

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbilalamin, puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat limpahan rahmat dan hidayah-Nya, shalawat juga salam tidak lupa penulis junjungkan kepada nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**DAYA TARIK TAYANGAN VARIETY SHOW SBS KOREA RUNNING MAN TERHADAP MINAT MENONTON FOLLOWERS KOMUNITAS RUNNERS BANDUNG**” Adapun hasil penelitian ini penulis kemukakan dalam bentuk pembuatan laporan penelitian skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.

Penulis menyadari bahwa penulisan Skripsi ini dapat berjalan dengan baik dengan adanya dukungan dari berbagai pihak. Selama pelaksanaan penelitian dan penyusunan laporan penelitian ini, penulis banyak mendapatkan saran, bimbingan, arahan motivasi dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis juga ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Mochamad Ashari, M.Eng.,Ph.D selaku Rektor dan pimpinan tertinggi Universitas Telkom.
2. Bapak Dr. Jafar Sembiring, M.Ed.M sebagai Dekan Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.
3. Ibu Rah Utami Nugrahani, S.Sos., M.A.B selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.
4. Bapak Drs. Manap Solihat, M.Si selaku dosen pembimbing baik seminar maupun skripsi penulis yang penuh kesabaran dan keikhlasan selalu mengarahkan, membimbing, serta meluangkan waktu, tenaga dan perhatiannya dan juga memberikan saran kepada penulis selama penyusunan laporan penelitian ini sampai dengan selesai.
5. Ibu Ira Dwi Mayangsari, S.Sos, M.M Utama selaku dosen wali penulis selama penulis berkuliah di Universitas Telkom.

6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Telkom atas ilmu dan pengetahuan serta bantuannya yang diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan.
7. Kedua orang tua penulis H. Syamsuddin dan Siti Salkah yang selalu mendoakan dan memotivasi penulis dengan cinta dan kasih sayangnya serta kakak dan adikku tersayang yang senantiasa menyemangati yaitu Aa Nana, Aa Faiz, Kak Lulu , Indah, dan Haliza.
8. Admin akun *Runners* Bandung (@RMbdgindonesia) yang sudah bersedia menjadi narasumber demi kelengkapan data penulis dan admin *Runners* Jakarta (@Runners_JKT) atas bantuannya dalam menyebarkan informasi kuesioner penulis.
9. Para responden penulis yaitu *followers Runners* Bandung yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
10. Rekan-rekan satu bimbingan Aisyah, Ririn, Rima, dan Idham terima kasih semangat dan motivasinya.
11. Sahabat-sahabatku di Jakarta “Heboh Famz” Arni, Andri, Dhina, Esti “Komandan”, Jeani, Nurul, Iasya “Bos”, dan Yani terima kasih untuk dukungan, semangat dan doanya sahabat.
12. Sahabatku di Bandung Arum, Feni, Himsa, Nina, Septi, Anis terima kasih atas semangat dan dukungannya.
13. Adek-adek kosan Wisma Kartika 3 Nina, Helmi, Yuyu terima kasih atas semangat dan dukungannya, semoga kalian juga segera menyusul lulus ya.
14. Teman-teman penulis selama menempuh pendidikan disini yaitu IKOM C 2010, Broadcasting Ikom 2010, GAMUS, SEF, MRC, dan CUT Film terima kasih atas tawa-canda, perhatian, semangat, kenangan dan indahnyanya pertemanan yang kalian berikan dalam hidup penulis.
15. Serta Lee Jinki (Onew) SHINee yang telah memberi penulis semangat dengan lagu-lagu yang dinyanyikan, saranghae oppa <3.
16. Serta semua pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, sehingga saran dan kritik sangat penulis butuhkan agar laporan ini menjadi lebih baik.

Semoga skripsi yang penulis buat ini dapat berguna dan bermanfaat bagi teman-teman sebagai referensi dalam pembuatan tugas akhir atau pembuatan tugas lainnya. Atas perhatiannya, penulis mengucapkan terima kasih.

Bandung, September 2014

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Novi Nur Fadhilah', with a stylized flourish at the end.

Novi Nur Fadhilah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK/ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Identifikasi Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Kegunaan Penelitian	13
1.5.1 Aspek Teoritis	13
1.5.2 Aspek Praktis	14
1.6 Tahapan Penelitian	14
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Tinjauan Teori	34
2.2.1 Komunikasi	34
2.2.2 Komunikasi Massa	35
2.2.3 Media Massa	40
2.2.4 Televisi	42
2.2.5 Program <i>Variety Show</i>	44
2.2.6 Media Internet	45

2.2.7	<i>New Media</i>	49
2.2.8	Teori <i>Uses and Gratification</i>	53
2.2.9	Komunitas	59
2.2.10	Daya Tarik	61
2.2.11	Minat Menonton	64
2.3	Hipotesis	66
2.4	Kerangka Pemikiran	67
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		71
3.1	Paradigma Penelitian	71
3.2	Metode Penelitian	72
3.3	Objek Penelitian	74
3.3.1	Gambaran Umum Program <i>Variety Show</i> SBS Korea <i>Running Man</i>	74
3.3.2	Gambaran Umum Komunitas <i>Runners</i> Bandung	79
3.4	Operasionalisasi Variabel	81
3.4.1	Skala Pengukuran	85
3.5	Populasi dan Sampel	85
3.5.1	Populasi	85
3.5.2	Sampel	86
3.6	Pengumpulan Data	88
3.6.1	Data Primer	88
3.6.2	Data Sekunder	89
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	89
3.7.1	Uji Validitas	89
3.7.2	Uji Reliabilitas	90
3.7.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	92
3.8	Teknik Analisis Data	93
3.8.1	Analisis Nilai Jenjang.....	93
3.8.2	Analisis Data Inferensial	95
3.8.3	Pengujian Hipotesis	97

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	100
4.1 Karakteristik Responden	100
4.2 Hasil Penelitian	109
4.3 Uji Analisis Data Inferensial	134
4.3.1 Uji Normalitas	134
4.3.2 Uji Linearitas	136
4.3.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	137
4.4 Uji Hipotesis	139
4.4.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	139
4.4.2 Uji Korelasi Sederhana	140
4.4.3 Uji R (Koefisien Determinasi)	141
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	142
4.5.1 Daya Tarik Tayangan <i>Variety Show Running Man</i>	142
4.5.2 Minat Menonton <i>Followers Runners Bandung</i>	151
4.5.3 Daya Tarik Tayangan <i>Variety Show SBS Korea Running Man Terhadap</i> <i>Minat Menonton Followers Runners Bandung</i>	153
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	159
5.1 Simpulan	159
5.2 Saran	160
DAFTAR PUSTAKA	163
LAMPIRAN	167
RIWAYAT HIDUP PENULIS	194

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rating Acara Running Man Tahun 2013-2014	6
Tabel 1.2 Rancangan Waktu Penelitian	16
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (Skripsi).....	17
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu (Jurnal)	21
Tabel 2.3 Formula Lasswell	39
Tabel 3.1 Daftar Penghargaan Variety Show Running Man	78
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel.....	83
Tabel 3.3 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	91
Tabel 3.4 Uji Validitas (X) Daya Tarik (Kekuatan, Penampilan, Pesan, Media)..	92
Tabel 3.5 Uji Validitas (Y) Minat Menonton (Perhatian, Keinginan, Kesan).....	92
Tabel 3.6 Kriteria Interpretasi Skor	94
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	101
Tabel 4.2 Usia Responden	101
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	102
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir Responden	103
Tabel 4.5 Usia Akun Twitter	104
Tabel 4.6 Lama Mengetahui Tayangan <i>Variety Show</i> SBS Korea <i>Running Man</i>	105
Tabel 4.7 Lama Menjadi <i>Followers Runners</i> Bandung	106
Tabel 4.8 Sumber Menonton Tayangan <i>Variety Show Running Man</i>	107
Tabel 4.9 Seberapa Sering Frekuensi Menonton Tayangan <i>Variety Show</i> SBS <i>Korea Running Man</i>	108
Tabel 4.10 Tayangan <i>Variety Show Running Man</i> Memiliki Format Acara yang Menarik dan Berbeda	110
Tabel 4.11 Berbagai Macam/Jenis Tantangan Misi yang Ada, Menjadi Kekuatan Acara <i>Variety Show Running Man</i>	110
Tabel 4.12 Lokasi Misi-misi <i>Running Man</i> yang Berbeda-beda Membuat Tayangan Ini Menarik	111

Tabel 4.13	Bintang Tamu yang Dihadirkan Menjadi Kekuatan dan Daya Tarik Tayangan <i>Variety Show Running Man</i>	112
Tabel 4.14	Efek-efek Suara dan <i>Background Music</i> yang Digunakan, Membuat Tayangan <i>Variety Show Running Man</i> Menarik	112
Tabel 4.15	<i>Member Running Man</i> Menarik Perhatian Karena Karakter Mereka yang Menghibur dan Konyol Di Dalam Tayangan	114
Tabel 4.16	Penampilan <i>Member Running Man</i> Dalam Menyelesaikan Tantangan Misi yang Diberikan Tim Produksi <i>Running Man</i> Bagus	115
Tabel 4.17	Penampilan <i>Member Running Man</i> , <i>VJ Camera</i> dan Tim Produksi Kompak	115
Tabel 4.18	Dengan Adanya Subtitle, Pesan yang Disampaikan Dalam Tayangan <i>Variety Show Running Man</i> Dapat Saya Mengerti	117
Tabel 4.19	Gaya Bahasa dan Tutur Kata yang Digunakan Dalam Tayangan <i>Variety Show Running Man</i> Santai dan Menarik	118
Tabel 4.20	Media SBS Korea Dalam Menayangkan Tayangan Acara <i>Variety Show Running Man</i> Dinilai Menarik dan Memuaskan	120
Tabel 4.21	Tayangan Acara <i>Variety Show Running Man</i> Yang Tersedia Dalam Berbagai Jenis Media (Tv Berlangganan, <i>File</i> Siap Unduh, <i>Link Streaming</i> ,Dsb) Dapat Dijadikan Sumber Pemenuhan Informasi dan Hiburan Bagi Saya	120
Tabel 4.22	Kesimpulan Responden Mengenai Daya Tarik Tayangan <i>Variety Show SBS Korea Running Man (X)</i>	122
Tabel 4.23	Setelah Menonton Tayangan <i>Running Man</i> , Saya Menjadi Tahu Keberadaan Acara <i>Running Man</i>	124
Tabel 4.24	Setelah Menonton Tayangan <i>Running Man</i> Membuat Saya Mengikuti Perkembangan Informasi Terkait Tayangan Maupun Berita Tentang <i>Member Running Man</i>	125
Tabel 4.25	Kemudahan Akses Media Dalam Mendapatkan Acara <i>Running Man</i> Membuat Saya Menonton Tayangan Acara <i>Variety Show Running Man</i> Setiap Episodenya	125

Tabel 4.26	Setelah Menonton Tayangan <i>Variety Show Running Man</i> Membuat Saya Ingin Menonton Episode Selanjutnya	127
Tabel 4.27	Menonton Tayangan <i>Variety Show Running Man</i> Merupakan Salah Satu Cara Saya Ingin Mendapatkan Hiburan	128
Tabel 4.28	Jadwal Tayang Acara Ini Membuat Saya Ingin Meluangkan Waktu Untuk Menonton Acara <i>Variety Show Running Man</i>	129
Tabel 4.29	Saya Menjadi Sering Menonton Tayangan <i>Variety Show Running Man</i>	130
Tabel 4.30	Setelah Menonton Saya Menjadi Berminat Mengikuti Tayangan <i>Episode Variety Show Running Man</i> Berikutnya	131
Tabel 4.31	Saya Menjadi Terhibur Setelah Menonton Tayangan <i>Variety Show Running Man</i>	132
Tabel 4.32	Kesimpulan Responden Mengenai Minat Menonton <i>Followers Komunitas Runners Bandung (Y)</i>	133
Tabel 4.33	Uji Normalitas.....	135
Tabel 4.34	Uji Linearitas	137
Tabel 4.35	Analisis Regresi Linear Sederhana	138
Tabel 4.36	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	140
Tabel 4.37	Analisis Korelasi Pearson	141

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar 1.2 Foto-foto Kehebohan Fans <i>Running Man</i>	8
Gambar 2.1 Unsur-Unsur Dalam Proses Komunikasi.....	34
Gambar 2.2 Model Laswell.....	38
Gambar 2.3 Formula Laswell	39
Gambar 2.4 Model Teori <i>Uses & Gratifications</i>	55
Gambar 2.5 Model <i>Expectancy-Values</i>	57
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran.....	70
Gambar 3.1 Logo SBS Korea	74
Gambar 3.2 Logo <i>Running Man</i>	75
Gambar 3.3 Pemain <i>Running Man</i>	76
Gambar 3.4 VJ Kamera <i>Running Man</i>	77
Gambar 3.5 Tampilan Halaman <i>Twitter</i> Komunitas <i>Runners</i> Bandung	81
Gambar 3.6 Klasifikasi Kategori Penilaian Persentase Dalam Garis Kontinum.....	95
Gambar 4.1 Garis Kontinum Kekuatan	113
Gambar 4.2 Garis Kontinum Penampilan.....	116
Gambar 4.3 Garis Kontinum Pesan	119
Gambar 4.4 Garis Kontinum Media	122
Gambar 4.5 Garis Kontinum Daya Tarik Tayangan <i>Variety Show</i> SBS Korea <i>Running Man</i> (X)	123
Gambar 4.6 Garis Kontinum Perhatian	127
Gambar 4.7 Garis Kontinum Keinginan	130
Gambar 4.8 Garis Kontinum Kesan	133
Gambar 4.9 Garis Kontinum Minat Menonton <i>Followers</i> Komunitas <i>Runners</i> Bandung (Y)	134
Gambar 4.10 Grafik Normal P-P Plot	136
Gambar 4.11 Kurva Uji T	140
Gambar 4.12 Indikator Kekuatan pada Tayangan <i>Running Man</i>	144
Gambar 4.13 Indikator Penampilan pada Tayangan <i>Running Man</i>	146

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	167
Lampiran 2 Hasil Wawancara (Pihak Admin <i>Runners</i> Bandung)	172
Lampiran 3 Hasil Jawaban Kuesioner Followers Komunitas <i>Runners</i> Bandung	174
Lampiran 4 Hasil Pengolahan Data Kuesioner.....	182
Lampiran 5 Tabel Nilai Kritis untuk Korelasi r Product	189
Lampiran 6 Tabel Uji t	193