

## PENGARUH PROGRAM BREAKOUT TERHADAP PENGETAHUAN MUSIK PENONTON NET TV DI KOTA BANDUNG

### INFLUENCE BREAKOUT PROGRAM TO KNOWLEDGE OF MUSIC THE AUDIENCE IN BANDUNG

Ahmad Hanif<sup>1</sup>, Freddy Yusanto, S. Sos., M. Ds<sup>2</sup>, Agus Aprianti, S.I.Kom., M.I.Kom<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom

<sup>2</sup>Dosen Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

<sup>3</sup>Dosen Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

<sup>1</sup>ahmedhanif2@gmail.com, <sup>2</sup>fredysusanto@gmail.com, <sup>3</sup>agusaprianti@gmail.com

---

#### ABSTRAK

Program siaran musik merupakan salah satu program populer di Indonesia, diawali dengan hadirnya MTV Indonesia. Pada saat itu, bagi banyak remaja, MTV menjadi suatu tontonan yang wajib, istilahnya tidak keren jika kita tidak nonton MTV. Namun jika melihat beberapa tahun terakhir, program siaran musik di Indonesia sedang lesu-lesunya. Hal ini bisa dilihat dari berakhirnya DeringS (Trans TV) pada Desember 2011, dan Hitzteria (Indosiar) pada Mei 2012. Hanya Inbox (SCTV), sang pionir, dan DahSyat (RCTI), sampai sekarang tetap eksis. Namun terlihat sekali perubahan konsep yang semakin jauh dari konsep awal program musik. Tujuan penelitian ini untuk melihat pengaruh pada program musik Breakout NET terhadap pengetahuan penonton di Kota Bandung. Metode yang dipakai dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif kausal. Hasilnya yaitu terdapat pengaruh antara program televisi dengan pengetahuan yaitu sebesar 54,6%.

**Kata Kunci:** Program Televisi, Musik, Pengetahuan

#### ABSTRACT

Music broadcast program is one of the popular programs in Indonesia, starting with the presence of MTV in Indonesia. At that time, for many teens, MTV became a spectacle that is required, the term is not cool if we do not watch MTV. But if you look past few years, the music broadcast program in Indonesia was slow-sluggish. This can be seen from the end of Derings (Trans TV) in December 2011, and Hitzteria (Indosiar) in May 2012. Only the Inbox (SCTV), the pioneer and Strikes (RCTI), until now still exist. But look at all the changes that concept further and further away from the initial concept of the music program. The purpose of this study was to look at the effect on the music program Breakout NET to knowledge the audience in Bandung. The method is used by using quantitative descriptive method. The result is there is influence between television programs with the knowledge that is equal to 54.6%.

**Keyword:** Broadcast Program, Music, Knowledge.

---

## 1. Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang

Pada era informatif, kehidupan sehari-hari manusia tidak lepas dari peranan media massa sebagai alat komunikasi yang dapat dengan cepat menyebarkan informasi secara luas. Media massa merupakan institusi yang memiliki peran sebagai agent of change, yaitu institusi pelopor perubahan yang berperan sebagai media informasi, edukasi, dan hiburan. Dan mampu mendorong agar perkembangan budaya bermanfaat bagi manusia bermoral. Salah satu media massa yang memiliki sifat istimewa adalah televisi.

Sebagai media massa, televisi merupakan sarana komunikasi massa. Secara langsung maupun tidak langsung televisi dapat memberikan pengaruh besar terhadap perubahan kehidupan masyarakat. Televisi cenderung persuasif dengan segala program tayangan yang makin bervariasi. Ini tidak mengherankan karena televisi menjalankan perannya sebagai komunikator. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa feedback masyarakat sebagai komunikan juga penting bagi perkembangan informasi dan pemaketan program televisi itu sendiri.

Keberhasilan sebuah stasiun televisi untuk dapat merebut mata dan hati penonton tak lepas dari suksesnya sebuah program acara televisi. Program siaran musik merupakan salah satu program populer di Indonesia, diawali dengan hadirnya MTV Indonesia. MTV Indonesia merupakan cabang stasiun televisi musik MTV yang beroperasi di Indonesia. Pertama kali ditayangkan sebagai bagian dari acara-acara di ANTV pada sejak tanggal 1 Januari 1993 awalnya berasal dari tayangan MTV Asia di Singapura. Pada saat itu, bagi banyak remaja, MTV menjadi suatu tontonan yang wajib, istilahnya tidak keren jika kita tidak nonton MTV. Namun jika melihat 4 tahun terakhir, program siaran musik di Indonesia sedang lesu-lesunya. Hal ini bisa dilihat dari berakhirnya DeringS (Trans TV) pada Desember 2011, dan Hitzteria (Indosiar) pada Mei 2012. Hanya inBox (SCTV), sang pionir, dan DahSyat (RCTI), sampai sekarang tetap eksis. Namun terlihat sekali perubahan konsep yang semakin jauh dari konsep awal. Konsep ini mulai bergeser ketika semester akhir 2008.

NET. yang merupakan sebuah stasiun televisi baru yang berfokus pada tayangan hiburan, berita dan memiliki idealisme untuk menciptakan nilai-nilai positif dalam masyarakat. Sebagai salah satu stasiun televisi yang sedang berkembang saat ini, NET. Juga menghadirkan program-program musik yang berkualitas. Program musik yang hingga kini masih bertahan antara lain Breakout, Music Everywhere, dan Berpacu Dalam Melodi. Breakout merupakan program televisi yang menghadirkan kumpulan video klip musik dari Indonesia dan Mancanegara. Dengan konsep yang sederhana, program acara breakout tidak serta merta memberikan unsur hiburan saja, namun juga memberikan unsur informasi seputar musik, musisi hingga sejarah musik kepada pemirsa yang menyaksikannya, serta terlepas dari unsur-unsur komedi negatif yang menjangkiti banyak program musik di tanah air saat ini. Program Breakout memiliki daya tarik yang berbeda dengan program musik lainnya, dengan menampilkan video-video klip mancanegara yang sedang hits, tidak banyak program musik di Indonesia yang menampilkan video klip mancanegara setelah hilangnya MTV di Indonesia. Namun, jika melihat pada perhitungan rating dan share NET di industri pertelevisian Indonesia, dapat dikatakan belum signifikan, Hal ini disebabkan karena siaran NET. ke kota-kota masih terbatas, dibandingkan dengan televisi-televisi nasional yang sudah lama berdiri dan telah mempunyai rating yang lebih tinggi.

Program televisi yang baik diharapkan dapat menimbulkan efek positif kepada penonton. Efek komunikasi massa itu sendiri merupakan setiap perubahan yang terjadi di dalam diri penerima, karena menerima pesan-pesan dari suatu sumber. Perubahan ini meliputi perubahan pengetahuan, perubahan sikap dan perubahan perilaku nyata (Wiryanto, 2006: 39). Program musik breakout diharapkan dapat menimbulkan efek positif kepada penonton televisi. Pada penelitian ini penulis tertarik meneliti pengetahuan penonton yang menyaksikan program musik Breakout.

Pada penelitian ini penulis menguji teori kultivasi yang di ciptakan oleh George Gerbner. Istilah kultivasi pertama kali dikemukakan pada tahun 1969 yang berasal dari kata kerja *to cultivate* yang berarti menanam. Teori kultivasi itu sendiri yaitu media massa menanamkan sikap dan nilai-nilai tertentu. Gerbner menamakan proses ini sebagai cultivation (kultivasi), karena televisi dipercaya dapat berperan sebagai agen penghomogen dalam kebudayaan. Bagi Gerbner, dibandingkan media massa yang lain, televisi telah mendapatkan tempat yang sedemikian signifikan dalam kehidupan sehari-hari sehingga mendominasi "lingkungan simbolik" kita, dengan cara menggantikan pesannya tentang realitas bagi pengalaman pribadi dan sarana mengetahui dunia lainnya (McQuail,1996:254).

Penonton Breakout di Kota Bandung menjadi objek pada penelitian ini. Kota Bandung menjadi salah satu daerah siaran yang dapat diakses melalui sinyal UHF. Dengan kemudahan untuk mengakses siaran televisi NET. di Kota Bandung dan penonton televisi di Kota Bandung sesuai dengan karakteristik penonton Breakout pada umumnya, menjadikan penonton siaran NET. di Kota Bandung cocok untuk dijadikan sebagai populasi pada penelitian ini.

Sesuai paparan di atas, dengan melihat efek informasi pada media massa televisi, apakah hal tersebut yang menjadikan faktor perubahan pengetahuan musik penonton NET TV di Kota Bandung atau tidak, dengan judul penelitian "**Pengaruh Program Breakout Terhadap Pengetahuan Musik Penonton NET TV di Kota Bandung**".

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diatas, penulis merumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut: Seberapa besar pengaruh program Breakout terhadap pengetahuan musik kepada penonton NET TV di Kota Bandung ?.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang dijabarkan, maka tujuan dari penelitian yang dilakukan penulis adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh program Breakout terhadap pengetahuan musik kepada penonton NET TV di Kota Bandung.

## 2. Dasar Teori dan Metode Penelitian

### 2.1 Dasar Teori

#### 2.1.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses penggunaan sebuah medium massa untuk mengirim pesan kepada audiens yang luas untuk tujuan memberi informasi, menghibur, atau membujuk (Vivian, 2008:450).

Menurut Bungin dalam bukunya berjudul Sosiologi Komunikasi, secara teori, pada satu sisi, konsep komunikasi massa mengandung pengertian sebagai suatu proses di mana institusi media massa memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas, namun pada sisi lain, komunikasi massa merupakan proses di mana pesan tersebut dicari, digunakan, dan dikonsumsi oleh audience. Fokus kajian dalam komunikasi massa adalah media massa (Bungin, 2008: 258)..

#### 2.1.2 Media Massa

Media massa (mass media) adalah sarana yang membawa pesan. Media massa utama adalah buku, majalah, Koran, televisi, radio, rekaman, film dan web (Vivian, 2008: 453). Media massa dapat dikatakan sebagai alat atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa. Media massa secara pasti mempengaruhi pemikiran dan tindakan khalayak, budaya, sosial, politik, dipengaruhi oleh media (Ardianto, Komala dan Karlinah, 2009:58).

Jika khalayak tersebar tanpa diketahui dimana mereka berada, maka biasanya digunakan media massa. Media massa dapat diartikan sebagai suatu alat yang digunakan dalam penyampaian pesan secara serentak dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi.

Karakteristik media massa menurut Cangara (2008:126-127) adalah sebagai berikut :

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau terjadi reaksi dan umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, di mana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar dan semacamnya.
5. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin dan suku bangsa.

#### 2.1.3 Televisi

Televisi merupakan media elektronik yang bersifat audio visual sehingga televisi dianggap sebagai media yang paling mudah mempengaruhi khalayak. Maka dari itu sebagai media komunikasi massa, televisi merupakan media yang sangat efektif dalam hal penyajian berita.

Televisi menurut Arifin (2011:189) berasal dari perkataan inggris *television*, yang artinya tampak dari jauh (tele = jauh dan vision = tampak). Televisi merupakan system penyiaran gambar yang disertai dengan bunyi (suara) melalui kabel atau melalui angkasa yang menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) yang dapat dilihat dan dapat di dengar. Televisi berkembang sebagai media massa, karena suara di gambar yang disiarkan itu menyentuh khalayak yang banyak (massa) serta bersifat terbuka.

#### 2.1.4 Program

Keberhasilan sebuah stasiun televisi untuk dapat merebut mata dan hati penonton tak lepas dari suksesnya sebuah program acara televisi. Kata "program" berasal dari bahasa Inggris *programme* atau program yang berarti acara atau rencana., dan berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, secara sederhana program diartikan

sebagai susunan acara yang disajikan dalam bentuk siaran, pagelaran dan sebagainya. Sedangkan pengertian program dalam Kamus Komunikasi adalah sebagai rancangan penyiaran produksi siaran radio dan televisi.

Program berasal dari bahasa Inggris (*programme*) atau program yang berarti acara atau rencana. Undang-undang penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Dengan demikian, pengertian program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiensnya. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audience tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran apakah itu radio atau televisi (Morrisan, 2008:19).

Format sederhana dari program acara menurut Kuswandi (1994:99-108), program ditunjang oleh beberapa faktor antara lain :

1. Frekuensi Penyajian Acara
  - a. Intensitas atau durasi adalah lamanya waktu yang digunakan dalam menyiarkan suatu program siaran.
  - b. Pengaturan waktu adalah batas waktu yang ditentukan dalam penyiaran suatu program siaran.
2. Isi Pesan
  - a. Kejelasan pesan adalah proses penyampaian isi pesan media televisi kepada pemirsa, maka pesan itu sangat jelas disampaikan serta berbeda-beda menurut kebutuhan pemirsa.
  - b. Kelengkapan pesan yaitu menjelaskan secara detail dan lengkap mengenai sebab terjadinya peristiwa.
3. Daya Tarik Pesan
  - a. Format Berita yaitu susunan bahan berita yang diperoleh langsung dimasukkan kedalam suatu format berita
  - b. Visual News adalah format berita televisi yang hanya menyajikan gambar-gambar yang menarik. Penyiar cukup menghantarkan Lead In, kemudian VTR man segera memutar video gambar yang disampaikan redaksi.

### 2.1.5 Program Musik

Program musik merupakan program populer dan memiliki banyak peminat. Secara sederhana program diartikan sebagai susunan acara yang disajikan dalam bentuk siaran, pagelaran dan sebagainya. Sedangkan pengertian lain dari program adalah rancangan penyiaran produksi siaran radio dan televisi. Tidak ada yang lebih penting dari acara atau program sebagai faktor yang paling penting yang menentukan dalam mendukung keberhasilan *financial* suatu stasiun penyiaran dan televisi.

Musik sendiri secara sederhana diartikan sebagai nada atau suara yang disusun sedemikian rupa sehingga mengandung irama, lagu, dan keharmonisan. Popularitas program musik sudah lama dirasakan sejak dahulu karena bagi stasiun radio ataupun televisi program musik digunakan sebagai program andalan untuk disuguhkan kepada khalayak karena mayoritas dari masyarakat sangat menggemari program musik.

Program musik seperti yang disampaikan Vane Gross yang dikutip Morrisson dalam buku Manajemen Media Penyiaran: Strategi mengelola Radio dan televisi (2008:219) menjelaskan bahwa acara musik harus mempertimbangkan beberapa hal, yaitu :

1. Pemilihan artis yang memiliki daya tarik demografis yang besar, misalnya artis yang memiliki banyak penggemar pria atau artis yang banyak digandrungi para wanita, kelompok remaja (ABG), kalangan orang tua.
2. Pengambilan gambar yang menarik secara visual. Televisi harus menampilkan sebanyak mungkin gambar pendukung dan tidak membiarkan suatu pengambilan gambar (sekuen) yang terlalu lama.

### 2.1.6 Konsep Konten Program

*Content* merupakan istilah Bahasa Inggris yang dalam Bahasa Indonesia biasa disebut Konten, adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Penyampaian konten dapat dilakukan melalui berbagai medium seperti internet, televisi, CD audio, bahkan acara langsung seperti konferensi dan pertunjukan panggung. Istilah ini digunakan untuk mengidentifikasi beragam format dan genre informasi sebagai komponen nilai tambah media.

Menurut Morrisson (2008:241), konten program dapat dilihat dari dua hal yaitu nama program dan kemasan program. Nama Program. Memilih satu nama bagi suatu program merupakan kegiatan yang paling penting ditinjau dari segi perspektif promosi karena nama program berfungsi menyampaikan atribut dan makna. Dalam memilih nama suatu program, pengelola program harus memilih nama program yang dapat menginformasikan konsep program dan dapat membantu menempatan atau memosisikan program di memori otak audien. Suatu

nama program harus dapat menyampaikan manfaat yang diperoleh audien jika mereka menonton atau mendengarkan program bersangkutan dan pada saat yang sama juga menciptakan *image* bagi program itu.

### 2.1.7 Teori Kultivasi

Kultivasi merupakan teori yang memiliki arti sebagai pengaruh, artinya adalah program yang di sajikan oleh media televisi akan memberikan dampak terhadap khalayak. Banyak contoh kasus yang bisa kita lihat, seperti tayangan – tanayanga film – film action yang tentunya secara cepat bisa mempengaruhi pola piikir anak – anak untuk bagaimana cara berkelahi yang sesungguhnya.

Garbner menamakan proses ini sebagai *cultivation* (kultivasi), karena televisi dipercaya dapat berperan sebagai agen penghomogen dalam kebudayaan. Bagi Gerbner, dibandingkan media massa yang lain, televisi telah mendapatkan tempat yang sedemikian signifikan dalam kehidupan sehari-hari sehingga mendominasi “lingkungan simbolik” kita, dengan cara menggantikan pesannya tentang realitas bagi pengalaman pribadi dan sarana mengetahui dunia lainnya (McQuail,1996:254). Kultivasi secara makna kata berarti menanam, sehingga secara makna kata teori kultivasi dapat diartikan sebagai teori yang memfokuskan pada proses penanaman nilai. Teori Kultivasi (*Cultivation Theory*) merupakan salah satu teori yang dapat digunakan untuk menjelaskan dampak media bagi khalayak.

Dengan demikian bisa dikatakan bahwa penelitian kultivasi yang dilakukan oleh Gerbner lebih menekankan pada “dampak”. Asumsi mendasar dalam teori ini adalah terpaan media yang terus menerus akan memberikan gambaran dan pengaruh pada persepsi pemirsanya. Artinya, selama pemirsa melakukan kontak dengan televisi mereka akan belajar tentang dunia, mengubah persepsi mereka akan dunia, belajar bersikap dan nilai-nilai orang.

### 2.1.8 Pengetahuan

Setiap manusia memperoleh pengetahuan melalui berbagai cara. Untuk mendapatkan sebuah pengetahuan diperlukan informasi sebagai sumber pembelajaran. Bila hanya sekedar ingin tahu tentang sesuatu, cukup dengan menggunakan pertanyaan secara sederhana. Adakalanya pengetahuan di peroleh melalui pengalaman yang berulang-ulang terhadap sesuatu peristiwa dan kejadian. Ada juga pengetahuan diperoleh dari usaha dalam mengatasi sebuah permasalahan. Televisi sebagai media massa elektronik yang banyak di gunakan manusia merupakan salah satu sumber informasi yang dapat memberikan pengetahuan.

Menurut Rakhmat (2004;26) Pengetahuan adalah jiwa (*mind*) yang menjadi alat utamanya, bukan alat indra. Jiwa menafsirkan pengalaman inderawi secara aktif menciptakan, mengorganisasikan, menafsirkan, mendistorsikan dan mencari makna. Dengan menggunakan kekuatan pemikiran setiap manusia bisa mendapatkan pengetahuan sesuai dengan kebutuhan dan kemauan yang dibutuhkannya, melalui panca indera.

Klasifikasi pengetahuan menurut Rakhmat (2004;89) terdiri dari;

#### 1. Sensasi

Sensasi yaitu Sensai adalah fungsi alat indera dalam menerima informasi dari lingkungan. Melalui alat indera itulah manusia memperoleh pengetahuan dan semua kemampuan untuk berinteraksi, (Rakhmat, 2004;49) Sensasi adalah tahap awal dari penerimaan sebuah rangsang atau informasi. Sensasi yang berasal dari kata “*sense*”, yang artinya adalah alat penginderaan, yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya. Sensasi timbul pada saat alat indera mengubah informasi atau rangsangan pada saraf-saraf dan disampaikan ke otak.

#### 2. Persepsi

Persepsi adalah memberikan makna pada rangsangan dari alat indera manusia. Menurut Rakhmat (2004;51), Perspesi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan- hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Faktor yang sangat mempengaruhi yakni perhatian.

Persepsi dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya dipengaruhi oleh pengalaman, perubahan pendapatan dan perhatian. Pengalaman merupakan bagian dari persepsi yang didapat oleh seseorang secara bertahap dan diserap dalam pikiran manusia. Dengan pengalaman setiap manusia bias mendapatkan pelajaran yang sangat berharga dalam hidupnya. Faktor berikutnya setelah pengalaman adalah perubahan pendapat. Perubahan pendapat biasanya terjadi apabila mendapatkan rangsangan dari luar dan membuat pemikiran kita menjadi berubah. Perubahan pendapat ini lah yang akan menghasilkan pendapat baru yang sesuai dengan apa yang dipikirkan.

Dan faktor terakhir yang mempengaruhi persepsi adalah perhatian. Perhatian dilakukan jika ada rangsangan yang menonjol dibanding rangsangan lain.

### 3. Berfikir

Manusia menggunakan akalinya untuk berfikir. Dalam proses berfikir manusia mengolah semua informasi dimana informasi tersebut berasal dari luar dan diproses serta diserap sebagai pengetahuan baru dan menghasilkan respon terhadap informasi tersebut. Setiap manusia dimanapun, kapanpun, selalu menggunakan akalinya untuk berfikir. Berfikir adalah suatu mengolah dan memanipulasi informasi untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan respon juga mempengaruhi penafsiran itu terhadap stimuli. (Rakhmat. 2004;67).

Setelah berfikir manusia akan mengolah informasi dimana merupakan penerimaan informasi dari luar yang di proses dalam otak untuk diresap sebagai pengetahuan dan menghasilkan respon terhadap pesan tersebut. Setelah mengolah informasi maka manusia akan memberikan respon terhadap pesan yang diterimanya. Memberikan respon itu sendiri bisa diartikan sebagai pesan atau informasi yang telah diolah dan juga telah diresap maka dapat dihasilkan respon sesuai dengan apa yang dipikirkan oleh orang tersebut.

#### 2.1.9 Metode Penelitian

Metode deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Tujuan dari studi deskriptif adalah memberikan kepada peneliti sebuah riwayat atau untuk menggambarkan aspek-aspek yang relevan dengan fenomena perhatian dari perspektif seseorang, organisasi, orientasi industri atau lainnya (Sekaran, 2007: 158-159). Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Penulis akan mendeskripsikan program breakout terhadap pengetahuan musik penonton NET.

### 3. Pembahasan

#### 3.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (program televisi) terhadap variabel terikat (pengetahuan) yang dilakukan pada 100 responden yang merupakan penonton program musik Breakout NET di Kota Bandung..

**Tabel 3.1**  
**Tabel Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,648	2,077		2,238	,028
X	,804	,074	,739	10,860	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dengan menggunakan Software SPSS for Windows version 22

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 3.1, dapat dirumuskan model persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X$$

$$Y = (4,648) + 0,804(X)$$

1. Konstanta ( $\alpha$ ) = (4,648). Ini menunjukkan harga konstan, yaitu jika variabel Program Televisi (X) = 0, maka besarnya rata-rata Pengetahuan (Y) tetap sebesar (4,648)

Koefisien regresi untuk variabel bebas (X) = 0,804. Ini menunjukkan bahwa variabel program televisi berpengaruh positif terhadap variabel pengetahuan, atau dengan kata lain, jika variabel program televisi ditingkatkan sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan variabel pengetahuan sebesar 0,804.

### 3.2 Koefisien Determinasi

Pengujian determinan ( $R^2$ ) dilakukan untuk melihat seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel bebas. Nilainya adalah 0-1, jika ( $R^2$ ) semakin mendekati nol maka model semakin tidak baik.

**Tabel 3.2**  
**Tabel Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estim
1	,739 <sup>a</sup>	,549	,542	

- a. Predictors: (Constant), X  
b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dengan menggunakan Software SPSS for Windows version 22

Pada tabel 3.2 dapat dilihat bahwa R sebesar 0,739 dan R *square* ( $R^2$ ) adalah 0,549. Angka tersebut digunakan untuk melihat besarnya pengaruh Program Televisi terhadap Pengetahuan secara simultan. Cara untuk menghitung R *square* menggunakan koefisien determinasi (KD) dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} KD &= r^2 \times 100\% \\ &= 0,739^2 \times 100\% \\ &= 0,549 \times 100\% \\ &= 54,6\% \end{aligned}$$

Angka tersebut menunjukkan koefisien determinasi (KD) sebesar 54,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri program televisi terhadap variabel terikat pengetahuan sebesar 54,6%. Dan sisanya 45,4% , dipengaruhi oleh variabel lain. Dilihat dari hasil perhitungan dari semua subvariabel yang ada, subvariabel daya tarik dan berfikir mendapatkan nilai paling tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa daya tarik program musi breakout mempengaruhi minat para penonton di Kota Bandung, sehingga menstimulus penonton mendapatkan pengetahuan baru tentang musik.

### 4. Kesimpulan

Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden yaitu para penonton program musik Breakout NET di Kota Bandung. Berdasarkan analisis data, hasil penelitian menunjukkan program televisi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengetahuan penonton program musik Breakout di Kota Bandung. Hal ini juga ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi sebesar 54,6% yang berarti sebesar 54,6% program musik breakout mempengaruhi pengetahuan musik para penonton di Kota Bandung dan sisanya sebesar 45,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti lebih lanjut dalam penelitian ini.

Subvariabel Daya Tarik dan Berfikir menjadi faktor yang paling kuat dibandingkan subvariabel yang lain. Terbukti dari hasil penelitian ini bahwa hal tersebut sesuai dengan teori yang peneliti uji yaitu teori kultivasi yang merupakan teori yang memiliki arti sebagai pengaruh, artinya program yang di sajikan oleh media televisi akan memberikan dampak terhadap khalayak. Selama pemirsa melakukan kontak dengan televisi mereka akan belajar tentang dunia, mengubah persepsi mereka akan dunia, belajar bersikap dan nilai-nilai orang.

Televisi memanglah menjadi kebutuhan sehari hari, karna televisi itu sendiri diperuntukkan untuk penyebaran informasi serta hiburan. Kelebihan televisi yang menghibur dan informatif membuat banyak orang banyak menghabiskan waktunya untuk mengkonsumsi televisi. Televisi seolah menjadi hal yang wajib ditonton di sela sela waktu kesibukan. Pada penelitian ini terbukti bahwa televisi dapat merubah pengetahuan para penontonya setelah mendapat efek dari tayangan televisi. Baiknya menonton televisi secukupnya, tanggapilah berbagai hal yang ada di tayangan televisi secara bijaksana, televisi hanyalah media massa untuk penyebaran informasi serta hiburan, alangkah baiknya untuk menanggapi tayangan di televisi secara bijaksana.

### Daftar Pustaka

- [1] Arifin Anwar. 2011. *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung : Armico.
- [2] Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [3] Cangara, Hafied. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- [4] Denis, McQuail. 1996. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- [5] Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [6] Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- [7] Rakhmat, Jalaluddin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- [8] Sekaran, Umar. 2007. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- [9] Vivian, John, 2008, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta, Prenada Media Group.
- [10] Kuswandi, Wawan. 1994. *Komunikasi Massa sebuah analisis media televisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [11] Wiryanto.2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta :PT.Grasindo.