

**PERSEPSI PENONTON TERHADAP TAYANGAN  
GEBYAR BCA DI INDOSIAR**

(Studi Deskriptif Kuantitatif Penonton Live Tayangan Gebyar BCA Tanggal 30  
Januari 2010)

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Sarjana (S1)  
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Politik  
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa



Oleh  
**SONNY FIDRIAN**  
NIM : 050229

**KONSENTRASI ILMU JURNALISTIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA  
SERANG - BANTEN  
2010**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : SONNY FIDRIAN

NIM : 050229

JUDUL SKRIPSI : PERSEPSI PENONTON TERHADAP TAYANGAN  
GEBYAR BCA DI INDOSIAR

Telah diuji di hadapan Dewan Penguji Sidang Skripsi di Serang, tanggal 31  
Maret 2010 dan dinyatakan LULUS.

Serang, 26 April 2010

Ketua Penguji :

**DR. H. Ahmad Sihabudin, M.Si.**

( )

NIP. 196507042005011002

Anggota :

**Isti Nursih Wahyuni, S.Ip**

( )

NIP. 132 310 852

**Muhammad Jaiz, S.Sos., M.Pd**

( )

NIP. 132 306 264

Mengetahui,

Dekan FISIP Untirta

Ketua Program Studi

**DR. H. Ahmad Sihabudin, M.Si.**

NIP. 196507042005011002

**Deviani Setyorini, S.Sos., MCMS**

NIP. 1978081 52003 122002

*Kita memiliki keunikan yang dapat menjadi  
keunggulan.*

*Teruslah berkreasí dengan keunikan  
tersebut.....*

TERUNTUK

Papa & Mama

Adik-Adikku

TERSAYANG

## ABSTRAK

**SONNY FIDRIAN. 050229. PERSEPSI PENONTON TERHADAP TAYANGAN GEBYAR BCA DI INDOSIAR. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Banten. 2010**

Televisi merupakan salah satu jenis media komunikasi massa yang paling efektif diantara media-media yang lain, hal itu dikarenakan sifatnya yang *audio-visual* (pandang dengar), serta karakteristiknya yang mampu menyampaikan pesan kepada audience yang sangat luas.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Persepsi Penonton Live Gebyar BCA Terhadap Tayangan Gebyar BCA di INDOSIAR. Tujuannya yaitu untuk mengetahui sejauhmana Persepsi Penonton Live Gebyar BCA Terhadap Tayangan Gebyar BCA di INDOSIAR.

Pada tinjauan pustaka teori yang digunakan adalah teori dari Melvin DeFleur dengan model komunikasi S-O-R. inti dari teori ini adalah menjelaskan prinsip stimulus – respon pada dasarnya merupakan suatu prinsip belajar yang sederhana, dimana efek merupakan reaksi terhadap stimuli tertentu. Elemen-elemen utama dari teori ini adalah pesan,(stimulus), seorang penerima/receiver (organisme), dan efek (respon). Dalam teori ini isi media dipandang sebagai obat yang akan disuntikan ke dalam pembuluh darah audien, yang kemudian diasumsikan akan bereaksi seperti yang diharapkan.

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey, yaitu terhadap 90 responden yang diambil dengan teknik *purposive sampling* penonton live Gebyar BCA di Indosiar disertai pengolahan data dengan menggunakan statistika deskriptif.

Hasil penelitian ini menjelaskan tayangan Gebyar BCA dipersepsikan secara positif oleh mayoritas responden. Hal tersebut diketahui dari tingginya tingkat perhatian, penafsiran, dan sikap para responden terhadap tayangan Gebyar BCA. Hal ini dapat dilihat dari hasil akumulasi persepsi skala Likert sebesar 75,27% dan hal tersebut menunjukkan persepsi yang positif terhadap tayangan Gebyar BCA yang artinya mayoritas responden mengetahui tayangan Gebyar BCA di Indosiar.

## ABSTRACT

**SONNY FIDRIAN. 050229. PERCEPTION OF GEBYAR BCA AUDIENCE IN INDOSIAR. Department Of Communication Science, Faculty Of Social And Politic Sciences, Sultan Ageng Tirtayasa University. Banten 2010.**

Television is one of the mass communications media are most effective media among others, it is because of its audio-visual (view heard), as well as characteristics that can convey a message to a very broad audience.

Formulation of the problem in this research is How Perceptions Attendance Gebyar Live On Impressions Gebyar BCA BCA in INDOSIAR. The aim is to find out how far perceptions Attendance Gebyar Live On Impressions Gebyar BCA BCA in INDOSIAR.

In the literature review used the theory is a theory of the Melvin DeFleur S-O-R communication model, the core of this theory is to explain the principles of stimulus - response is primarily a simple learning principles, where the effect is a reaction to certain stimuli. The main elements of this theory is the message (stimulus), a receiver / receiver (organisms), and the effect (response). In this theory of media content is seen as a drug to be injected into the vein audience, which then would react siasumsikan as expected.

This study is descriptive, the study only describes the situation or event. Research method used is survey method, namely the 90 respondents who made a purposive sampling technique of a live audience in Indosiar Gebyar BCA accompanied by data processing using descriptive statistics.

These results explain the impression Gebyar BCA perceived positively by the majority of respondents. It is known from the high level of attention, interpretation, and the attitudes of the respondents to show Gebyar BCA. It can be seen from the perception of Likert scale accumulation of 75.27% and it showed a positive perception of the impressions Gebyar BCA, which means the majority of respondents know the impressions of Indosiar Gebyar BCA.

## **KATA PENGANTAR**

### **Assalamualaikum Wr.Wb**

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul **“Persepsi Penonton Terhadap Tayangan Gebyar BCA Di Indosiar”**.

Penulis menyadari atas kekurangan dan keterbatasan baik dari segi kemampuan maupun pengetahuan yang dimiliki oleh penulis dalam penelitian ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk dapat digunakan pada masa yang akan mendatang.

Penelitian ini tentu tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan dari dosen pembimbing yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan kepada penulis, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada Pembimbing pertama Muhammad Jaiz, S.Sos., M.Si atas waktu, bimbingan, arahan dan dukungannya selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Serta kepada Pembimbing kedua yaitu Bapak Idi Dimiyati, S.Ikom yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan dan nasehatnya agar peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

Selain itu penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, untuk itu penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Rahman Abdullah, M.Sc., selaku Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
2. Bapak DR. H. Ahmad Sihabudin, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
3. Kepada seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, terimakasih atas bimbingan dan pengetahuan yang telah diberikan kepada penulis selama melaksanakan perkuliahan.
4. Kepada seluruh staf sekretariat dan perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, terimakasih atas bantuannya.
5. Kepada semua responden yang telah bersedia memberikan waktunya untuk mengisi kuesioner.
6. Kepada Ayahanda tercinta dan Ibunda yang selama ini telah memberikan doa yang tiada hentinya kepada penulis dan bantuan moril maupun materil, terimakasih untuk semuanya.
7. Kepada adikku, terimakasih atas dukungan dan kasih sayangnya selama ini.
8. Seluruh teman-teman Jurnalistik dan Humas 2005 yang telah memberikan motivasi dan bantuannya, terimakasih atas persahabatannya selama ini.

9. Dan untuk seseorang yang telah memberi semangat dan motivasi selama ini.

Akhir kata penulis berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya yang menaruh perhatian pada penelitian ini.

**Wassalamuaikum Wr. Wb**

**Serang, Maret 2010**

**Penulis**



## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar belakang masalah.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	8
1.3 Identifikasi masalah .....	8
1.4 Tujuan penelitian.....	8
1.5 Kegunaan penelitian.....	9
1.5.1 Kegunaan teoritis .....	9
1.5.2 Kegunaan praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kajian pustaka .....	10
2.1.1 Pengertian komunikasi massa .....	10
2.1.2 Karakteristik komunikasi massa .....	11
2.1.3 Fungsi komunikasi massa .....	12
2.1.4 Pengertian televisi sebagai media massa .....	13
2.1.5 Program Variety show.....	14
2.1.6 Karakteristik variety show .....	15
2.1.7 Jenis/genre variety show .....	15
2.1.8 Khalayak televisi.....	16
2.1.9 Pengertian persepsi.....	18
2.1.9 Proses terjadinya persepsi .....	19
2.2 Kerangka teori .....	24
2.3 Kerangka pemikiran .....	26
2.4 Definisi operasional variabel .....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Metode penelitian.....	34
3.2 Populasi dan sampel.....	35
3.2.1 Populasi.....	35
3.2.2 Sampel.....	36
3.3 Teknik sampling.....	37
3.4 Teknik pengumpulan data .....	38
3.4.1 Dataprimer.....	38
3.4.2 Datasekunder.....	38
3.5 Tahapan analisa data .....	39

#### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1	Gambaran Umum PT Indosiar Visual Mandiri ( INDOSIAR )	42
4.1.1	Visi dan Misi Perusahaan	44
4.1.2	Gambaran Acara Gebyar BCA	46
4.2	Hasil penelitian	47
4.2.1	Identitas responden	47
4.3	Persepsi Penonton Live Gebyar BCA di Indosiar	49
4.3.1	Perhatian Terhadap <i>MC yang Membawakan Acara Gebyar</i> <i>BCA</i>	50
4.3.2	Perhatian Terhadap <i>Musik yang Dibawakan Oleh Band atau</i> <i>Penyanyi Pada Saat</i> <i>Live</i>	51
4.3.3	Perhatian Terhadap <i>Setiap Alur Cerita Lawak (Komedi) Pada Saat</i> <i>Live</i>	52
4.3.4	Perhatian Terhadap <i>Pelawak Saat Tampil Live</i>	53
4.3.5	Perhatian Terhadap <i>Logo BCA</i>	54
4.3.6	Perhatian Terhadap <i>Pengundian Tahapan BCA</i>	55
4.3.7	Perhatian Terhadap <i>Informasi Produk BCA yang Ditampilkan</i> <i>Secara VT (Video Tape) Pada Saat</i> <i>Live</i>	56
4.3.8	Perhatian Terhadap <i>Pemenang Pengundian Tahapan BCA</i>	57
4.3.9	Tabel Akumulasi Dimensi Perhatian	58
4.4	Persepsi Penonton Live Gebyar BCA di Indosiar	59
4.4.1	Penafsiran Terhadap <i>MC yang Membawakan Acara Gebyar</i> <i>BCA</i>	60
4.4.2	Penafsiran Terhadap <i>Musik yang Dibawakan Oleh Band atau Penyanyi</i> <i>Pada Saat Live</i>	61
4.4.3	Perhatian Terhadap <i>Setiap Alur Cerita Lawak (Komedi) Pada Saat</i> <i>Live</i>	62
4.4.3	Penafsiran Terhadap <i>Pelawak Saat Tampil Live</i>	63
4.4.4	Penafsiran Terhadap <i>Logo BCA</i>	64
4.4.5	Penafsiran Terhadap <i>Pengundian Tahapan BCA</i>	65
4.4.6	Penafsiran Terhadap <i>Informasi Produk BCA yang Ditampilkan</i> <i>Secara VT (Video Tape) Pada Saat Live</i>	66
4.4.7	Penafsiran Terhadap <i>Pemenang Pengundian Tahapan BCA</i>	67
4.4.8	Tabel Akumulasi Dimensi Penafsiran	68
4.5	Persepsi Penonton Live Gebyar BCA di Indosiar	69
4.5.1	Pengetahuan Terhadap <i>MC yang Membawakan Acara Gebyar</i> <i>BCA</i>	70
4.5.2	Pengetahuan Terhadap <i>Musik yang Dibawakan Oleh Band atau</i> <i>Penyanyi Pada Saat Live</i>	71
4.5.3	Pengetahuan Terhadap <i>Setiap Alur Cerita Lawak (Komedi) Pada</i> <i>Saat Live</i>	72
4.5.4	Pengetahuan Terhadap <i>Pelawak Saat Tampil Live</i>	73
4.5.5	Pengetahuan Terhadap <i>Logo BCA</i>	74

4.5.6	Pengetahuan Terhadap <i>Pengundian Tahapan BCA</i> .....	75
4.5.7	Pengetahuan Terhadap <i>Informasi Produk BCA yang Ditampilkan Secara VT(Video Tape) Pada Saat Live</i> .....	76
4.5.8	Pengetahuan Terhadap <i>Pemenang Pengundian Tahapan BCA</i> .....	77
4.5.9	Akumulasi Dimensi Pengetahuan .....	78
4.5.10	Akumulasi Persepsi.....	79
4.6	Pembahasan.....	80

#### **BAB V PENUTUP**

5.1	Kesimpulan .....	83
5.2	Saran.....	85

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

#### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Operasionalisasi variabel.....	28
Tabel 2.2 Skala Likert.....	33
Tabel 3.1 Bobot penilaian.....	40
Tabel 3.2 Tabel persepsi.....	41
Tabel 4.1 Usia responden.....	47
Tabel 4.2 Jenis kelamin.....	47
Tabel 4.3 Pekerjaan responden.....	48
Tabel 4.4 Perhatian Terhadap <i>MC yang Membawakan Acara Gebyar BCA</i> .....	50
Tabel 4.5 Perhatian Terhadap <i>Musik yang Dibawakan Oleh Band atau Penyanyi Pada Saat Live</i> .....	51
Tabel 4.6 Perhatian Terhadap <i>Setiap Alur Cerita Lawak (Komedi) Pada Saat Live</i> .....	52
Tabel 4.7 Perhatian Terhadap <i>Pelawak Saat Tampil Live</i> .....	53
Tabel 4.8 Perhatian Terhadap <i>Logo BCA</i> .....	54
Tabel 4.9 Perhatian Terhadap <i>Pengundian Tahapan BCA</i> .....	55
Tabel 4.10 Perhatian Terhadap <i>Informasi Produk BCA yang Ditampilkan secara VT (Video Tape) Pada Saat Live</i> .....	56
Tabel 4.11 Perhatian Terhadap <i>Pemenang Pengundian Tahapan BCA</i> .....	57
Tabel 4.12 Tabel Akumulasi Dimensi Perhatian.....	58
Tabel 4.13 Penafsiran Terhadap <i>MC yang Membawakan Acara Gebyar BCA</i> .....	60
Tabel 4.14 Penafsiran Terhadap <i>Musik yang Dibawakan Oleh Band atau Penyanyi Pada Saat Live</i> .....	61
Tabel 4.15 Penafsiran Terhadap <i>Setiap Alur Cerita Lawak (Komedi) Pada Saat Live</i> .....	62
Tabel 4.16 Penafsiran Terhadap <i>Pelawak Saat Tampil Live</i> .....	63
Tabel 4.17 Penafsiran Terhadap <i>Logo BCA</i> .....	64
Tabel 4.18 Penafsiran Terhadap <i>Pengundian Tahapan BCA</i> .....	65
Tabel 4.19 Penafsiran Terhadap <i>Informasi Produk BCA yang Ditampilkan secara VT (Video Tape) Pada Saat Live</i> .....	66
Tabel 4.20 Penafsiran Terhadap <i>Pemenang Pengundian Tahapan BCA</i> .....	67
Tabel 4.21 Tabel Akumulasi Dimensi Penafsiran.....	68
Tabel 4.22 Pengetahuan Terhadap <i>MC yang Membawakan Acara Gebyar BCA</i> .....	70
Tabel 4.23 Pengetahuan Terhadap <i>Musik yang Dibawakan Oleh Band atau Penyanyi Pada Saat Live</i> .....	71
Tabel 4.24 Pengetahuan Terhadap <i>Setiap Alur Cerita Lawak (Komedi) Pada Saat Live</i> .....	72
Tabel 4.25 Pengetahuan Terhadap <i>Pelawak Saat Tampil Live</i> .....	73
Tabel 4.26 Pengetahuan Terhadap <i>Logo BCA</i> .....	74
Tabel 4.27 Pengetahuan Terhadap <i>Pengundian Tahapan BCA</i> .....	75

Tabel 4.28 Pengetahuan Terhadap <i>Informasi Produk BCA yang Ditampilkan secara VT (Video Tape) Pada Saat Live</i> .....	76
Tabel 4.29 Pengetahuan Terhadap <i>Pemenang Pengundian Tahapan BCA</i> .....	77
Tabel 4.30 Tabel Akumulasi Dimensi Pengetahuan .....	78
Tabel 4.31 Tabel Akumulasi Persepsi .....	79

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 2.1 Model S-O-R.....	21
Bagan 2.2 Teori persepsi S-O-R.....	24
Bagan 2.3 Penerapan Teori persepsi S-O-R.....	27

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Berkas Bimbingan
- Lampiran 2 Surat Riset
- Lampiran 3 Kuesioner
- Lampiran 4 Company profile GEBYAR BCA
- Lampiran 5 Konsep GEBYAR BCA
- Lampiran 6 Struktur tim GEBYAR BCA
- Lampiran 7 Perspektif Panggung GEBYAR BCA
- Lampiran 8 Banner acara GEBYAR BCA
- Lampiran 9 Kartu bimbingan skripsi
- Lampiran 10 Riwayat hidup

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Keseharian hidup manusia yang selalu bersosialisasi serta berinteraksi satu sama lain memang tidak luput dari komunikasi. Komunikasi merupakan hal terpenting dalam kehidupan seseorang, tanpa adanya komunikasi tentu manusia akan kesulitan untuk saling berinteraksi, mengekspresikan dirinya dan juga merasa tidak mempunyai kehidupan yang yang berarti.

Hal ini terbukti bahwa tanpa berkomunikasi maka tidak ada ilmu atau wawasan yang didapat, karena hal itu sangat menjadi sumber inspirasi dan suatu manfaat bagi pengguna komunikasi. Kegiatan komunikasi juga mempunyai tujuan yakni mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya yang menjadi sasaran komunikasi (Sendjaja, 2003: 11).

Salah satu bentuk komunikasi adalah komunikasi massa. Pool mendefinisikan komunikasi massa sebagai komunikasi yang berlangsung dalam situasi *interpored* ketika antara narasumber dan penerima tidak terjadi kontak secara langsung, pesan-pesan komunikasi mengalir kepada penerima melalui saluran-saluran media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, film atau televisi (Wiryanto, 1999: 60).



Media massa modern merupakan produk komunikasi modern yang selalu berkembang menuju kesempurnaan. Mengingat perkembangan teknologi komunikasi yang sedemikian cepatnya, sehingga haruslah dilakukan penyesuaian-penyesuaian baru terhadap perkembangan dalam menghadapi era baru yang disebut sebagai era masyarakat informasi.

Penemuan televisi merupakan media yang paling canggih, televisi berkembang sesuai dengan perkembangan zaman. Televisi merupakan salah satu bentuk media massa elektronik yang mempunyai fungsi sebagai hiburan maupun sarana informasi. Selain fungsinya sebagai sarana hiburan dan pendidikan, televisi juga sangat berpeluang untuk menjual informasi menjadi ajang sarana berbisnis untuk mendapatkan keuntungan. Bahkan saat ini televisi sudah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia.

Televisi merupakan salah satu jenis media komunikasi massa yang paling efektif diantara media-media yang lain, hal itu dikarenakan sifatnya yang *audio-visual* (pandang dengar), serta karakteristiknya yang mampu menyampaikan pesan kepada audience yang sangat luas.

Televisi merupakan suatu alat elektronik yang cukup bisa memuaskan bagi para penontonnya. Penonton saat ini sangat di majakan dengan penyajian acara televisi yang cukup beragam baik acara hiburan seperti musik, drama, non-drama, *variety show*, *talk show*, juga *quiz show*. Selain hiburan televisi juga ajang untuk mendapat pendidikan atau pengetahuan mulai dari informasi berita-berita baik dalam maupun luar negeri, informasi kebutuhan sehari-hari, informasi dunia fashion, informasi kesehatan serta informasi lainnya.

P.T. Indosiar Visual Mandiri, Tbk atau yang lebih dikenal dengan Indosiar merupakan sebuah stasiun televisi swasta nasional yang didirikan 1991. Indosiar memulai siaran perdananya pada tanggal 17 Desember 1994 dan mulai mengudara secara nasional pada 11 Januari 1995. Hingga saat ini, Indosiar tetap memberikan yang terbaik untuk para pemirsanya. Terbukti dengan tayangan-tayangannya yang selalu jadi *trend*, dan ikut di produksi oleh stasiun televisi atau *production house* lain. Program-program yang disajikan antara lain program Berita, Infotainment, Sinetron, Talk Show, Music, Variety Show dan program Reality Show unggulan Indosiar yang selalu mendapat tempat di hati pemirsanya PT. Indosiar Visual Mandiri mulai beroperasi (*On Air*) sejak 11 Januari 1995, atau merupakan stasiun TV swasta ke-5 yang didirikan di Indonesia setelah RCTI, SCTV, TPI dan ANTV. PT. Indosiar Visual Mandiri, memposisikan usahanya sebagai penyedia jasa penyiaran televisi swasta nasional. Sejauh ini, komposisi tayangannya tetap didominasi program hiburan, baik drama maupun non drama, dengan persentase 60% : 40% antara hiburan dan pendidikan atau pemberitaan. Kehadiran Perseroan telah memberikan pencerahan bagi industri pertelevisian Indonesia lewat serangkaian terobosan dan inovasi baru yang mengutamakan kepuasan *stakeholders* serta kepedulian terhadap lingkungan sekitar. Tidak heran jika dalam kurun waktu 5 tahun kemudian, Perseroan mampu mensejajarkan diri bahkan memimpin dalam perolehan rating dan share (tv.groups.yahoo.com).

Program acara yang menarik tentunya mampu mengundang perhatian banyak bagi penontonnya, dan begitu sebaliknya apabila program acara tidak dapat menarik audience maka acara tersebut akan ditinggalkan, baik para pemirsa

maupun para pemasang iklan di acara tersebut. Salah satu program acara televisi yang digemari dan relatif oleh para pemirsa adalah *variety show*.

*Variety show* atau *variety entertainment* adalah program yang menyajikan berbagai macam aksi hiburan. Yang biasanya diselingi musik, tarian, komedi dalam bentuk sketsa atau penggalan, bahkan terkadang akrobat dan sulap. Sedangkan Naratama mendefinisikan *variety show* sebagai program yang mengkombinasikan semua unsur format acara televisi mulai dari kuis, game, concert, talkshow, bahkan news dan reality Show. Kekuatan dari program ini adalah pada bentuk “variety” nya yang diaduk sedemikian rupa sehingga menjadi acara yang menghibur dan tidak membosankan. ( tv.groups.yahoo.com)

Di tengah maraknya program acara televisi yang bernuansa hiburan, Indosiar tetap berkomitmen untuk menayangkan acara yang membuat masyarakat terhibur melalui tayangan **Gebyar BCA** yang ditayangkan setiap Sabtu Pukul 21.00 – 22.00 WIB.

Tayangan Gebyar BCA adalah program televisi yang bersifat edutainment dan dikemas dalam bentuk *variety show* milik BCA yang diproduksi dan ditayangkan di Indosiar. Sebuah program yang disajikan dalam format *variety show* ini, menyajikan unsur hiburan berupa musik, komedi, talkshow. Selain itu pula memberikan informasi yang bersifat edukasi seputar perbankan mengenai produk dan layanan yang dimiliki BCA. Program Gebyar BCA ini, termasuk pelopor *promotainment* di Indonesia dan masih eksis hingga tahun 2008 ( www.klikbca.com).

Program Gebyar BCA ini memiliki dua daya tarik. Pertama terletak pada konsep atau landasan program dan yang kedua terletak pada bintang-bintang pengisi program yang terus di *up date*. Selain itu juga program Gebyar BCA menyajikan informasi perbankan yang bersumber dari BCA, dan ada dua metode penyampaian informasi perbankan tersebut. Metode yang pertama dengan meletakkan informasi ke dalam sketsa komedi dan percakapan antara MC dengan bintang tamu atau yang lebih dikenal dengan *gimmick*. Metode yang kedua adalah dengan penyajian *Video Tape* (VT). Dengan konsep dan penyajian informasi seperti itu untuk menghindarkan audiens dari rasa bosan ( [www.klikbca.com](http://www.klikbca.com)).

Konsep program Gebyar BCA adalah tayangan *variety show* dimana setiap bagian (part) menampilkan music, komedi dan *talk show* ringan yang mewakili apa yang menjadi daya tarik Gebyar BCA. Acara Gebyar BCA dikemas secara apik dan menarik, dengan menghadirkan bintang-bintang dunia hiburan dari dalam atau luar negeri, dan diselingi komedi juga kuis interaktif berhadiah jutaan rupiah. Konsep yang dipakai dalam penyajian VT adalah konsep yang tidak menggurui penonton. Dimana informasi tersebut dibuat semenarik mungkin dan secara instan dapat terserap oleh pemirsa, dengan cara membuat jalan cerita yang mudah di pahami oleh pemirsa di rumah.

Gebyar BCA live on air setiap hari Sabtu, maka tentu saja sifat kerja tim produksinya adalah terkonsep atau terencana. Diawal kemunculan Gebyar BCA mengangkat tema music, komedi, *talk show*, aksi sulap dan *fashion show*. Tetapi seiring dengan semakin berkembangnya acara ini, kini kedua unsur hiburan *fashion show* dan aksi sulap dihilangkan karena untuk menghindari kejenuhan

pada audiens. Setiap Sabtu pastinya mengadakan suatu tema yang berbeda setiap minggunya. Pengadaan materi acara dan penyajiannya sepenuhnya dilaksanakan oleh kerabat kerja Gebyar BCA.

Program ini ditujukan untuk konsumsi *Family* AB25+ yang artinya target audiens yang ingin dicapai adalah mereka yang berusia diatas 25 tahun, berasal dari kalangan ekonomi golongan A dan B. Dan angka 25+ dipilih karena mereka yang berusia diatas 25 tahun dianggap sudah memiliki pendapatan sendiri serta sudah mengerti mengenai istilah-istilah perbankan sedangkan target audiens *family* ditujukan untuk segmen hiburan yang disajikan Gebyar BCA.

Banyak penghargaan yang di dapat atas acara Gebyar BCA tersebut seperti Highly Recommended Variety Show dari Asian Television Award pada tahun 1997 dan nominated Favourite Variety Show dari Pnaasonic Award pada tahun 2003. Serta atas kelanggengannya program acara Gebyar BCA telah menjadi perhatian museum Rekor Indonesia (MURI), untuk menobatkannya sebagai acara televisi terlama yang disponsori oleh suatu perusahaan semenjak 28 Juni 1997 sampai saat ini ( [www.klikbca.com](http://www.klikbca.com)).

Untuk mendapatkan sebuah program acara variety show yang baik, menarik menghibur, terlihat spontan dan realistis dengan kemasan dan penyajian yang tepat, diperlukan kerabat kerja yang baik dan berkualitas. Dengan tujuan, tidak hanya sekedar untuk memenuhi tataran sinematografis dan kriteria layak siar namun mampu mencapai keberhasilan dari program variety show itu sendiri. Bila tidak dikemas dengan baik akan menimbulkan kelemahan dan menimbulkan persepsi yang buruk seperti pembawa acara yang tidak komunikatif, acara yang

membosankan, dan durasi yang terlalu lama. Berawal dari pemikiran itulah peneliti ingin meneliti bagaimana persepsi masyarakat tentang acara Gebyar BCA.

Serta alasan penulis tertarik untuk memilih acara variety show Gebyar BCA Indosiar sebagai objek penelitian dikarenakan acara Gebyar BCA Indosiar memiliki banyak keunggulan salah satu diantaranya acara Gebyar BCA mempunyai banyak penghargaan yang didapat atas kesuksesannya. Acara Gebyar BCA juga merupakan acara yang cukup lama dalam eksistensinya didalam dunia program acara pertelevisian.

Penulis memilih penonton yang hadir pada saat live Gebyar BCA, karena sebagian besar penonton merupakan target audience Gebyar BCA yaitu penonton yang berasal dari kalangan ekonomi golongan A dan B. Golongan A dan B adalah sebutan untuk audiens yang digolongkan berdasarkan status sosial ekonomi. Menurut Nielsen Media Research tahun 2006, Golongan A adalah mereka yang memiliki pengeluaran sebesar Rp. 2.000.000 sampai Rp. 3.000.000 per bulannya. Seangkan golongan B adalah mereka yang memilki pengeluaran Rp. 1.500.000 hingga Rp. 2.000.000 perbulan.

Audien Gebyar BCA pada saat menonton secara Live, merupakan vendor BCA yaitu perusahaan-perusahaan yang bekerjasama dengan BCA. Sebagai salah satu bentuk loyalitas BCA maka para nasabah, karyawan BCA dan karyawan-karyawan dari perusahaan yang bekerjasama dengan BCA(Vendor) yang menjadi penonton tetap dari awal sampai saat ini. Diharapkan setelah menonton secara live, para vendor yang belum menjadi nasabah BCA dapat menjadi nasabah BCA, sehingga dapat memberikan persespsi sesuai dengan tujuan penelitian ini.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah tersebut yang menjadi pokok masalah skripsi ini yaitu:

“Bagaimana Persepsi Penonton Live Gebyar BCA Terhadap Tayangan Gebyar BCA di INDOSIAR?”.

## **1.3. Identifikasi Masalah**

Pada penelitian ini, masalah diidentifikasi melalui butir-butir pertanyaan sebagai berikut :

- 1) Bagaimana perhatian Penonton Live Gebyar BCA Terhadap Tayangan Gebyar BCA di INDOSIAR?
- 2) Bagaimana penafsiran Penonton Live Gebyar BCA Terhadap Tayangan Gebyar BCA di INDOSIAR?
- 3) Bagaimana pengetahuan Penonton Live Gebyar BCA Terhadap Tayangan Gebyar BCA di INDOSIAR?

## **1.4 Tujuan penelitian**

Tujuan diadakan penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui bagaimana perhatian penonton Live Gebyar BCA terhadap tayangan Gebyar BCA di INDOSIAR?
- 2) Untuk mengetahui bagaimana penafsiran penonton Live Gebyar BCA terhadap tayangan Gebyar BCA di INDOSIAR?
- 3) Untuk mengetahui bagaimana pengetahuan penonton Live Gebyar BCA terhadap tayangan Gebyar BCA di INDOSIAR?

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menguji teori mengenai persepsi penonton live terhadap suatu program *variety show*.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu komunikasi massa, dan sumbangan atau Referensi khalayak akan dunia hiburan.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan saran bagi stasiun televisi swasta yaitu Indosiar Visual Mandiri.
2. Penelitian ini di harapkan pula dapat memberikan sebuah program siaran yang layak dan diminati banyak kalangan ataupun khalayak.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa**

Berbicara komunikasi massa tidak lepas dari elemen - elamen komunikasi massa seperti: komunikator, isi pesan, saluran, komunikan, dampak, dan feedback. Komunikator diartikan sebagai pemberi atau penyampai informasi atau sebagai narasumber terhadap khalayak Mulyana (2005: 153) merumuskan bahwa komunikasi massa adalah suatu proses dimana komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan – pesan secara luas, dan merujuk pada upaya membuat makna terkoordinasi antara pengirim dengan khalayak.

Menurut Ardianto (2005: 3), komunikasi massa diartikan sebagai pesan dikomunikasikan dengan menggunakan media massa pada sejumlah besar orang. Media massa yang dimaksud antara lain televisi, surat kabar dan radio. Melihat pola komunikasi yang dikemukakan, maka ia melibatkan sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim dengan pesan secara serentak dan sesaat.

### **2.1.2 Karakteristik Komunikasi Massa**

Komunikasi massa menurut Devito (1997), mempunyai karakteristik sebagai berikut:

1. Sifat pesannya terbuka dengan khalyak yang variatif, baik dari segi usia, agama, suku, pekerjaan maupun dari segi kebutuhan.
2. Sumber dan penerima di hubungkan oleh saluran yang telah diproses secara mekanik.
3. Sumber juga merupakan suatu lembaga atau instansi yang terdiri dari banyak orang, misalnya reporter, penyiar, editor, teknisi dan sebagainya. Karena itu proses penyampaian pesannya lebih formal, terencana dan lebih rumit.
4. Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baliknya.
5. Lambat (tertunda) dan sangat terbatas. Tetapi dengan perkembangan teknologi komunikasi yang begitu cepat, khususnya media massa.
6. Elektronik seperti radio dan televisi maka umpan balik dari khalayak bias di lakukan dengan cepat kepada penyiar.
7. Sifat penyebaran pesan melalui media massa berlangsung begitu cepat serempak dan luas. Ia mampu mengatasi jarak dan waktu, serta tahan lama bila di dokumentasika.

8. Dari segi ekonomi, biaya produksi komunikasi massa cukup mahal dan memerlukan dukungan tenaga kerja relatif banyak untuk mengelolanya.

### 2.1.3 Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Devito (1997:518), fungsi komunikasi massa secara khusus ada dua hal yang harus dipahami, kedua hal tersebut adalah:

- a. Setiap tindakan harus berkaitan dengan komunikasi, termasuk mengkonsumsi media, dilandasi oleh alasan yang unik.
- b. Setiap komunikasi massa menjalankan fungsi yang berbeda lagi setiap khalayak secara individual.

Berikut ini adalah fungsi khusus dari komunikasi massa, menurut Devito, diantaranya :

1. **Menghibur** Media massa memberi hiburan untuk mendapatkan perkataan dari khalayak sebanyak mungkin sehingga dapat menjual kepada para pengiklan.
2. **Menyakinkan** Media berusaha menyakinkan ( to Persuade ) khalayak atas suatu peristiwa persuasi ini dapat dalam banyak bentuk yaitu: Mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan / nilai seseorang, mengubah sikap, kepercayaan, sikap atau nilai seseorang mengerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu.

**3. Memberikan Informasi** Media memberikan informasi kepada khalayak baik berupa pengetahuan tentang musik, maupaun ekonomi.

#### **2.1.4 Pengertian Televisi Sebagai Media Massa**

Pengertian televisi di sini ialah televisi siaran (*broadcast television*), merupakan media dari jaringan komunikasi dengan ciri – ciri yang dimiliki komunikasi massa, berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan, dan komunikannya heterogen, homogen, dan *cluster* (Effendy, 2003:21).

Televisi adalah komunikasi massa yang digunakan dalam proses komunikasi. Televisi merupakan media elektronik yang paling sempurna dan mempunyai efek yang paling besar terhadap khalayak dibandingkan dengan media elektronik lainnya, seperti radio, karena televisi merupakan media audiovisual yang bersifat informatif, hiburan, pendidikan dan juga sebagai kontrol sosial. Televisi pada saat ini merupakan salah satu sarana media yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Hal ini karena melalui media televisi orang atau masyarakat mendapatkan sebagian dari kebutuhan hidupnya. Kebutuhan tersebut antara lain informasi, hiburan, pengetahuan, pendidikan, dan sebagainya.

### 2.1.5 Program Variety Show

Variety show atau variety entertainment adalah program yang menyajikan berbagai macam aksi hiburan. Biasanya diselingi musik, tarian, komedi dalam bentuk sketsa atau penggalan, bahkan terkadang akrobat dan sulap. Sedangkan Naratama mendefinisikan Variety Show sebagai program yang mengkombinasikan semua unsure format acara televisive mulai dari kuis, game, concert, talkshow, bahkan news dan reality Show. Kekuatan dari program ini adalah pada bentuk “variety”nya yang diaduk sedemikian rupa sehingga menjadi acara yang menghibur dan tidak membosankan. Fungsi variety show sebagai tayangan yang menghibur dengan kemasan yang ringan, bisa memenuhi permintaan para pemirsa yang haus akan suguhan alternatif ([tv.groups.yahoo.com](http://tv.groups.yahoo.com)).

Format ini berasal dari panggung pertunjukan yang bermigrasi ke siaran radio lalu berakhir di televisi. *Variety Show* menjadi tayangan wajib bagi televisi berbahasa Inggris mulai awal 1970 hingga akhir 1980 ([wikipedia.org/Variety\\_show](http://wikipedia.org/Variety_show)).

Sejarah kemunculan variety show berasal dari pertunjukan musik, atau yang di Amerika Serikat dikenal dengan nama Vaudeville, namun di Inggris, *variety show* tumbuh dan berkembang melalui pertunjukkan musik dan teater. Format ini dibawa ke media televisi oleh beberapa artis kenamaan Amerika. Salah satunya adalah Ed Sullivan yang kala itu menjadi pembawa acara *Ed Sullivan Show*, dan tahun 1948 hingga 1971 adalah tahun kesuksesan program tersebut. Dengan pendekatan yang natural dan apa adanya, ia memperbolehkan

semua bintang dari media apapun untuk tampil dalam sebuah segmen berjudul 15 Menit jadi Bintang. Bahkan secara tidak langsung, program ini ikut memperkenalkan The Beatles dan Elvis Presleynya ke dunia musik Amerika.

Di televisi, variety show mencapai puncaknya antara tahun 1960 hingga 1970-an yang membuatnya menjadi setingkat dengan drama, sitkom bahkan reality show di dunia pertelevisian.

Di Indonesia sendiri program dengan format ini sudah eksis sejak kehadiran TVRI, dengan judul program Aneka Ria Safari. Acara ini menampilkan musisi-musisi Indonesia yang mempromosikan album terbaru mereka dengan menyanyikannya di program tersebut. Pemandu acara terlama untuk program ini adalah Eddy Soed ([wikipedia.org/wiki/Aneka\\_Ria\\_Safari](https://wikipedia.org/wiki/Aneka_Ria_Safari)).

#### **2.1.6 Karakteristik Variety Show**

1. Lebih dari 1 (dua) pertunjukkan
2. Penampilannya merupakan unsur hiburan dan seni (music).

Beberapa variety Show menampilkan bintang komedi atau penyanyi sebagai Host dan juga menampilkan bintang tamu yang memperlihatkan keahlian atau keterampilan mereka.

#### **2.1.7 Jenis / Genre Variety Show**

Terdapat beberapa jenis dari variety show itu sendiri diantaranya adalah :

1. Vaudeville Show dan Music Hall Variety

Merupakan kemiripan keduanya, berorientasi pada aksi-aksi special yang berlainan, diorganisir dengan music dan tarian dan kadang-kadang juga

lawakan atau komedi yang menghubungkan antara satu penampilan music atau tarian lainnya.

2. The Music Dominant

Dapat terdiri dari seorang pelawak atau comedian yang menjadi central performer atau penampilan yang menjadi focus, dengan berbagai bintang tamu dan atau acting-acting standar kadang-kadang seorang penyanyi dihadirkan dicampurkan dengan short comedy atau lawakan pendek dengan kontribusi dari bintang tamu menciptakan apa yang menjadi essensi dari tarian, nyanyian atau pusat perhatian.

3. Personality

Biasanya seorang penyanyi yang menjadi central performernya. Misalnya :  
KD Show

4. MusicalComedy Approach

Pendekatan musical yang bersifat komedi. Misalnya : Team-Lo

5. Solo Performance

Performer yang tampil sendiri-sendiri yang menampilkan berbagai jenis tampilan.

### **2.1.8 Khalayak Televisi**

Khalayak merupakan konsep dalam ilmu komunikasi , artinya masyarakat manusia menjadi tujuan dari penyampaian isi pernyataan. Sedangkan proses komunikasi kepada manusia lebih mudah jika dibandingkan kepada khalayak. Hal ini sangat beralasan, sebab manusia tertentu mungkin sudah kita kenal yang terdiri dari satu atau beberapa orang. Khalayak itu sendiri dalam konteks komunikasi

memiliki pengertian, suatu proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada public secara luas dan pada sisi lain merupakan proses dimana pesan tersebut dicari, digunakan, dan dikonsumsi oleh audience itu sendiri (Sendjaja, 2002: 51).

Terdapat beberapa kerumitan untuk membedakan beberapa kadar keikutsertaan dan keterlibatan khalayak.

- 1) Khalayak pertama dan terbesar adalah populasi yang tersedia untuk menerima tawaran komunikasi tertentu. Dengan demikian semua yang memiliki pesawat televisi adalah audiens televisi dalam artian tertentu.
- 2) Khalayak kedua merupakan khalayak yang menerima hal – hal yang ditawarkan dengan kadar yang berbeda – beda seperti pemirsa, televisi regular, pembeli surat kabar dan sebagainya.
- 3) Khalayak ketiga adalah khalayak yang mencatat penerimaan isi pesan masih dalam bagian lebih kecil yang mengedepankan pesan yang ditawarkan ( Dennis McQuail, 2003).

Bagi khalayak yang diperhatikan hanyalah siaran. Khalayak tidak mau tahu liku – liku penyelenggaraan siaran. Bagi khalayak, hanya ada satu sikap yaitu “ siaran harus baik ” dan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka tentang informasi dan hiburan.



### **2.1.9 Pengertian Persepsi**

Persepsi merupakan akar dari pendapat yang dikemukakan oleh seseorang, di mana persepsi seseorang bisa saja berbeda satu dengan yang lainnya berdasarkan tingkat pengetahuan dan pengertian seseorang mengenai sesuatu hal. Ketika muncul sebuah pendapat yang dikemukakan oleh seseorang, maka pasti ada persepsi yang mendahuluinya.

Persepsi adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Rakhmat, 2004:51). Deddy Mulyana (2002:167) mengatakan bahwa persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita. Persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi yang identik dengan penyandian-balik (decoding) dalam proses komunikasi. Brian Fellow mengatakan bahwa persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisme menerima dan menganalisis informasi (Mulyana, 2002:168).

Persepsi yang timbul dari sebuah tayangan terlebih dahulu akan melalui berbagai macam indikator. Sedangkan persepsi itu sendiri didefinisikan sebagai proses internal yang kita lakukan untuk memilih, mengevaluasikan dan mengasumsikan rangsangan dari lingkungan eksternal.

Peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan yang kemudian dikenal dengan persepsi. Persepsi kita sering tidak cermat. Salah satu penyebabnya adalah asumsi atau

pengharapan kita. Kita mempersepsikan sesuatu atau seseorang sesuai dengan pengharapan kita (Rakhmat, 2004: 51).

Beberapa bentuk kekeliruan dan kegagalan persepsi tersebut adalah Kesalahan Atribusi proses internal dalam diri kita untuk memahami penyebab perilaku orang lain. Dalam usaha mengetahui orang lain, kita menggunakan beberapa sumber informasi. Misalkan, kita mengamati penampilan fisik mereka, karena faktor – faktor seperti usia, gaya pakaian, dan daya tarik dapat memberikan isyarat mengenai sifat – sifat utama mereka. Salah satu sumber kesalahan atribusi lainnya adalah pesan yang dipersepsikan tidak utuh atau tidak lengkap, sehingga kita berusaha menafsirkan pesan tersebut dengan menafsirkan sendiri kekurangannya, atau “mengisi” kesenjangan dan mempersepsikan rangsangan Atau pola yang tidak lengkap itu sebagai lengkap. Maka dapat disimpulkan bahwa kurangnya informasi dapat menimbulkan persepsi yang salah dan kelengkapan informasi akan membantu penerima informasi untuk memiliki persepsi yang lebih cermat (Mulyana: 2004: 211).

#### **2.1.10 Proses Terjadinya Persepsi**

Menurut Mulyana (2004: 167), proses persepsi terjadi dua tahap yaitu *tahap Atensi* dan *tahap Interpretasi*: Tahap Atensi adalah tahap dimana kita memperhatikan stimuli ( tahap penyaringan perhatian ) yang didahului oleh tereksposnya seseorang pada rangsangan tertentu. Oleh karena proses ini terjadi dalam alam sadar, maka sebelumnya ia harus menyadari adanya rangsangan itu melalui mekanisme panca indera.

Atensi atau perhatian berarti sebelum manusia merespons atau menafsirkan objek atau kejadian atau rangsangan apapun, manusia atau kita terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Jadi persepsi mensyaratkan kehadiran suatu objek untuk dipersepsi, termasuk orang lain atau diri sendiri Mulyana (2004:167). Dalam banyak kasus, rangsangan yang menarik perhatian, cenderung dianggap lebih penting daripada yang tidak menarik perhatian. Rangsangan seperti ini biasanya menjadi penyebab kejadian - kejadian berikutnya. Itulah sebabnya orang yang paling kita perhatikan cenderung dianggap orang yang paling berpengaruh. Dengan perkataan lain, kita akan memperhatikan apa yang kita anggap bermakna bagi kita, dan kita tidak akan memperhatikan apa yang tidak bermakna bagi kita.

Faktor-faktor yang terdapat di dalam tahap perhatian yaitu :

Faktor eksternal penarik perhatian faktor situasional terkadang disebut sebagai determinan perhatian yang bersifat eksternal atau penarik perhatian (*attention getter*). Stimuli diperhatikan karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol, antara lain :

1. Gerakan. Seperti organisme yang lain, manusia secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak.
2. Intenitas stimuli. Kita akan memperhatikan stimuli yang lebih menonjol dari stimuli yang lain.
3. Kebaruan (Novelty). Hal-hal yang baru, yang luar biasa, yang berbeda, akan menarik perhatian.

4. Perulangan. Hal-hal yang disajikan berkali kali, yang disertai dengan sedikit variasi, akan menarik perhatian (Rakhmat, 2004: 52).

Faktor-faktor fungsional yang menentukan persepsi. Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal yang lain yang termasuk apa yang disebut sebagai faktor-faktor personal. Yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberikan respons pada stimuli itu.

Faktor-faktor struktural yang menentukan persepsi. Faktor-faktor structural berasal semata-mata dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu.

Interpretasi adalah tahap terpenting dari persepsi, yaitu menafsirkan atau memberi makna atau informasi yang sampai kepada kita melalui panca indera. Berikut tahap-tahap proses terjadinya persepsi :



Menurut Rakhmat (2004: 51), persepsi ditentukan oleh beberapa faktor yang berasal dari stimulus, yaitu:

#### 1. Perhatian

Proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Sedangkan atensi yang dipengaruhi oleh factor eksternal, yakni atribut-atribut objek yang dipersepsi seperti gerakan, kontras kebaruan, perulangan objek yang dipersepsi.

#### 2. Penafsiran

Penafsiran merupakan proses dimana penerima memberi arti terhadap pesan-pesan yang diterimanya, mengorganisasikan stimuli dengan konteksnya, dan mengisinya dengan interpretasi yang konsisten dengan rangkaian stimuli yang dipersepsi.

#### 3. Pengetahuan

Pengetahuan terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsikan khalayak. Kognitif terjadi pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya.

Persepsi sosial atau persepsi orang terhadap orang lain adalah proses menangkap arti objek – objek sosial dan kejadian – kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Oleh karena manusia mempunyai aspek emosi, maka persepsi atau penilaian kita terhadap orang akan mengancung resiko. Persepsi saya terhadap Anda mempengaruhi persepsi Anda terhadap saya,

dan pada gilirannya persepsi Anda terhadap saya juga akan mempengaruhi persepsi saya terhadap anda. Dan begitu seterusnya (Mulyana, 2004: 176).

Menurut Mulyana dan Rakhmat (1989) dalam bukunya komunikasi antar budaya, Setiap orang memiliki gambaran yang berbeda mengenai realitas di sekelilingnya. Karena setiap orang mempunyai persepsi yang berbeda terhadap lingkungan sosialnya. Kegiatan atau upaya komunikasi dilakukan pihak sumber tentunya juga diharapkan menimbulkan suatu akibat atau hasil pada diri penerima yang sesuai dengan keinginan pihak sumber. Persepsi yang timbul setelah menonton suatu tayangan dipengaruhi oleh berbagai macam indikator. Terdapat banyak indikator yang menjelaskan tentang hal – hal yang dapat dijadikan sebagai indikator dari akibat atau hasil yang terjadi pada pihak penerima. Model yang paling populer untuk menjelaskan indikator – indikator yang mempengaruhi akibat atau hasil komunikasi adalah model AIDA (*Attention, Interest, Desire, dan Action*). Model AIDA memberikan gambaran bahwa dampak atau hasil komunikasi yang terjadi pada seseorang setelah menerima suatu pesan akan menyangkut empat hal, yakni: Perhatian (*attention*), Minat (*interest*), Keinginan (*desire*), dan tingkah laku (*action*). Hal ini mengasumsikan bahwa tindakan yang diambil pada dasarnya didorong oleh adanya perhatian, minat, dan keinginan.

## 2.2 Kerangka Teori

Model S-R yang mengasumsikan bahwa kata-kata (lisan – tulisan), isyarat-isyarat non verbal, gambar-gambar, dan tindakan-tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respons dengan cara tertentu. Proses ini sebagai pertukaran atau pemindahan informasi atau gagasan. Proses ini dapat bersifat timbal-balik dan mempunyai banyak efek. Setiap efek dapat mengubah tindakan komunikasi (*communication act*) berikutnya (Mulyana, 2005: 133).

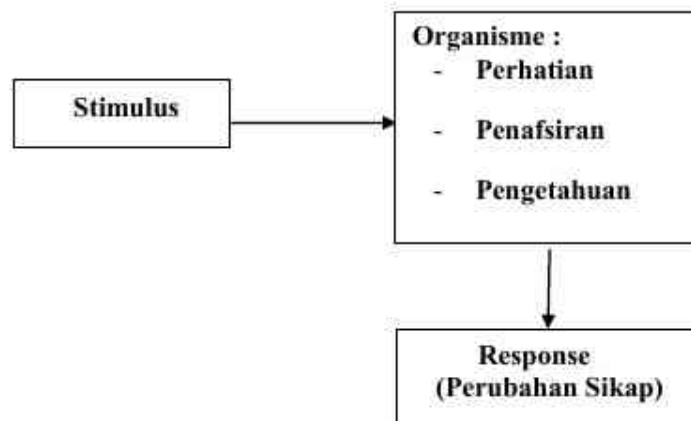
Tak jauh berbeda dengan Teori S-R , Teori S-O-R sebagai singkatan Stimulus – Organisme – Respons ini semula berasal dari psikologi. Jika kemudian menjadi teori komunikasi tidak mengherankan, karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia juga jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, prilaku, perhatian, penafsiran dan pengetahuan (Effendy, 2003: 254).

Menurut stimulus respons ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah :

- a. Pesan (stimulus, S)
- b. Komunikan (Organism, O)
- c. Efek (Response, R)

## Bagan 2.2

### Teori Persepsi S-O-R



Gambar di atas menunjukkan bahwa perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu.

Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan.

Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolah dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.



### 2.3 Kerangka Pemikiran

Mengacu pada model psikologi Stimulus - Organism – Response (S-O-R) yang menggambarkan hubungan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan, peneliti menggambarkan kerangka pemikiran sesuai dengan penelitian yang dilakukan pada pemirsa Live Gebyar BCA di INDOSIAR terhadap tayangan Gebyar BCA pada tanggal 30 Januari 2010.

Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Artinya model ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Pola S-O-R ini dapat berlangsung secara positif atau negatif. Dikaitkan dengan penelitian yang dilakukan pada tayangan Gebyar BCA di INDOSIAR, pemirsa Live tayangan tersebut dapat merespon secara positif atau negatif sesuai dengan persepsi pemirsa saat menyaksikan tayangan Gebyar BCA secara langsung.

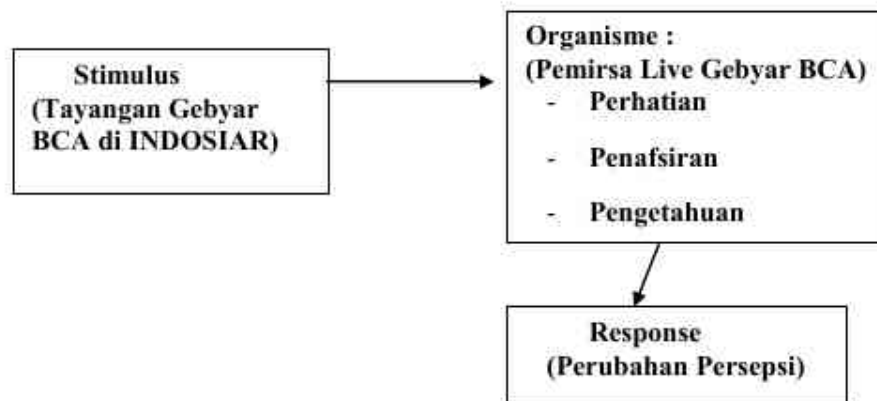
Gebyar BCA merupakan salah satu tayangan *variety show* yang paling lama eksistensinya di dunia hiburan. Keberadaanya dapat mempengaruhi persepsi pemirsa. Ia menjadi kekuatan dalam menstimulus pemirsa agar terus menyaksikan tayangan yang sudah berdiri 12 tahun lamanya.

Kontribusi Teori S-O-R begitu terlihat dalam iklan tayangan Gebyar BCA. jika teori S-O-R dihubungkan dengan keinginan pemirsa *Live* untuk tetap menyaksikan Gebyar BCA, maka kekuatan rangsangan tayangan Gebyar BCA

begitu kental dalam memantulkan respon yang sebanding. Dengan sendirinya penguatan ini harus dapat dimengerti, dan diterima sebagai hal yang mempunyai efek langsung terhadap persepsi pemirsa *live* Gebyar BCA. Untuk tercapainya ini perlu cara penyampaian yang efektif dan efisien.

**Bagan 2.3**

**Penerapan Teori Persepsi S-O-R**



Persepsi pada bagan di atas ditujukan kepada penonton live Gebyar BCA dalam tahap Perhatian, Penafsiran, dan pengetahuan mereka terhadap Tayangan Gebyar BCA di Indosiar. Sebagai lingkungan eksternal mereka, yang merupakan ukuran bagi operasionalisasi konsep tentang persepsi.

Persepsi yang dimaksud pada penelitian ini adalah pandangan penonton Live Gebyar BCA di Indosiar dalam tahap perhatian, penafsiran dan pengetahuan. Pada operasional konsep, indikator yang digunakan untuk persepsi : Perhatian, Penafsiran dan Pengetahuan tentang sebuah isi program tayangan Gebyar BCA.

## 2.4 Definisi Operasionalisasi

Kuesioner disusun berdasarkan tabel operasionalisasi konsep berikut:

**Tabel 2.1**

### **Definisi Operasional**

<b>Varibel</b>	<b>Subvariabel</b>	<b>Unsur</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Persepsi	Perhatian (Atensi)	MC	1. Memperhatikan MC yang membawakan acara Gebyar BCA	Likert
		Musik	2. Memperhatikan musik yang dibawakan oleh band atau penyanyi pada saat live	Likert
		Cerita	3. Memperhatikan setiap alur cerita lawak(komedi) pada saat live di acara Gebyar BCA	Likert
		Lawak	4. Memperhatikan pelawaknya saat tampil Live di acara Gebyar BCA	Likert
		Logo	5. Apakah anda memperhatikan Logo BCA	Likert

		Pengundian Tahapan BCA	6. Memperhatikan pengundian tahapan BCA	Likert
			7. Memperhatikan informasi produk BCA yang ditampilkan secara VT (Video Tape) pada saat Live	Likert
			8. Memperhatikan pemenang pengundian Tahapan BCA	Likert
	Penafsiran (Interpretasi)	MC	9. Penafsiran terhadap pembawa acara (MC) Gebyar BCA	Likert
		Musik	10. Penafsiran terhadap music yang dibawakan oleh band atau penyanyi pada saat live	Likert
		Cerita	11. Penafsiran mengenai alur cerita lawak (komedi) pada saat live di acara Gebyar BCA.	Likert

		Lawak	12. Penafsiran terhadap pelawaknya saat tampil Live di acara Gebyar BCA	Likert
		Pengundian Tahapan BCA	13. Penafsiran terhadap logo BCA yang ditampilkan secara visualisasi	Likert
			14. Penafsiran terhadap pengundian tahapan BCA	Likert
			15. Penafsiran mengenai informasi produk BCA yang ditampilkan secara VT pada saat Live	Likert
			16. Penafsiran terhadap pemenang pengundian Tahapan BCA	Likert
	Pengetahuan (kognitif)	MC	17. Pengetahuan terhadap pembawa acara (MC) Gebyar BCA	Likert

		Musik	18. Pengetahuan terhadap musik yang dibawakan oleh band atau penyanyi pada saat live	Likert
		Cerita	19. Pengetahuan mengenai alur cerita lawak (komedi) pada saat live di acara Gebyar BCA	Likert
		Lawak	20. Pengetahuan terhadap pelawaknya saat tampil Live di acara Gebyar BCA	Likert
		Pengundian Tahapan BCA	21. Pengetahuan terhadap logo BCA yang ditampilkan secara visualisasi	Likert
			22. Pengetahuan terhadap pengundian tahapan BCA	Likert
			23. Pengetahuan terhadap informasi produk BCA yang ditampilkan secara VT (Video Tape) pada saat Live	Likert

			24. Pengetahuan terhadap pemenang pengundian Tahapan BCA	Likert
--	--	--	--	--------

Peneliti akan membuat pertanyaan seperti yang terdapat di dalam indikator dari program tayangan Gebyar BCA di Indosiar, untuk mengetahui persepsi penonton Live Gebyar BCA terhadap program tayangan Variety Show Gebyar BCA. Kategori yang dikumpulkamn akan dikur dengan menggunakan skala jumlahan, yang paling umum adalah skala likert, yaitu setiap jawaban diberi nilai bilangan.

Variabel serta dimensi dan indikator-indikatornya, disusun kuesioner untuk menggali informasi lebih lanjut dari variabel dengan menggunakan skala *likert*. Skala likert adalah instrument yang umumnya digunakan untuk meminta responden untuk memberikan respon terhadap beberapa statement dengan menunjukkan apakah dia sangat setuju, setuju, tidak menentukan, tidak setuju, sangat tidak setuju terhadap tiap-tiap statement. Dalam kuesioner tersebut terdapat pertanyaan yang memiliki lima opsi jawaban dan untuk keperluan analisis peneliti melakukan skoring dan kemudian untuk mengukur skor tertinggi sampai terendah dapat dihitung dengan cara pilihan jawaban yang mendekati:

- Sangat Setuju (SS)
- Setuju (S)
- Ragu-Ragu (RR)
- Tidak Setuju (TS)
- Sangat Tidak Setuju (STS)

**Tabel 2.2**

**Skala Likert**

Bobot	Penilaian
5	A. Sangat Setuju
4	B. Setuju
3	C. Ragu-Ragu
2	D. Tidak Setuju
1	E. Sangat Tidak Setuju



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat (Bungin 2005 : 36) . Sedangkan Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian deskriptif tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi (Rakhmat, 2005: 24). Penelitian deskriptif bertujuan untuk :

1. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada
2. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek yang berlaku.
3. Membuat perbandingan atau evaluasi.
4. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

Sementara metode yang digunakan adalah metode survey. Metode survey merupakan proses pengambilan sampel dari suatu populasi serta digunakannya kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun 1989:3).

Alasan menggunakan metode survey yaitu alasan pertama untuk kelengkapan data. Metode survey adalah metode kuantitatif. Namun, biasanya, survey yang dilakukan cenderung lebih sederhana dengan alat analisis statistik yang sederhana pula (statistik deskriptif) karena sifatnya hanya sebagai pelengkap data atau informasi. Dengan adanya informasi atau data tambahan dari hasil survey ini, maka informasi yang terjaring menjadi lebih kaya dan lengkap. Sehingga, deskripsi detil hasil akhir penelitian pun benar-benar komprehensif dan memberikan kesimpulan yang meyakinkan. Sedangkan alasan kedua, karena kebutuhan penelitian. Setelah data terkumpul, kemudian diolah, peneliti merasa kurang puas dengan hasil penelitiannya, sehingga dia membutuhkan penelitian lanjutan agar lebih komprehensif.

Dengan metode ini penulis mencoba untuk mendeskripsikan persepsi pada penonton Live Gebyar BCA dalam menyaksikan tayangan Gebyar BCA Di Indosiar tanggal 30 Januari 2010.

## **3.2 Populasi dan Sampel**

### **3.2.1 Populasi**

Populasi merupakan suatu cara pengumpulan data yang sifatnya menyeluruh, artinya mencakup seluruh objek penelitian. Sudjana (1992: 179) mengemukakan bahwa populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, hasil menghitung ataupun pengukuran kuantitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang dipelajari sifat-sifatnya dinamakan populasi.

Populasi dalam penelitian ini yang dipilih oleh penulis adalah penonton live Gebyar BCA yang terdiri dari nasabah BCA , karyawan Gebyar BCA dan vendor BCA seperti karyawan Indomart dan Pertamina yang menjadi penonton tetap tayangan Gebyar BCA. Jumlah penonton Gebyar BCA yang telah diketahui berjumlah sekitar 600 penonton setiap episodenya. Yang diambil oleh penulis untuk penelitian yaitu penonton yang berusia diatas 25 tahun, berasal dari kalangan ekonomi golongan A dan B. Dan angka 25+ dipilih karena mereka yang berusia diatas 25 tahun dianggap sudah memiliki pendapatan sendiri serta sudah mengerti mengenai istilah-istilah perbankan.

### **3.2.2 Sampel**

Arikunto (1998) dalam Riduwan (2004;56), sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagian sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah penonton (20 tahun keatas) sebagai responden penelitian khususnya mereka yang menyaksikan program acara Gebyar BCA di Indosiar secara Live.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini didasarkan pada pendapat Suharsimi Arikunto :

Apabila subyeknya kurang dari 100 orang, maka lebih baik diambil semua, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subyeknya besar, dapat diambil antara 10% hingga 15% atau 20%, 30%, hingga 40% atau lebih tergantung setidak-tidaknya dari :

1. Kemampuan peneliti, dari waktu, tenaga, dan dana
2. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subyek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data
3. Besar kecilnya resiko yang ditanggung peneliti. Penelitian yang risikonya besar, tentu saja jika sampelnya besar akan lebih baik.

Melalui pendapat tersebut, peneliti mengambil sampel sebesar 15% dari jumlah populasi, sehingga :  $600 \times 15\% = 90$  orang.

### **3.3 Teknik Sampling**

Teknik penarikan sampling yang dipakai dalam penelitian ini yaitu, sampling purposive (*purposive sampling*), yaitu memilih orang-orang tertentu, karena dianggap mewakili, berdasarkan penilaian tertentu, mewakili statistik dan tingkat signifikansi. Kemudian jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini dihitung dengan cara, jumlah populasi penonton live Gebyar BCA berjumlah 600 jiwa.

Dari jumlah 600 jiwa itu, yang diambil sampel sejumlah 90 orang yang dianggap mewakili penelitian. Oleh karena itu yang berhak menjadi sampel hanya orang-orang tertentu saja, yaitu penonton Live Gebyar BCA, maka mereka berhak menjadi sampel penelitian.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah :

#### **3.4.1 Data Primer**

Cara pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner yaitu pertanyaan yang disusun secara tertulis, biasanya merupakan daftar pertanyaan guna memperoleh data berupa jawaban – jawaban dari responden.

#### **3.4.2 Data Sekunder**

- Wawancara adalah dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan *Variety Show Gebyar BCA* kepada orang yang terlibat langsung dalam memproduksi tayangan *Variety Show* tersebut.
- Pengumpulan data dilakukan dengan membaca buku – buku literatur ( Perpustakaan ), surat kabar, majalah, internet dan artikel – artikel yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas, digunakan untuk melengkapi data – data yang sudah ada.

### **3.5 Tahapan Analisa Data**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Setelah data yang dibutuhkan telah terkumpul, pengolahan data menggunakan statistika deskriptif. Kemudian data diolah melalui tahap-tahap berikut:

- a. Data diolah dari jawaban responden yang telah masuk setelah kuisioner dibagikan dengan cara manual, yaitu dengan menghitung jumlah jawaban untuk setiap pertanyaan yang diajukan.
- b. Dari jawaban para responden kemudian data dianalisa kedalam tabel frekuensi data.

Peneliti akan membuat pertanyaan seperti yang terdapat di dalam indikator dari program tayangan Gebyar BCA di Indosiar, untuk mengetahui persepsi penonton Live Gebyar BCA terhadap program tayangan Variety Show Gebyar BCA. Kategori yang dikumpulkan akan diukur dengan menggunakan skala jumlahan, yang paling umum adalah skala likert, yaitu setiap jawaban diberi nilai bilangan.

**Tabel 3.1**  
**Bobot Penilaian**

Bobot	Penilaian
5	A. Sangat setuju
4	B. Setuju
3	C. Kurang setuju
2	D. Tidak setuju
1	E. Sangat tidak setuju

Rumus :

$$I = \frac{\text{Jarak Pengukuran (R)}}{\text{Jumlah Interval}}$$

Jumlah Internal

Keterangan :

$i$  = Interval

$R$  = Nilai Tertinggi (NT)-Nilai Terendah (NR)

$NT$  = 24 pertanyaan x Jawaban skor tertinggi adalah 5

$$= 24 \times 5 = 120$$

$NR$  = 24 x Jawaban skor terendah adalah 1

$$= 24 \times 1 = 24$$

Jumlah Interval = 5

$$i = \frac{120-24}{5}$$

$$= \frac{96}{5}$$

$$= 19.2$$

Pembulatan Jumlah = 19

**Tabel 3.2**

**Tabel Persepsi**

Interval	Penilaian
104 - 120	Positif tinggi
84 - 103	Positif
64 - 83	Netral
44 - 63	Negatif
24 - 43	Negatif tinggi

Semua kategori yang berhasil dikumpulkan kemudian dikomputasi untuk mendapatkan satu kesatuan, tentang persepsi yang meliputi persepsi positif, persepsi netral, persepsi negative.

Pada dimensi perhatian, penafsiran, dan pengetahuan terdapat 24 pertanyaan, setiap jawaban dalam pertanyaan diberi nilai, A nilainya 5, B nilainya 4, C nilainya 3, D nilainya 2 dan E nilainya 1.

Apabila jawaban dapat skor 4 dan 5 berarti akumulasinya 81 - 120 point, dari tingkat perhatian, penafsiran, dan pengetahuan responden terhadap tayangan Gebyar BCA di Indosiar persepsinya positif.

Apabila jawaban dapat skor 3 berarti akumulasinya 61 – 80 point, dari tingkat perhatian, penafsiran, dan pengetahuan responden terhadap tayangan Gebyar BCA di Indosiar Persepsinya netral.

Apabila jawaban dapat skor 1 dan 2 berarti akumulasinya 21 – 60 point, dari tingkat perhatian, penafsiran, dan pengetahuan responden terhadap tayangan Gebyar BCA di Indosiar Persepsinya negatif.



## **BAB IV**

### **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum PT Indosiar Visual Mandiri (INDOSIAR)**

PT. Indosiar Visual Mandiri (“Perseroan”) adalah salah satu dari sederetan televisi swasta nasional di Indonesia yang terbilang sukses menjadi stasiun televisi terkemuka dengan tayangan berkualitas yang bersumber pada in-house production, kreativitas dan sumber daya manusia yang handal. Didirikan pada tahun 1991. Terletak di *channel* 41 UHF.

PT. Indosiar Visual Mandiri mulai beroperasi (*On Air*) sejak 11 Januari 1995, atau merupakan stasiun TV swasta ke-5 yang didirikan di Indonesia setelah RCTI, SCTV, TPI dan ANTV. PT. Indosiar Visual Mandiri, memposisikan usahanya sebagai penyedia jasa penyiaran televisi swasta nasional. Sejauh ini, komposisi tayangannya tetap didominasi program hiburan, baik drama maupun non dram, dengan persentase 60%:40% antara hiburan dan pendidikan atau pemberitaan. (*Sumber : Eksekutif Produser News Department*). Kehadiran Perseroan telah memberikan pencerahan bagi industri pertelevisian Indonesia lewat serangkaian terobosan dan inovasi baru yang mengutamakan kepuasan *stakeholders* serta kepedulian terhadap lingkungan sekitar. Tidak heran jika dalam kurun waktu 5 tahun kemudian, Perseroan mampu mensejajarkan diri bahkan memimpin dalam perolehan rating dan share pemirsa.

Maksud dan tujuannya didirikan PT. Indosiar Visual Mandiri, adalah menjalankan usaha dalam bidang jasa media komunikasi, dalam bentuk informasi, pendidikan, hiburan dan usaha periklanan serta turut mencerdaskan bangsa. Namun, sejak awal berdirinya, Indosiar lebih berkonsentrasi sebagai sebuah TV hiburan (*entertain*), kendati tetap tidak menegaskan perannya sebagai TV yang memiliki fungsi di bidang pendidikan (*edukasi*) dan informasi.

Konsep TV *entertain*, membuat Indosiar banyak memproduksi program secara mandiri yang dilakukan oleh karyawan (*in-house*). Selain factor menciptakan kebanggaan (*proudly*) dalam diri karyawan Karena hasil karyanya ditayangkan di televisi, pembuatan program *in-house* ini juga memicu Indosiar untuk banyak merekrut pekerja, sekaligus memenuhi konsep sosial sebuah perusahaan, yakni menciptakan lapangan kerja untuk banyak orang. Banyaknya pembuatan program secara *in-house*, menjadikan jumlah karyawan Indosiar jauh lebih banyak dibandingkan stasiun televisi lain, karena banyak program *in-house* membuat Indosiar selain padat teknologi, juga padat karya. Untuk memenuhi semua itu, Indosiar memiliki 5 studio di kawasan Daan Mogot, yang keseluruhannya dilengkapi dengan peralatan yang canggih dan lengkap.

Indosiar resmi melakukan siaran pertama kali pada 11 Januari 1995. Awalnya dengan 9 stasiun transmisi dan saat ini, memiliki 23 transmisi di seluruh Indonesia. Biaya pembangunan satu stasiun transmisi adalah berkisar 9-14 milyar rupiah, tergantung pada lokasi dan harga tanah, sementara untuk biaya perangkat teknik terhitung tak brubah, karena sejak awal Indosiar sudah menggunakan alat yang dapat memancarkan secara digital. Cakupan Indosiar dengan 23 transmisi

adalah sekitar 130-an kota di Indonesia. Sementara lokasi transmisi antara lain Medan, Padang, Palembang, Jakarta, Cimahi, Banjarnegara, Gunung Kidul, Semarang, Tawangmangu, Blitar, Surabaya, Jember, Banjarsin, Puntianak, Manado, Makassar, Pacitan, Bangka dan lain-lain.

#### **4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan**

##### **a. Visi Indosiar**

“Menjadi stasiun televisi terkemuka dengan tayangan berkualitas dan bersumber pada *In-house Production*, kreativitas dan sumber daya manusia yang handal”.

##### **b. Misi Indosiar**

“Memberikan yang terbaik bagi masyarakat Indonesia, maka misi yang diemban Indosiar adalah terwujud pada kata “FISH””, yang merupakan singkatan dari kata-kata berikut :

###### **1. *Futuristic***

Dilambangkan dengan ikan terbang berenang sangat cepat “Berorientasi maju dengan terobosan baru”, dalam arti Indosiar selalu berorientasi ke depan dengan menggunakan teknologi baru. Ini telah menjadi tradisi bagi Indosiar agar selalu berorientasi ke masa depan dan menjadi yang terdepan dalam persaingan yang ada sekarang.

###### **2. *Innovative***

Dilambangkan dengan ikan terbang yang mampu terbang setinggi-tingginya. “Menjadi *trendsetter* (pelopor) dengan ide orisinal”. Dalam

arti, Indosiar selalu mempunyai ide-ide baru dan orisinal dalam setiap program yang disuguhkan, sehingga dapat menyajikan program-program baru yang dikehendaki masyarakat dan kini banyak program yang telah dihasilkan dan telah menjadi acuan bagi stasiun televisi lain, sehingga tidak heran apabila Indosiar selalu menjadi *trendsetter* (pelopor) bagi televisi lainnya.

### 3. *Satisfactory*

Dilambangkan dengan sisik ikan terbang untuk mempermudah berenang di dalam air. "Mengutamakan kepuasan *stakeholders*". Dalam arti, Indosiar berusaha memberikan perhatian pada kualitas acara, ditambah dengan memperluas jangkauan siarannya dengan fasilitas NICAM, sehingga Indosiar dapat memberikan kenyamanan yang lebih, untuk para pemirsanya.

### 4. *Humanity*

Dilambangkan dengan ikan yang tidak akan tenggelam karena memiliki kantung udara di tubuhnya. "Peduli terhadap lingkungan sekitar". Dalam arti, Indosiar selalu berusaha untuk peka terhadap lingkungan sekitar, baik itu lewat program acara yang dibuat seperti Peduli Kasih, atau acara sosial yang lain maupun menerima 41 orang karyawan penyandang cacat dalam perusahaan yang bekerja di bidang keahliannya masing-masing.

#### **4.1.2 Gambaran Acara Gebyar BCA**

Gebyar BCA adalah program televisi yang bersifat edutainment dan dikemas dalam bentuk variety show, disiarkan langsung dari stasiun televisi Indosiar setiap hari Sabtu, pukul 21:00 - 22:00 WIB.

Melalui program Gebyar BCA, BCA menjalin komunikasi dengan masyarakat Indonesia baik yang sudah menjadi nasabah maupun yang belum. Sebagai kegiatan public relations yang bersifat edutainment, Gebyar BCA menayangkan berbagai informasi mengenai produk-produk dan fasilitas perbankan terbaru, dan bagaimana cara memanfaatkannya, untuk diketahui masyarakat luas.

Acara Gebyar BCA dikemas secara apik dan menarik, dengan menghadirkan bintang-bintang dunia hiburan dari dalam atau luar negeri, dan diselingi komedi juga kuis interaktif berhadiah jutaan rupiah. Gebyar BCA merupakan acara variety show yang pertama yang disponsori secara eksklusif oleh bank dan salah satu acara variety show yang bertahan paling lama.

Sebagai sebuah program televisi, Gebyar BCA juga telah mendapatkan berbagai penghargaan seperti The Highly Recommended Variety Show dari Asian Television Award pada 1997 dan Nominated Favourite Variety Show dari Panasonic Award pada tahun 2003. Dan kelanggengan acara Gebyar BCA telah menarik perhatian Museum Rekor Indonesia (MURI), untuk menobatkannya sebagai acara televisi terlama yang disponsori oleh suatu perusahaan (semenjak 28 Juni 1997 sampai sekarang).

## 4.2 Hasil Penelitian

Identitas responden mengemukakan latar belakang responden yang meliputi 3 karakteristik, yaitu : usia, jenis kelamin, dan pekerjaan.

### 4.2.1 Identitas Responden

Identitas responden mengemukakan latar belakang responden yang meliputi 3 karakteristik, yaitu : usia, jenis kelamin, dan pekerjaan.

**Tabel 4.1**

#### Usia Responden

NO.	Usia Responden	F	%
1.	20 – 25 tahun	51	56,67%
2.	26 tahun ke atas	39	43,33%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden penonton live Gebyar BCA berusia 20 – 25 tahun dengan presentase 56,67%, sedangkan penonton yang berusia 26 tahun ke atas hanya 43,33% dari seluruh responden.

**Tabel 4.2**

#### Jenis Kelamin

NO.	Jenis	F	%
1.	Laki-laki	46	48,89%
2.	Perempuan	44	51,11%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden pada table 4.2.2, diperoleh hasil yang berbeda antara responden laki-laki dan perempuan, untuk responden laki-laki berjumlah 46 orang dengan persentase 48,89% dan untuk responden perempuan berjumlah 44 orang dengan persentase 51,11%.

**Tabel 4. 3**

**Pekerjaan**

<b>NO.</b>	<b>Pekerjaan</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
1.	Pengusaha	15	16,67%
2.	Karyawan	55	61,11%
3.	Wiraswasta	20	22,22%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden pada table 4.2.3, diperoleh hasil yang berbeda antara pekerjaan responden sebagai pengusaha, karyawan dan wiraswasta. Untuk jenis pekerjaan responden sebagai pengusaha berjumlah 15 orang dengan persentase 16,67%, pekerjaan responden sebagai karyawan berjumlah 55 orang dengan persentase 61,11% sedangkan untuk pekerjaan responden sebagai wiraswasta berjumlah 20 orang dengan persentase 22,22%.

#### **4.3 Persepsi Penonton Live Gebyar BCA di Indosiar.**

Persepsi Penonton Live Gebyar BCA di Indosiar. Pada penelitian ini terbagi dalam tiga dimensi, dimensi tersebut adalah: perhatian, penafsiran dan pengetahuan. Pertama yang akan peneliti uraikan mengenai persepsi penonton live Gebyar BCA di Indosiar dalam dimensi perhatian, yang pertanyaannya meliputi perhatian penonton tentang MC yang membawakan acara Gebyar BCA, perhatian penonton terhadap music yang dibawakan oleh band atau penyanyi pada saat live, perhatian penonton terhadap setiap alur cerita lawak (komedi) pada saat live, perhatian penonton tentang pelawaknya saat tampil Live, perhatian penonton terhadap Logo BCA, perhatian penonton tentang pengundian tahapan BCA, perhatian penonton tentang informasi produk BCA yang ditampilkan secara VT(Video Tape) pada saat Live, perhatian penonton tentang pemenang pengundian Tahapan BCA. Berikut ini akan penulis uraikan hasil penelitian dengan hasil sebagai berikut:



#### 4.3.1 Perhatian Terhadap MC yang Membawakan Acara Gebyar BCA

Tabel 4.4

##### MC yang Membawakan Acara Gebyar BCA

No.	Tingkat Perhatian	F	%
1.	Sangat memperhatikan	35	38,88%
2.	Memperhatikan	41	45,55%
3.	Kurang memperhatikan	6	6,66%
4.	Tidak memperhatikan	5	5,55%
5.	Sangat tidak memperhatikan	3	3,33%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden yang tertera pada tabel 4.3.1 mengenai perhatian terhadap MC yang membawakan acara Gebyar BCA, diperoleh sebanyak 35 responden atau 38,88% responden menjawab sangat memperhatikan, 41 responden atau 45,55% responden menjawab memperhatikan, 5 responden atau 6,66% responden menjawab kurang memperhatikan, 5 responden atau 5,55% responden menjawab tidak memperhatikan, dan 3 responden atau 3,33% menjawab sangat tidak memperhatikan.

**4.3.2 Perhatian Terhadap Musik yang Dibawakan Oleh Band atau Penyanyi Pada Saat Live**

**Tabel 4.5**

**Musik yang Dibawakan Oleh Band atau Penyanyi Pada Saat Live**

No.	Tingkat Perhatian	F	%
1.	Sangat memperhatikan	40	44,44%
2.	Memperhatikan	33	36,66%
3.	Kurang memperhatikan	9	10%
4.	Tidak memperhatikan	5	5,55%
5.	Sangat tidak memperhatikan	3	3,33%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden yang tertera pada tabel 4.3.2 mengenai perhatian terhadap Musik yang dibawakan oleh band atau penyanyi pada saat live, diperoleh sebanyak 40 responden atau 44,44% responden menjawab sangat memperhatikan, 33 responden atau 36,66% responden menjawab memperhatikan, 9 responden atau 10% menjawab kurang memperhatikan, 5 responden atau 5,55% menjawab tidak memperhatikan dan 3 responden atau 3,33% responden menjawab sangat tidak memperhatikan.

**4.3.3 Perhatian Terhadap Setiap Alur Cerita Lawak (Komedi) Pada Saat Live**

**Tabel 4.6**

**Alur Cerita Lawak (Komedi) Pada Saat Live**

No.	Tingkat Perhatian	F	%
1.	Sangat memperhatikan	36	40%
2.	Memperhatikan	44	48,88%
3.	Kurang memperhatikan	7	7,77%
4.	Tidak memperhatikan	3	3,33%
5.	Sangat tidak memperhatikan	0	0%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden yang tertera pada table 4.3.3 mengenai perhatian terhadap setiap alur cerita lawak (komedi) pada saat live, diperoleh sebanyak 36 responden atau 40% responden menjawab sangat memperhatikan, 44 responden atau 48,88% responden menjawab memperhatikan, 7 responden atau 7,77% responden menjawab kurang memperhatikan, dan 3 responden atau 3,33% responden menjawab tidak memperhatikan.

#### 4.3.4 Perhatian Terhadap *Pelawak Saat Tampil Live*

**Tabel 4.7**

**Pelawak Saat Tampil Live**

<b>No.</b>	<b>Tingkat Perhatian</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
1.	Sangat memperhatikan	44	48,88%
2.	Memperhatikan	39	43,33%
3.	Kurang memperhatikan	6	6,66%
4.	Tidak memperhatikan	1	1,11%
5.	Sangat tidak memperhatikan	0	0%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden yang tertera pada table 4.3.4 mengenai perhatian terhadap pelawak saat tampil live, diperoleh sebanyak 44 responden atau 48,88% responden menjawab sangat memperhatikan, 39 responden atau 43,33% responden menjawab memperhatikan, 6 responden atau 6,67% responden menjawab kurang memperhatikan, dan 1 responden atau 1,11% responden menjawab tidak memperhatikan.

#### 4.3.5 Perhatian Terhadap Logo BCA

**Tabel 4.8**  
**Logo BCA**

No.	Tingkat Perhatian	F	%
1.	Sangat memperhatikan	38	42,22%
2.	Memperhatikan	46	51,11%
3.	Kurang memperhatikan	3	3,33%
4.	Tidak memperhatikan	1	1,11%
5.	Sangat tidak memperhatikan	2	2,22%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden yang tertera pada tabel 4.3.5 mengenai perhatian terhadap logo BCA, diperoleh sebanyak 38 responden atau 42,22% responden menjawab sangat memperhatikan, 46 responden atau 51,11% responden menjawab memperhatikan, 3 responden atau 3,33% responden menjawab kurang memperhatikan, dan 1 responden atau 1,11% responden menjawab tidak memperhatikan dan 2 responden atau 2,22% menjawab sangat tidak memperhatikan.

#### 4.3.6 Perhatian Terhadap *Pengundian Tahapan BCA*

**Tabel 4.9**

##### **Pengundian Tahapan BCA**

<b>No.</b>	<b>Tingkat Perhatian</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
1.	Sangat memperhatikan	43	47,77%
2.	Memperhatikan	40	44,44%
3.	Kurang memperhatikan	5	5,55%
4.	Tidak memperhatikan	1	1,11%
5.	Sangat tidak memperhatikan	1	1,11%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden yang tertera pada tabel 4.3.6 mengenai perhatian terhadap pengundian Tahapan BCA, diperoleh sebanyak 43 responden atau 47,77% responden menjawab sangat memperhatikan, 40 responden atau 44,44% responden menjawab memperhatikan, 5 responden atau 5,55% responden menjawab kurang memperhatikan, 1 responden atau 1,11% responden menjawab tidak memperhatikan, dan 1 responden atau 1,11% responden menjawab sangat tidak memperhatikan.

**4.3.7 Perhatian Terhadap Informasi Produk BCA yang Ditampilkan Secara VT(Video Tape) Pada Saat Live**

**Tabel 4.10**

**Informasi Produk BCA yang Ditampilkan Secara VT(Video Tape)**

No.	Tingkat Perhatian	F	%
1.	Sangat memperhatikan	33	36,66%
2.	Memperhatikan	51	56,66%
3.	Kurang memperhatikan	4	4,44%
4.	Tidak memperhatikan	1	1,11%
5.	Sangat tidak memperhatikan	1	1,11%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden yang tertera pada tabel 4.3.7 mengenai perhatian terhadap informasi produk BCA yang ditampilkan secara VT (video tape) pada saat live, diperoleh sebanyak 33 responden atau 36,66% responden menjawab sangat memperhatikan, 51 responden atau 56,66% responden menjawab memperhatikan, 4 responden atau 4,44% responden menjawab kurang memperhatikan, 1 responden atau 1,11% responden menjawab tidak memperhatikan, dan 1 responden atau 1,11% responden menjawab tidak memperhatikan.

#### 4.3.8 Perhatian Terhadap Pemenang Pengundian Tahapan BCA

Tabel 4.11

##### Pemenang Pengundian Tahapan BCA

No.	Tingkat Perhatian	F	%
1.	Sangat memperhatikan	49	54,44%
2.	Memperhatikan	23	25,55%
3.	Kurang memperhatikan	3	3,33%
4.	Tidak memperhatikan	1	1,11%
5.	Sangat tidak memperhatikan	1	1,11%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden yang tertera pada tabel 4.3.8 mengenai perhatian terhadap pemenang pengundian Tahapan BCA, diperoleh sebanyak 49 responden atau 54,44% responden menjawab sangat memperhatikan, 23 responden atau 25,55% responden menjawab memperhatikan, 3 responden atau 3,33% responden menjawab kurang memperhatikan, 1 responden atau 1,11% responden menjawab tidak memperhatikan, dan 1 responden atau 1,11% responden menjawab sangat tidak memperhatikan.



#### 4.3.9 Tabel Akumulasi Dimensi Perhatian

Untuk perhitungan interval pada tingkat dimensi perhatian penonton live Gebyar BCA di Indosiar, menggunakan rumus sebagai berikut :

Rumus :

$$i = \frac{NT - NR}{\text{Jumlah Skala}}$$

$$i = \frac{(8 \times 5) - (8 \times 1)}{3} = 10,66667 = 11$$

Jadi nilai interval untuk dimensi perhatian adalah 11.

**Tabel 4.12**

#### **Akumulasi Dimensi Perhatian**

No.	Persepsi	Interval	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Tinggi	45-55	18,25	20,28%
2.	Tinggi	34-44	50	55,55%
3.	Sedang	23-33	12,38	13,75%
4.	Rendah	12-22	0	0%
5.	Sangat Rendah	1-11	9,38	10,42%
		<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa responden yang memberikan jawaban dari keseluruhan pertanyaan pada dimensi perhatian terhadap persepsi penonton live Gebyar BCA di Indosiar sebanyak 55,55% persepsinya tinggi. Jadi dari hasil penelitian ini peneliti dapat menyimpulkan bahwa penonton live Gebyar BCA di Indosiar pada dimensi perhatian menunjukan positif.

#### **4.4 Persepsi Penonton Live Gebyar BCA di Indosiar.**

Persepsi Penonton Live Gebyar BCA di Indosiar. Pada penelitian ini terbagi dalam tiga dimensi, dimensi tersebut adalah: perhatian, penafsiran dan pengetahuan. Kedua yang akan peneliti uraikan mengenai persepsi penonton live Gebyar BCA di Indosiar dalam dimensi penafsiran, yang pertanyaannya meliputi penafsiran penonton tentang MC yang membawakan acara Gebyar BCA, penafsiran penonton terhadap music yang dibawakan oleh band atau penyanyi pada saat live, penafsiran penonton terhadap setiap alur cerita lawak (komedi) pada saat live, penafsiran penonton tentang pelawaknya saat tampil Live, perhatian penonton terhadap Logo BCA, penafsiran penonton tentang pengundian tahapan BCA, penafsiran penonton tentang informasi produk BCA yang ditampilkan secara VT(Video Tape) pada saat Live, penafsiran penonton tentang pemenang pengundian Tahapan BCA. Berikut ini akan penulis uraikan hasil penelitian dengan hasil sebagai berikut:

#### 4.4.1 Penafsiran Terhadap MC yang Membawakan Acara Gebyar BCA

Tabel 4.13

##### MC yang Membawakan Acara Gebyar BCA

No.	Tingkat Perhatian	F	%
1.	Sangat bagus	35	38,88%
2.	Bagus	41	45,55%
3.	Kurang bagus	6	6,66%
4.	Tidak bagus	5	5,55%
5.	Sangat tidak bagus	3	3,33%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden yang tertera pada tabel 4.4.1 mengenai penafsiran terhadap MC yang membawakan acara Gebyar BCA, diperoleh sebanyak 35 responden atau 38,88% responden menjawab sangat bagus, 41 responden atau 45,55% responden menjawab bagus, 6 responden atau 6,66% responden menjawab kurang bagus, 5 responden atau 5,55% responden menjawab tidak bagus, dan 3 responden atau 3,33% responden menjawab sangat tidak bagus.

**4.4.2 Penafsiran Terhadap Musik yang Dibawakan Oleh Band atau Penyanyi Pada Saat Live**

**Tabel 4.14**

**Musik yang Dibawakan Oleh Band atau Penyanyi Pada Saat Live**

No.	Tingkat Perhatian	F	%
1.	Sangat menyukai	37	41,11%
2.	Menyukai	33	36,55%
3.	Biasa	12	13,33%
4.	Tidak menyukai	5	5,55%
5.	Sangat tidak menyukai	3	3,33%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden yang tertera pada tabel 4.4.2 mengenai penafsiran terhadap Musik yang dibawakan oleh band atau penyanyi pada saat live, diperoleh sebanyak 37 responden atau 41,11% responden menjawab sangat menyukai, 33 responden atau 38,55% responden menjawab menyukai, 12 responden atau 13,33% responden menjawab biasa, 5 responden atau 5,55% responden menjawab tidak menyukai, dan 3 responden atau 3,33% responden menjawab sangat tidak menyukai.

**4.4.3 Penafsiran Terhadap Setiap Alur Cerita Lawak (Komedi) Pada Saat Live**

**Tabel 4.15**

**Alur Cerita Lawak (Komedi) Pada Saat Live**

No.	Tingkat Perhatian	F	%
1.	Sangat menarik	36	40%
2.	Menarik	43	47,77%
3.	Biasa	7	7,77%
4.	Tidak menarik	3	3,33%
5.	Sangat tidak menarik	1	1,11%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden yang tertera pada tabel 4.4.3 mengenai penafsiran terhadap setiap alur cerita lawak (komedi) pada saat live, diperoleh sebanyak 36 responden atau 40% responden menjawab sangat menarik, 43 responden atau 47,77% responden menjawab menarik, 7 responden atau 7,77% responden menjawab biasa, 3 responden atau 3,33% responden menjawab sangat tidak menarik, dan 1 responden atau 1,11% responden menjawab sangat tidak menarik.

#### 4.4.4 Penafsiran Terhadap *Pelawak Saat Tampil Live*

Tabel 4.16

##### Pelawak Saat Tampil Live

No.	Tingkat Perhatian	F	%
1.	Sangat bagus	49	54,44%
2.	Bagus	32	35,55%
3.	Kurang bagus	6	6,66%
4.	Tidak bagus	2	2,22%
5.	Sangat tidak bagus	1	1,11%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden yang tertera pada tabel 4.4.4 mengenai penafsiran terhadap pelawak saat tampil live, diperoleh sebanyak 49 responden atau 54,44% responden menjawab sangat bagus, 32 responden atau 35,55% responden menjawab bagus, 6 responden atau 6,66% responden menjawab kurang bagus, 2 responden atau 2,22% responden menjawab tidak bagus, dan 1 responden atau 1,11% responden menjawab sangat tidak bagus.

#### 4.4.5 Penafsiran Terhadap Logo BCA

Tabel 4.17

#### Logo BCA

No.	Tingkat Perhatian	F	%
1.	Sangat bagus	46	51,11%
2.	Bagus	39	43,33%
3.	Kurang bagus	3	3,33%
4.	Tidak bagus	1	1,11%
5.	Sangat tidak bagus	1	1,11%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden yang tertera pada table 4.4.5 mengenai penafsiran terhadap logo BCA, diperoleh sebanyak 46 responden atau 51,11% responden menjawab sangat bagus, 39 responden atau 43,33% responden menjawab bagus, 3 responden atau 3,33% responden menjawab kurang bagus, 1 responden atau 1,11% responden menjawab tidak bagus dan 1 responden atau 1,11% responden menjawab sangat tidak bagus.

#### 4.4.6 Penafsiran Terhadap *Pengundian Tahapan BCA*

Tabel 4.18

##### Pengundian Tahapan BCA

No.	Tingkat Perhatian	F	%
1.	Sangat menyukai	49	54,44%
2.	Menyukai	35	38,88%
3.	Biasa	4	4,44%
4.	Tidak menyukai	1	1,11%
5.	Sangat tidak menyukai	1	1,11%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden yang tertera pada tabel 4.4.6 mengenai penafsiran terhadap pengundian Tahapan BCA, diperoleh sebanyak 49 responden atau 54,44% responden menjawab sangat menyukai, 35 responden atau 38,88% responden menjawab menyukai, 4 responden atau 4,44% responden menjawab biasa, 1 responden atau 1,11% responden menjawab tidak menyukai dan 1 responden atau 1,11% responden menjawab sangat tidak menyukai.



**4.4.7 Penafsiran Terhadap Informasi Produk BCA yang Ditampilkan Secara VT(Video Tape) Pada Saat Live**

**Tabel 4.19**

**Informasi Produk BCA yang Ditampilkan Secara VT(Video Tape)**

No.	Tingkat Perhatian	F	%
1.	Sangat bagus	40	44,44%
2.	Bagus	44	48,88%
3.	Kurang bagus	4	4,44%
4.	Tidak bagus	1	1,11%
5.	Sangat tidak bagus	1	1,11%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden yang tertera pada tabel 4.4.7 mengenai penafsiran terhadap informasi produk BCA yang ditampilkan secara VT (video tape) pada saat live, diperoleh sebanyak 40 responden atau 44,44% responden menjawab sangat bagus, 44 responden atau 48,88% responden menjawab bagus, 4 responden atau 4,44% responden menjawab kurang bagus, 1 responden atau 1,11% responden menjawab tidak bagus, dan 1 responden atau 1,11% responden menjawab sangat tidak bagus.

#### 4.4.8 Penafsiran Terhadap Pemenang Pengundian Tahapan BCA

Tabel 4.20

##### Pemenang Pengundian Tahapan BCA

No.	Tingkat Perhatian	F	%
1.	Sangat menarik	43	47,77%
2.	Menarik	38	42,22%
3.	Biasa	7	7,77%
4.	Tidak menarik	1	1,11%
5.	Sangat tidak menarik	1	1,11%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden yang tertera pada tabel 4.4.8 mengenai penafsiran terhadap pemenang pengundian Tahapan BCA, diperoleh sebanyak 43 responden atau 47,77% responden menjawab sangat menarik, 38 responden atau 42,22% responden menjawab menarik, 7 responden atau 7,77% responden menjawab biasa, 1 responden atau 1,11% responden menjawab tidak menarik dan 1 responden atau 1,11% responden menjawab sangat tidak menarik.

#### 4.4.9 Tabel Akumulasi Dimensi Penafsiran

Untuk perhitungan interval pada tingkat dimensi penafsiran penonton live Gebyar BCA di Indosiar, menggunakan rumus sebagai berikut :

Rumus :

$$i = \frac{NT - NR}{\text{Jumlah Skala}}$$

$$i = \frac{(8 \times 5) - (8 \times 1)}{3} = 10,66667 = 11$$

Jadi nilai interval untuk dimensi penafsiran adalah 11.

**Tabel 4.21**

**Akumulasi Dimensi Penafsiran**

No.	Persepsi	Interval	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Tinggi	45-55	18	20%
2.	Tinggi	34-44	53,875	59,86%
3.	Sedang	23-33	8,125	9,04%
4.	Rendah	12-22	1,5	1,66%
5.	Sangat Rendah	1-11	8,5	9,44%
		<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa responden yang memberikan jawaban dari keseluruhan pertanyaan dari dimensi penafsiran terhadap persepsi penonton live Gebyar BCA di Indosiar sebanyak 59,86% persepsinya tinggi. Jadi dari hasil penelitian ini peneliti dapat menyimpulkan bahwa penonton live Gebyar BCA di Indosiar pada dimensi Perhtian menunjukan tinggi atau positif.

#### **4.5 Persepsi Penonton Live Gebyar BCA di Indosiar.**

Persepsi Penonton Live Gebyar BCA di Indosiar. Pada penelitian ini terbagi dalam tiga dimensi, dimensi tersebut adalah: perhatian, penafsiran dan pengetahuan. Ketiga yang akan peneliti uraikan mengenai persepsi penonton live Gebyar BCA di Indosiar dalam dimensi pengetahuan, yang pertanyaannya meliputi pengetahuan penonton tentang MC yang membawakan acara Gebyar BCA, pengetahuan penonton terhadap music yang dibawakan oleh band atau penyanyi pada saat live, pengetahuan penonton terhadap setiap alur cerita lawak (komedi) pada saat live, pengetahuan penonton tentang pelawaknya saat tampil Live, pengetahuan penonton terhadap Logo BCA, pengetahuan penonton tentang pengundian tahapan BCA, pengetahuan penonton tentang informasi produk BCA yang ditampilkan secara VT(Video Tape) pada saat Live, pengetahuan penonton tentang pemenang pengundian Tahapan BCA. Berikut ini akan penulis uraikan hasil penelitian dengan hasil sebagai berikut:

#### 4.5.1 Pengetahuan Terhadap MC yang Membawakan Acara Gebyar BCA

Tabel 4.22

##### MC yang Membawakan Acara Gebyar BCA

No.	Tingkat Perhatian	F	%
1.	Sangat mengetahui	37	41,11%
2.	Mengetahui	40	44,44%
3.	Kurang mengetahui	5	5,55%
4.	Tidak mengetahui	5	5,55%
5.	Sangat tidak mengetahui	3	3,33%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden yang tertera pada tabel 4.5.1 mengenai pengetahuan terhadap MC yang membawakan acara Gebyar BCA, diperoleh sebanyak 37 responden atau 41,11% responden menjawab sangat mengetahui, 40 responden atau 44,44% responden menjawab mengetahui, 5 responden atau 5,55% responden menjawab kurang mengetahui, 5 responden atau 5,55% responden menjawab tidak mengetahui dan 5 responden atau 5,55% responden menjawab sangat tidak mengetahui.

**4.5.2 Pengetahuan Terhadap Musik yang Dibawakan Oleh Band atau Penyanyi Pada Saat Live**

**Tabel 4.23**

**Musik yang Dibawakan Oleh Band atau Penyanyi Pada Saat Live**

No.	Tingkat Perhatian	F	%
1.	Sangat mengetahui	44	48,88%
2.	Mengetahui	28	31,11%
3.	Kurang mengetahui	11	12,22%
4.	Tidak mengetahui	4	4,44%
5.	Sangat tidak mengetahui	3	3,33%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden yang tertera pada tabel 4.5.2 mengenai pengetahuan terhadap Musik yang dibawakan oleh band atau penyanyi pada saat live, diperoleh sebanyak 44 responden atau 48,88% responden menjawab sangat mengetahui, 28 responden atau 31,11% responden menjawab mengetahui, 11 responden atau 12,22% responden menjawab kurang mengetahui, 4 responden atau 4,44% responden menjawab tidak mengetahui dan 3 responden atau 3,33% responden menjawab sangat tidak mengetahui.

**4.5.3 Pengetahuan Terhadap Setiap Alur Cerita Lawak (Komedi) Pada Saat Live**

**Tabel 4.24**

**Alur Cerita Lawak (Komedi) Pada Saat Live**

No.	Tingkat Perhatian	F	%
1.	Sangat mengetahui	40	44,44%
2.	Mengetahui	40	44,44%
3.	Kurang mengetahui	6	6,66%
4.	Tidak mengetahui	3	3,33%
5.	Sangat tidak mengetahui	1	1,11%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden yang tertera pada tabel 4.5.3 mengenai pengetahuan terhadap setiap alur cerita lawak (komedi) pada saat live, diperoleh sebanyak 40 responden atau 44,44% responden menjawab sangat mengetahui, 40 responden atau 44,44% responden menjawab mengetahui, 6 responden atau 6,66% responden menjawab kurang mengetahui, 3 responden atau 3,33% responden menjawab tidak mengetahui, dan 1 responden atau 1,11% responden menjawab sangat tidak mengetahui.

#### 4.5.4 Pengetahuan Terhadap *Pelawak Saat Tampil Live*

Tabel 4.25

##### Pelawak Saat Tampil Live

No.	Tingkat Perhatian	F	%
1.	Sangat mengetahui	47	52,22%
2.	Mengetahui	30	33,33%
3.	Kurang mengetahui	7	7,77%
4.	Tidak mengetahui	4	4,44%
5.	Sangat tidak mengetahui	2	2,22%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden yang tertera pada tabel 4.5.4 mengenai pengetahuan terhadap pelawak saat tampil live, diperoleh sebanyak 47 responden atau 52,22% responden menjawab sangat mengetahui, 30 responden atau 33,33% responden menjawab mengetahui, 7 responden atau 7,78% responden menjawab kurang mengetahui, 4 responden atau 4,44% responden menjawab tidak mengetahui, dan 2 responden atau 2,22% responden menjawab sangat tidak mengetahui.



#### 4.5.5 Pengetahuan Terhadap Logo BCA

Tabel 4.26

#### Logo BCA

No.	Tingkat Perhatian	F	%
1.	Sangat mengetahui	46	51,11%
2.	Mengetahui	39	43,33%
3.	Kurang mengetahui	3	3,33%
4.	Tidak mengetahui	1	1,11%
5.	Sangat tidak mengetahui	1	1,11%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden yang tertera pada tabel 4.5.6 mengenai pengetahuan terhadap logo BCA, diperoleh sebanyak 46 responden atau 51,11% responden menjawab sangat mengetahui, 39 responden atau 43,33% responden menjawab mengetahui, 3 responden atau 3,33% responden menjawab kurang mengetahui, 1 responden atau 1,11% responden menjawab tidak mengetahui dan 1 responden atau 1,11% responden menjawab sangat tidak mengetahui.

#### 4.5.6 Pengetahuan Terhadap *Pengundian Tahapan BCA*

Tabel 4.27

##### Pengundian Tahapan BCA

No.	Tingkat Perhatian	F	%
1.	Sangat mengetahui	49	54,44%
2.	Mengetahui	35	38,88%
3.	Kurang mengetahui	4	4,44%
4.	Tidak mengetahui	1	1,11%
5.	Sangat tidak mengetahui	1	1,11%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden yang tertera pada tabel 4.5.7 mengenai pengetahuan terhadap pengundian Tahapan BCA, diperoleh sebanyak 49 responden atau 54,44% responden menjawab sangat mengetahui, 35 responden atau 38,88% responden menjawab mengetahui, 4 responden atau 4,44% responden menjawab kurang mengetahui, 1 responden atau 1,11% responden menjawab tidak mengetahui dan 1 responden atau 1,11% responden menjawab sangat tidak mengetahui.

**4.5.7 Pengetahuan Terhadap Informasi Produk BCA yang Ditampilkan Secara VT(Video Tape) Pada Saat Live**

**Tabel 4.28**

**Informasi Produk BCA yang Ditampilkan Secara VT(Video Tape)**

No.	Tingkat Perhatian	F	%
1.	Sangat mengetahui	43	47,77%
2.	Mengetahui	39	43,33%
3.	Kurang mengetahui	5	5,55%
4.	Tidak mengetahui	1	1,11%
5.	Sangat tidak mengetahui	2	2,22%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden yang tertera pada tabel 4.5.8 mengenai pengetahuan terhadap informasi produk BCA yang ditampilkan secara VT(video tape) pada saat live, diperoleh sebanyak 43 responden atau 47,77% responden menjawab sangat mengetahui, 39 responden atau 43,33% responden menjawab mengetahui, 5 responden atau 5,55% responden menjawab kurang mengetahui, 1 responden atau 1,11% responden menjawab tidak mengetahui, dan 2 responden atau 2,22% responden menjawab sangat tidak mengetahui.

#### 4.5.8 Pengetahuan Terhadap Pemenang Pengundian Tahapan BCA

Tabel 4.29

##### Pemenang Pengundian Tahapan BCA

No.	Tingkat Perhatian	F	%
1.	Sangat mengetahui	50	55,55%
2.	Mengetahui	31	34,44%
3.	Kurang mengetahui	5	5,55%
4.	Tidak mengetahui	1	1,11%
5.	Sangat tidak mengetahui	3	3,33%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil jawaban dari 90 responden yang tertera pada tabel 4.5.9 mengenai pengetahuan terhadap pemenang pengundian Tahapan BCA, diperoleh sebanyak 50 responden atau 55,55% responden menjawab sangat mengetahui, 31 responden atau 34,44% responden menjawab mengetahui, 5 responden atau 5,55% responden menjawab kurang mengetahui, 1 responden atau 1,11% responden menjawab tidak mengetahui, dan 3 responden atau 3,33% responden menjawab sangat tidak mengetahui.

#### 4.5.9 Tabel Akumulasi Dimensi Pengetahuan

Untuk perhitungan interval pada tingkat dimensi pengetahuan penonton live Gebyar BCA di Indosiar, menggunakan rumus sebagai berikut :

Rumus :

$$i = \frac{NT - NR}{\text{Jumlah Skala}}$$

$$i = \frac{(8 \times 5) - (8 \times 1)}{3} = 10,6666 = 11$$

Jadi nilai interval untuk dimensi pengetahuan adalah 11.

**Tabel 4.30**

#### **Akumulasi Dimensi Pengetahuan**

No.	Persepsi	Interval	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Tinggi	45-55	24	26,66%
2.	Tinggi	34-44	44,625	49,58%
3.	Sedang	23-33	11,125	12,36%
4.	Rendah	12-22	0	0%
5.	Sangat Rendah	1-11	10,25	11,38%
		<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa responden yang memberikan jawaban dari keseluruhan pertanyaan dari dimensi perhatian terhadap persepsi penonton live Gebyar BCA di Indosiar sebanyak 49,58% persepsinya tinggi. Jadi dari hasil penelitian ini peneliti dapat menyimpulkan bahwa penonton live Gebyar BCA di Indosiar pada dimensi pengetahuan menunjukkan tinggi atau positif.

#### 4.5.10 Akumulasi Persepsi

**Tabel 4.31**  
**Akumulasi Persepsi**

No.	Persepsi	Interval	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat Positif	104 - 120 $\geq$	67,75	75,27%
2.	Positif	84 - 103	12,375	13,75%
3.	Netral	64 - 83	0	0%
4.	Negatif	44 - 63	0	0%
5.	Sangat Negatif	$\leq$ 24 - 43	9,875	10,97%
		<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden yang memberikan persepsi positif terhadap penonton live Gebyar BCA di Indosiar rata-rata sebanyak 67,75 atau 75,27% responden. Jadi hasil penelitian ini peneliti menyimpulkan bahwa persepsi penonton live Gebyar BCA menunjukkan persepsi sangat positif.

#### **4.6 Pembahasan**

Televisi pada saat ini merupakan salah satu sarana media yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Hal ini karena melalui media televisi orang atau masyarakat mendapatkan sebagian dari kebutuhan hidupnya. Kebutuhan tersebut antara lain informasi, hiburan, pengetahuan, pendidikan, dan sebagainya.

Penelitian ini membahas persepsi penonton tentang tayangan Gebyar BCA di Indosiar. Dimana tayangan tersebut menyajikan hiburan yang berbentuk variety show yang acaranya di sponsori oleh Bank BCA. Selain itu tayangan tersebut selain memberikan hiburan juga memberikan edukasi seputar dunia perbankan.

Penelitian ini menarik untuk teliti, karena selain mendapat penghargaan, program variety show pertama yang disponsori oleh Bank BCA merupakan program tayangan yang eksis hingga kini. Ada pula sisi menarik yang lain yaitu tidak semua penonton menyukai isi program Gebyar BCA dan tidak memungkinkan penonton yang hadir pada saat live tidak jenuh dengan tayangan tersebut. Ada beberapa responden yang mengisi kuisisioner menjawab hampir seluruh jawabannya menjawab kurang mengetahui, sangat tidak mengetahui dll. Salah satu responden memberikan pernyataan mengapa ia tidak begitu menarik lagi untuk menonton, karena jenuh dengan konsep Gebyar BCA yang itu-itu saja.

Penelitian ini menggunakan teori dari Melvin DeFleur menjelaskan prinsip stimulus – respon pada dasarnya merupakan suatu prinsip belajar yang sederhana, dimana efek merupakan reaksi terhadap stimuli tertentu. Elemen-elemen utama dari teori ini adalah pesan,(stimulus), seorang penerima/receiver (organisme), dan

efek (respon). Dalam teori ini isi media dipandang sebagai obat yang akan disuntikan ke dalam pembuluh darah audien, yang kemudian diasumsikan akan bereaksi seperti yang diharapkan.

Unsur-unsur model Stimulus – Organisme - Respons, adalah :

1. Stimulus (s) : rangsangan : message : isi pesan tayangan, pada penelitian ini adalah Gebyar BCA
2. Organisme (o) : komunikan : receiver : penerima, pada penelitian ini adalah Penonton Live Gebyar BCA di Indosiar
3. Respons (r) : respon : efek : pengaruh, persepsi yang meliputi perhatian, penafsiran, dan pengetahuan penonton Live Gebyar BCA di Indosiar.

Teori S-O-R sebagai singkatan Stimulus – Organisme – Respons ini semula berasal dari psikologi. Jika kemudian menjadi teori komunikasi tidak mengherankan, karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia juga jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, perhatian, penafsiran dan pengetahuan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan sangat ampuh karena prinsip teori ini adalah efek merupakan reaksi tertentu dari *stimulus* (rangsangan) tertentu, sehingga orang dapat menduga atau memperkirakan adanya hubungan erat antara isi pertanyaan media dengan reaksi khalayak.

Sehingga teori ini dapat dihubungkan ke dalam penelitian ini mengenai stimulus (rangsangan berupa pesan) yaitu isi pesan tayangan Gebyar BCA, organisme (komunikan) yaitu penonton live Gebyar BCA, respons (respon : efek :



pengaruh) yaitu pengetahuan penonton live terhadap Gebyar BCA melalui penyangan Gebyar BCA.

Pembahasan mengenai persepsi penonton live Gebyar BCA di Indosiar diteliti pada 90 orang responden penonton live Gebyar BCA di Indosiar yang menonton secara langsung. Hasil yang diperoleh dari penelitian dan telah di uji dengan menggunakan rumus akumulasi persepsi skala Likert. Sebagian besar atau mayoritas responden pada penelitian ini memberikan persepsi yang positif terhadap tayangan Gebyar BCA. Para responden yang memberikan persepsi yang positif ini, memiliki perhatian, penafsiran dan pengetahuan yang tinggi terhadap tayangan Gebyar BCA. Jawaban-jawaban yang mereka berikan melalui kuisioner yang dibagikan oleh peneliti, menunjukkan hal tersebut. Sedangkan sisanya para responden pada penelitian ini, memberikan persepsi netral terhadap tayangan Gebyar BCA.

Melalui hasil yang diperoleh dari penelitian ini, akhirnya diketahui bahwa tayangan Gebyar BCA dipersepsikan secara positif oleh mayoritas responden. Hal tersebut diketahui dari tingginya tingkat perhatian, penafsiran, dan sikap para responden terhadap tayangan Gebyar BCA.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Setelah melakukan penelitian pada tanggal 30 Januari 2010 untuk memperoleh gambaran mengenai Persepsi Penonton Live Gebyar BCA di Indosiar, pada tahap perhatian, penafsiran dan sikap. Penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada tahap perhatian, mayoritas responden menaruh perhatian yang sangat tinggi terhadap tayangan Gebyar BCA di Indosiar. Hal tersebut ditunjukkan oleh 55,55% responden yang menaruh perhatian tinggi terhadap MC yang membawakan acara Gebyar BCA, musik yang dibawakan oleh band atau penyanyi pada saat live, alur cerita lawak (komedi), pelawak yang tampil, terhadap Logo BCA, pengundian tahapan BCA, tentang informasi produk BCA yang ditampilkan secara VT(Video Tape) dan pemenang pengundian Tahapan BCA.
2. Pada tahap penafsiran, responden yang memberikan penafsiran sangat tinggi terhadap tayangan Gebyar BCA berjumlah 59,86%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini memberikan penafsiran tingkat tinggi yang ditunjukkan oleh rasa menarik mereka terhadap MC, musik, alur cerita lawak (komedi) , pelawak yang tampil saat Live, terhadap Logo BCA, pengundian tahapan BCA, tentang informasi produk BCA yang ditampilkan secara VT(Video Tape) dan pemenang pengundian Tahapan BCA.

3. Pada tahap pengetahuan, mayoritas responden sebanyak 49,58% responden menunjukkan sangat tingginya tingkat pengetahuan terhadap tayangan Gebyar BCA . Mereka menunjukkan pengetahuan yang sangat tinggi terhadap terhadap MC, musik yang dibawakan oleh band atau penyanyi, alur cerita lawak (komedi) , pelawak yang tampil saat Live, terhadap Logo BCA, pengundian tahapan BCA, tentang informasi produk BCA yang ditampilkan secara VT(Video Tape) dan pemenang pengundian Tahapan BCA.
4. Setelah mengetahui hasil dari ketiga tahapan tersebut, kemudian dapat diketahui persepsi secara keseluruhan dari masing-masing dimensi, dan sebanyak 75,27% memberikan persepsi yang positif terhadap tayangan Gebyar BCA. Artinya mayoritas responden mengetahui tayangan Gebyar BCA di Indosiar. Hal ini ditunjukkan dengan tingginya tingkat persepsi para responden penonton live Gebyar BCA di Indosiar.

## 5.2 Saran

Sedangkan untuk saran yang dapat diberikan peneliti berdasarkan penelitian yang dilakukan adalah :

1. Bagi pihak stasiun televisi Indosiar Visual Mandiri khususnya pada program variety show Gebyar BCA agar ke depannya dapat memberikan isi program tayangan yang lebih menarik lagi untuk mempertahankan eksistensinya serta untuk pihak kehumasan agar bisa memberikan kemudahan dalam memperoleh data yang konkrit dan perizinan penyebaran kuisioner.
2. Pada tahap pengundian BCA sebaiknya tidak terlalu formal dan di buat semenarik mungkin agar pada segment tersebut rating dapat meningkat, jika bisa pemenang tahapan BCA di buat VTnya atau di hadirkan di studio agar penonton dapat mengetahuinya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ardiyanto, Elvinaro dan Lukiat Komala Erdinaya. 2005. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatamamedia.
- Arikunto, Suharsimi.1998. *Produser Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- A. Devito Joseph.1997. *Komunikasi Antar Manusia*, ed kelima terjemahan Agus.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta : Kencana.
- Djuarsa S, Sasa. 2003. *Pengantar Ilmu komunikasi*. Jakarta : Universitas Terbuka.
- Effendy, Onong U. 2003. *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- McQuail Dennis. 2003. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga
- Mulyana, Dedy. 2002. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Dedy. 2004. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung,: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Dedy dan Rakhmat Jalaluddin. 1989. *Komunikasi Antar Budaya*. Jakarta.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2004. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Riduwan, 2009. *Dasar-dasar Statistika*. Bandung : Alfabeta.

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1989, Metode Penelitian Survei, edisi revisi.

Jakarta : LP3S.

Wiryanto, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta : Grasindo, 1999

#### **SUMBER LAIN**

<http://www.klikbca.com/individual/news.html?s=3&p=307> Visual Mandiri

<http://tv.groups.yahoo.com/group/NartamaTV/message/10368>

[http://en.wikipedia.org/wiki/Variety\\_show](http://en.wikipedia.org/wiki/Variety_show)

[http://id.wikipedia.org/wiki/Aneka\\_Ria\\_Safari](http://id.wikipedia.org/wiki/Aneka_Ria_Safari)

Data Humas Indosiar

LAMPIRAN

**JUDUL PENELITIAN**  
**"PERSEPSI PENONTON TERHADAP TAYANGAN GEBYAR BCA**  
**DI INDOSIAR"**

(Episode Tanggal 30 Januari 2010)

**Daftar Petanyaan**

---

**Petunjuk Pengisian :**

1. Mohon anda membaca setiap pertanyaan dengan teliti
2. Pilihlah salah satu jawaban dengan memberi tanda silang (X) pada jawaban yang paling sesuai
3. Mohon anda mengisi semua pertanyaan tanpa terkecuali

No. Responden :.....(Diisi oleh peneliti)

**I. Identitas Responden :**

1. Usia Responden

- a. 23-25 Tahun                      b. 26 Tahun ke atas

2. Jenis kelamin responden

- a. Laki-laki                          b. Perempuan

3. Pekerjaan

- a. Pengusaha                      b. Karyawan                      c. Wiraswasta

**II. Persepsi penonton Live terhadap program acara Gebyar BCA**

**Dalam Dimensi Perhatian (attention) :**

1. Apakah anda memperhatikan MC yang membawakan acara Gebyar BCA?  
a. Sangat memperhatikan    b. Memperhatikan    c. Kurang perhatian  
d. Tidak memperhatikan    e. Sangat tidak memperhatikan
2. Apakah anda memperhatikan music yang dibawakan oleh band atau penyanyi pada saat live?  
a. Sangat memperhatikan    b. Memperhatikan    c. Kurang perhatian  
d. Tidak memperhatikan    e. Sangat tidak memperhatikan
3. Apakah anda memperhatikan setiap alur cerita lawak(komedi) pada saat live di acara Gebyar BCA?  
a. Sangat memperhatikan    b. Memperhatikan    c. Kurang perhatian  
d. Tidak memperhatikan    e. Sangat tidak memperhatikan



4. Apakah anda memperhatikan pelawaknya saat tampil Live di acara Gebyar BCA?
  - a. Sangat memperhatikan
  - b. Memperhatikan
  - c. Kurang perhatian
  - d. Tidak memperhatikan
  - e. Sangat tidak memperhatikan
5. Apakah anda memperhatikan Logo BCA?
  - a. Sangat memperhatikan
  - b. Memperhatikan
  - c. Kurang perhatian
  - d. Tidak memperhatikan
  - e. Sangat tidak memperhatikan
6. Apakah anda memperhatikan pengundian tahapan BCA?
  - a. Sangat memperhatikan
  - b. Memperhatikan
  - c. Kurang perhatian
  - d. Tidak memperhatikan
  - e. Sangat tidak memperhatikan
7. Apakah anda memperhatikan informasi produk BCA yang ditampilkan secara VT(Video Tape) pada saat Live?
  - a. Sangat memperhatikan
  - b. Memperhatikan
  - c. Kurang perhatian
  - d. Tidak memperhatikan
  - e. Sangat tidak memperhatikan
8. Apakah anda memperhatikan pemenang pengundian Tahapan BCA?
  - a. Sangat memperhatikan
  - b. Memperhatikan
  - c. Kurang perhatian
  - d. Tidak memperhatikan
  - e. Sangat tidak memperhatikan

**III. Persepsi penonton Live terhadap program acara Gebyar BCA Dalam Dimensi Penafsiran :**

9. Bagaimana penafsiran anda terhadap pembawa acara (MC) Gebyar BCA?
  - a. Sangat bagus
  - b. Bagus
  - c. Kurang bagus
  - d. Tidak bagus
  - e. Sangat tidak bagus
10. Bagaimana penafsiran anda terhadap music yang dibawakan oleh band atau penyanyi pada saat live?
  - a. Sangat menyukai
  - b. menyukai
  - c. Biasa
  - d. Tidak menyukai
  - e. Sangat tidak menyukai

11. Bagaimana penafsiran anda mengenai alur cerita lawak (komedi) pada saat live di acara Gebyar BCA?
  - a. Sangat menarik
  - b. Menarik
  - c. Biasa
  - d. Tidak menarik
  - e. Sangat tidak menarik
12. Bagaimana penafsiran anda terhadap pelawaknya saat tampil Live di acara Gebyar BCA?
  - a. Sangat bagus
  - b. Bagus
  - c. Kurang bagus
  - d. Tidak bagus
  - e. Sangat tidak bagus
13. Bagaimana penafsiran anda terhadap logo BCA yang ditampilkan secara visualisasi?
  - a. Sangat bagus
  - b. Bagus
  - c. Kurang bagus
  - d. Tidak bagus
  - e. Sangat tidak bagus
14. Bagaimana penafsiran anda terhadap pengundian tahapan BCA?
  - a. Sangat menyukai
  - b. Menyukai
  - c. Biasa
  - d. Tidak menyukai
  - e. Sangat tidak menyukai
15. Bagaimana penafsiran anda mengenai informasi produk BCA yang ditampilkan secara VT (Video Tape) pada saat Live?
  - a. Sangat bagus
  - b. Bagus
  - c. Kurang bagus
  - d. Tidak bagus
  - e. Sangat tidak bagus
16. Bagaimana penafsiran anda terhadap pemenang pengundian Tahapan BCA?
  - a. Sangat menarik
  - b. Menarik
  - c. Biasa
  - d. Tidak menarik
  - e. Sangat tidak menarik

**IV. Persepsi penonton Live terhadap program acara Gebyar BCA Dalam Dimensi Pengetahuan :**

17. Bagaimana pengetahuan anda terhadap pembawa acara (MC) Gebyar BCA?
  - a. Sangat mengetahui
  - b. Mengetahui
  - c. Kurang mengetahui
  - d. Tidak mengetahui
  - e. Sangat tidak mengetahui
18. Bagaimana pengetahuan anda terhadap musik yang dibawakan oleh band atau penyanyi pada saat live?
  - a. Sangat mengetahui
  - b. Mengetahui
  - c. Kurang mengetahui
  - d. Tidak mengetahui
  - e. Sangat tidak mengetahui

19. Bagaimana pengetahuan anda mengenai alur cerita lawak (komedi) pada saat live di acara Gebyar BCA?
- a. Sangat mengetahui
  - b. Mengetahui
  - c. Kurang mengetahui
  - d. Tidak mengetahui
  - e. Sangat tidak mengetahui
20. Bagaimana pengetahuan anda terhadap pelawaknya saat tampil Live di acara Gebyar BCA?
- a. Sangat mengetahui
  - b. Mengetahui
  - c. Kurang mengetahui
  - d. Tidak mengetahui
  - e. Sangat tidak mengetahui
21. Bagaimana pengetahuan anda terhadap logo BCA yang ditampilkan secara visualisasi?
- a. Sangat mengetahui
  - b. Mengetahui
  - c. Kurang mengetahui
  - d. Tidak mengetahui
  - e. Sangat tidak mengetahui
22. Bagaimana pengetahuan anda terhadap pengundian tahapan BCA?
- a. Sangat mengetahui
  - b. Mengetahui
  - c. Kurang mengetahui
  - d. Tidak mengetahui
  - e. Sangat tidak mengetahui
23. Bagaimana pengetahuan anda terhadap informasi produk BCA yang ditampilkan secara VT (Video Tape) pada saat Live?
- a. Sangat mengetahui
  - b. Mengetahui
  - c. Kurang mengetahui
  - d. Tidak mengetahui
  - e. Sangat tidak mengetahui
24. Bagaimana pengetahuan anda terhadap pemenang pengundian Tahapan BCA?
- a. Sangat mengetahui
  - b. Mengetahui
  - c. Kurang mengetahui
  - d. Tidak mengetahui
  - e. Sangat tidak mengetahui

**Terimakasih Atas Partisipasi Anda**

## **PROFILE GEBAR BCA**

### **GEBYAR BCA**

Gebyar BCA merupakan tayangan *variety show* dimana setiap bagian (part) menampilkan music, komedi dan *talk show* ringan yang mewakili apa yang menjadi daya tarik Gebyar BCA. Pengisi acara pada segmen musik dipilih berdasarkan referensi dari tangga lagu radio di Indonesia yang menandakan bahwa penyanyi atau grup band yang dimaksud sedang populer atau di sukai masyarakat. Selain itu Gebyar BCA menyajikan informasi Perbankan dan fasilitas yang dimiliki BCA dan penyajian informasinya secara *VT (Video Tape)*. Konsep yang dipakai dalam penyajian VT adalah konsep yang tidak menggurui penonton. Dimana informasi tersebut dibuat semenarik mungkin dan secara instan dapat terserap oleh pemirsa, dengan cara membuat jalan cerita yang mudah di pahami oleh pemirsa di rumah.

Karena gebyar BCA live on air setiap hari Sabtu, maka tentu saja sifat kerja tim produksinya adalah terkonsep atau terencana. Diawal kemunculan Gebyar BCA mengangkat tema music, komedi, *talk show*, aksi sulap dan *fashion show*. Tetapi seiring dengan semakin berkembangnya acara ini, kini kedua unsur hiburan *fashion show* dan aksi sulap dihilangkan karena untuk menghindari kejenuhan pada audiens. Setiap Sabtu pastinya mengadakan suatu tema yang berbeda setiap minggunya. Pengadaan materi acara dan penyajiannya sepenuhnya dilaksanakan oleh kerabat kerja Gebyar BCA.

## Konsep Gebyar BCA

1. Nama acara : GEBYAR BCA



2. Pembawa acara, yaitu MC. Dalam program ini, terdiri dari 2 orang yaitu, Irgi Ahmad Fahrezy dan Marissa.
3. Kriteria Acara : Merupakan program music, komedi dan *talk show* ringan yang dapat menjadi daya tarik tersendiri. Program ini ditujukan untuk konsumsi *Family AB25+* yang artinya target audiens yang ingin dicapai adalah mereka yang berusia diatas 25 tahun, berasal dari kalangan ekonomi golongan A dan B. Dan angka 25+ dipilih karena mereka yang berusia diatas 25 tahun dianggap sudah memiliki pendapatan sendiri serta sudah mengerti mengenai istilah-istilah perbankan sedangkan target audiens *family* ditujukan untuk segmen hiburan yang disajikan Gebyar BCA. Gebyar BCA memiliki karakteristik khusus, yaitu Fun Music yang dibawakan dengan semi formal
4. Durasi, Gebyar BCA Sabtu (60 menit) termasuk *commercial break*.
5. Waktu Penayangan, Gebyar BCA: Weekly, Sabtu 21.00-22.00 WIB
6. Segmentasi, usia : 25 tahun keatas dan semua umur untuk segmen hiburan, jenis kelamin : Umum, status sosial : Kelompok A dan B
7. Setting acara untuk penyajiannya pada program *variety* ini terdiri dari 4 (empat) PART (bagian) dari durasi 60 menit, bentuk penyajian Gebyar BCA adalah live on air baik distudio maupun di luar studio seperti Balai Sarbini.

## **STRUKTUR TIM GEBYAR BCA**

Manager Produksi : Dody Jufiprianto

Eksekutif Produser : Kamil Wahyudi

Produser : Egge DP Julianto

Search/Writing : YMC Putri

Program Director : Razi Hisyam

Floor Manager : - Dadang  
- Murjiyanto

Production Assistant : - Intan Moertanti  
- Gordas Aria

**Perspektif Panggung Gebyar BCA**



**BANNER ACARA GEBYAR BCA**





## RIWAYAT HIDUP



---

### BIODATA DIRI

---

Nama : Sonny Fidrian  
Tempat & Tgl lahir : Tangerang, 17 Juli 1987  
Jenis kelamin : Laki – laki  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Delta IV No. 250 RT 005, RW 06  
Cimone-Permai Tangerang, Banten  
No. Telp/HP : **085716150514**  
E-mail : sonny\_squad@yahoo.com

---

### PENDIDIKAN

---

Institusi	Periode
1. SD Negeri Cimone 3 Tangerang	1993 – 1999
2. SLTP Negeri 6 Tangerang	1999 – 2002
3. SMA Negeri 5 Tangerang	2002 – 2005
4. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa	2005