIGBANG! SHOW. Menciptakan inovasi produk yang mampu bersaing .....	75
Tabel 4.22	Program BIGBANG! SHOW. Mengajak kaum muda tertarik mencoba dunia bisnis .....	76
Tabel 4.23	Program BIGBANG! SHOW. Menginspirasi anak muda untuk berwirausaha .....	77
Tabel 4.24	Program BIGBANG! SHOW. Mengajak kaum muda tertarik mencoba dunia bisnis” .....	78
Tabel 4.25	Program BIGBANG! SHOW” Membuat anak muda membuka usaha yang lebih menguntungkan .....	79
Tabel 4.26	Program BIGBANG! SHOW. Mengajarkan anak muda untuk berinovasi dengan usaha yang dibuat.....	80
Tabel 4.27	Program BIGBANG! SHOW. Berusaha menyangkan tayangan yang membuat anak muda termotivasi untuk segera berwirausaha .....	81
Tabel 4.28	Program BIGBANG! SHOW. Mengajarkan bukan hanya menjadi wirausaha yang sukses saja dalam bisnis .....	82
Tabel 4.29	Program BIGBANG! SHOW. Mengajak kaum muda untuk sukses di usia muda.....	83

Tabel 4.30	Program BIGBANG! SHOW. Mengajak kaum muda menjadi lebih bermanfaat lagi untuk orang lain dalam bisnis .....	84
Tabel 4.31	Akumulasi Efek Kogitif .....	85
Tabel 4.32	Akumulasi Efek Afektif .....	86
Tabel 4.33	Akumulasi Efek Konatif .....	87
Tabel 4.44	Akumulasi Efek Kognitif, Afektif, dan Konatif .....	88

