

# Daya Tarik Program “Ada Apa Berita” di JakTV Terhadap Minat Menonton Berita Masyarakat Rt. 003/02 Kelurahan Johar Baru Jakarta Pusat

## ABSTRAK

Pemberitaan Program berita “*Ada Apa Berita*” di Jak TV merupakan program berita yang mengangkat tentang sisi lain dari topik suatu berita. Permasalahan dalam penelitian ini didasari adalah karena rating pemberitaan program berita “*Ada Apa Berita*” di Jak TV tidak termasuk dalam urutan 3 besar dalam stasiun televisi swasta yang sudah lama mengudara di industri penyiaran berita di Indonesia, termasuk sejauhmanakah kemenarikan dari pemberitaan program “*Ada Apa Berita*” di Jak TV terhadap minat menonton. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui daya tarik pemberitaan program “*Ada Apa Berita*” di Jak TV terhadap minat menonton masyarakat di lingkungan Rt. 003/02 Kelurahan Johar Baru Jakarta Pusat.

Kerangka dasar yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori-teori yang berhubungan dengan obyek yang diteliti diantaranya menggunakan kerangka komunikasi massa dan daya tarik berita. Model komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Michael W. Gamble dan Teri Kwai Gamble. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Pengambilan data dengan menggunakan kuisioner studi pustaka. Populasi penelitian ini adalah masyarakat di lingkungan Rt. 003/02 Kelurahan Johar Baru Jakarta Pusat yang berjumlah 329 orang, sample sebanyak 77 orang, penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, metode analisa data menggunakan statistik deskriptif.

Berdasarkan data hasil penelitian dari masyarakat Rt. 003/02 Kelurahan Johar Baru Jakarta Pusat menunjukkan bahwa daya tarik pemberitaan program berita “*Ada Apa Berita*” di Jak TV baik dari daya tarik pesan maupun daya tarik komunikator menarik untuk di

tonton. Dikarenakan program “*Ada Apa Berita*” di Jak TV tersebut mengangkat sisi lain dari suatu berita yang di tayangkan, bukan berita yang menjelaskan suatu berita yang secara mendalam. Mayoritas masyarakat Kelurahan Johar Baru Jakarta Pusat dalam mendapatkan informasi melalui program “*Ada Apa Berita*” karena beritanya menarik, bahasanya jelas, dapat menambah pengetahuan dan wawasan, mendidik dan bernilai. Program berita “*Ada Apa Berita*” di Jak TV dalam menyebarkan informasi membuat ketertarikan dan keinginan serta mendorong minat menonton masyarakat Kelurahan Johar Baru Jakarta Pusat. Saran untuk Anchor hendaknya berita yang diperoleh dari pemberitaan program berita “*Ada Apa Berita*” tidak terjadi kesalahan dalam menyebarkan informasi kepada khalayak, itulah salah satu daya tarik dari program berita tersebut.

## PENDAHULUAN

Salah satu program unggulan yang terdapat di JakTV dan menurut penulis cukup memiliki daya tarik bagi masyarakat adalah program “*Ada Apa Berita*”. Pada tanggal 22 Mei 2012 pertama kalinya program ini di tayangkan. Dengan jadwal tayang setiap hari Senin sampai dengan Jumat pukul 11.00 sampai dengan pukul 12.00 WIB. “*Ada Apa Berita*” merupakan program yang menampilkan diskusi dengan topik mengenai informasi berita seputar ekonomi, hukum, politik, sosial dan budaya yang ada di tanah air yang disajikan dalam

waktu 60 menit. Tayangan tersaji dengan cepat, lengkap, kritis dan akurat. Program berita “**Ada Apa Berita**” yang disajikan oleh stasiun JakTV selalu mengabarkan berita yang aktual, tajam dan terpercaya. Tujuan dari konsep acara ini ialah dapat memberikan wawasan mengenai informasi berita seputar ekonomi, hukum, politik, sosial dan budaya.

Topik-topik yang diangkat dalam “**Ada Apa Berita**” ialah sebuah tayangan berita yang meliput berbagai kejadian dan menghadirkan narasumber yang kompeten di bidangnya yang akan memberikan atau menambah wawasan masyarakat. Program ini menghadirkan William Darmawan dan Sella Wangkar sebagai *host* yang akan memandu program berita. Program ini terdiri dari 6 segmen yaitu, *Story Of The Day* mengupas langsung dalam sebuah diskusi bersama para pakar dan memberikan solusi sebagai penutupnya.

### **Identifikasi Masalah**

Berangkat dari latar belakang yang diuraikan maka penulis dapat merumuskan masalah pokok penelitian yang dibuat adalah :

“Bagaimana program “Ada Apa Berita” di JakTV dapat menarik minat menonton berita masyarakat di Kelurahan Johar Baru Rt.003/Rw.02 Jakarta Pusat.

## **KERANGKA TEORI**

### **Pengertian Ilmu Komunikasi**

Dari pengertian komunikasi yang diuraikan oleh Deddy Mulyana bahwa komunikasi mempunyai unsur, pesan, komunikator, komunikan, efek, dan saluran.

Dari kelima unsur tersebut sangatlah penting dalam berkomunikasi. Dimana dijelaskan bahwa komunikator menyampaikan informasi berupa pesan melalui saluran komunikasi yang digunakan oleh komunikator untuk disampaikan pada komunikan agar tercapainya pemahaman yang kemudian timbulah sebuah efek. (Deddy Mulyana, 2004;3)

Komunikasi tentu sudah pasti berkaitan dengan ilmu sehingga muncul pandangan mengenai ilmu komunikasi. Bahwa manusia sebagai objek kajiannya dan proses penyampaian pesan sebagai kajiannya. Ilmu pada dasarnya mempunyai karakteristik sendiri yang sama dengan pengertian ilmu secara umum, hanya obyeknya saja perlu diperhatikan dan difokuskan pada peristiwa-peristiwa komunikasi antar manusia.

Dalam komunikasi yang terpenting ialah bagaimana caranya agar suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat menimbulkan dampak atau efek tertentu pada komunikan. Dampak yang ditimbulkan dapat diklasifikasikan menurut kadarnya, yakni :

- **Dampak Kognitif**

Dampak yang timbul pada komunikan dan menyebabkan dia menjadi tahu atau meningkat intelektualisasinya, tujuan komunikator hanyalah berkisar pada upaya mengubah pikiran diri komunikan.

- **Dampak Afektif**

Dampak afektif lebih tinggi kadarnya daripada dampak kognitif. Disini tujuan komunikator bukan hanya sekedar supaya komunikan tahu, tetapi tergerak hanya menimbulkan pesan tertentu, misalnya

perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya.

- **Dampak behavioral**

Dampak behavioral merupakan yang paling tinggi kadarnya, yakni dampak yang timbul pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.

Jadi Ilmu Komunikasi menurut penulis ialah: pertukaran pesan atau informasi yang terjadi antara dua orang atau lebih, secara langsung atau menggunakan simbol-simbol untuk saling tahu.

### **Komunikasi Massa**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis komunikasi massa, dikarenakan program “**Ada Apa Berita**” adalah program yang menggunakan media elektronik televisi, karena televisi mampu memberikan informasi kepada banyak orang yang melihat dan mendengarnya. Bagian dari ilmu komunikasi adalah komunikasi massa, yang secara otomatis landasan keilmuannya sama dengan ilmu komunikasi.

Massa dalam arti komunikasi massa lebih menunjukkan pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa, massa disini menunjukkan kepada khalayak, penonton, pemirsa, atau pembaca. *mass communication* lebih menunjuk pada mekanis yang digunakan dalam komunikasi massa yakni media massa, sedangkan *mass communication* lebih menunjuk pada proses dalam komunikasi massa. (Nurudin, 2004;2)

### **Jurnalistik**

Jurnalistik juga dapat diartikan seni dan keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, dan menyajikan berita,

tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya. (Suhandang Kustadi, 2004;23).

Dari pengertian di atas dapat dipahami bahwa jurnalistik ialah kegiatan mencari, mengumpulkan dan mengolah informasi menjadi sebuah berita yang disebarkan melalui media massa periodik seperti media cetak, elektronik dan *online*.

Jika dikaitkan dengan masalah penelitian ini, jurnalistik adalah penyampain informasi dengan melalui proses-proses pencarian, pengumpulan, penyelidikan dan pengolahan informasi yang dikemukakan kepada khalayak. Informasi atau berita mempunyai beberapa jenis penyampaian yang diterima oleh khalayak. Salah satunya adalah tayangan “**Ada Apa Berita**” JakTV yang menayangkan tayangan informatif. Maka dari itu penulis ingin sekali meneliti tayangan informatif ini sebagai tayangan informasi yang bertemakan informasi ringan.

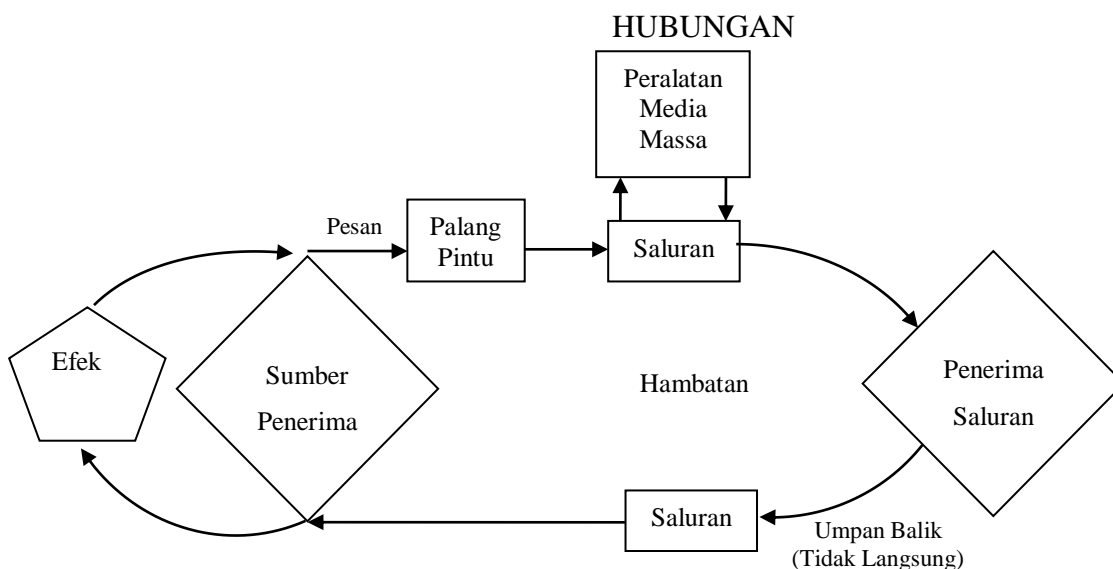
### **Teori Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble**

Peneliti menggunakan komunikasi massa Model Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble. Model komunikasi massa yang dikemukakan oleh Gamble dapat dijadikan sebagai alat untuk membedakannya dengan model komunikasi secara umum. Peralatan media massa menjadi alat utama yang harus ada dalam komunikasi massa. Media massa telah memperluas pikiran dan perasaan manusia (baik individu maupun kelompok). Disini media telah berperan untuk melayani semua kepentingan komunikasi massa.

Maksud dari komunikasi massa dalam model Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble mengandalkan peralatan untuk menyebarkan atau memancarkan pesan kepada khalayak secara cepat dan luas. Pesan yang disampaikan seperti : televisi, surat kabar, majalah atau seluruh penggabungan alat media tersebut. Secara langsung disini adalah pesannya bersifat satu arah yaitu pesan yang disampaikan oleh tayangan “**Ada Apa Berita**” langsung ditujukan kepada khalayak

berupa informasi tentang informasi-informasi berita seputar ekonomi, hukum, politik, sosial dan budaya mulai dari pembahasan, sampai dengan menghadirkan narasumber yang kompeten dibidangnya serta memberikan solusi sebagai penutupnya. Daya tarik menimbulkan efek yang kuat bagi khalayak yang menyaksikannya oleh karena itu khalayak dengan mudah menerima pesan yang di sampaikan pada tayangan “**Ada Apa Berita**”.

### Model Komunikasi Massa



Sumber: Gamble and Gamble

### Berita Televisi

Berita televisi adalah laporan tentang fakta dan peristiwa atau pendapat manusia atau kedua-duanya yang disertai gambar (visual) aktual, menarik, berguna dan disiarkan melalui media massa televisi secara periodik.

Adapun kategori dari berita dibagi menjadi dua:

- Berita Berat (*Hard News*)  
Berita tentang peristiwa yang dianggap penting bagi masyarakat baik

sebagai individu, kelompok, maupun organisasi.

- Berita Lunak (*Soft News*)  
Berita yang tidak terikat dengan aktualitas namun memiliki daya tarik bagi pemirsanya. Berita-berita semacam ini seringkali lebih menitik beratkan pada hal-hal yang dapat menakjubkan atau mengherankan pemirsanya. (Arifin Harahap, 2006;4).

Berdasarkan definisi di atas peneliti mengambil kesimpulan bahwa jenis program **“Ada Apa Berita”** terbagi atas dua macam yakni:

### 1. Program Berita Lunak (*Soft News*)

**“Ada Apa Berita”** menghadirkan William Darmawan dan Sella Wangkar sebagai pembawa acara yang akan memandu program berita yang menyampaikan pesan-pesan mengenai informasi ekonomi, hukum, sosial dan budaya. Dengan multi topik yang berusaha dikupas lebih mendalam dan kemudian di informasikan secara luas kepada masyarakat. Walaupun program **“Ada Apa Berita”** merupakan jenis program *Soft News* yang sering menggunakan informasi yang lama dan dalam penyampaian berita terhangatpun sedikit tersendat tetapi, tujuan dari program ini ialah dapat memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan. Karena program **“Ada Apa Berita”** tidak sama dengan program berita *Hard News* yakni berita yang memiliki nilai lebih dari segi aktualitas dan kepentingan umum yang harus segera diketahui oleh khalayak. Program **“Ada Apa Berita”** tidak hanya berisi berita seputar ekonomi, hukum, politik, sosial dan budaya dan berbagai isu terkini yang terjadi di kehidupan masyarakat namun, **“Ada Apa Berita”** disajikan dalam bentuk *Story Of The Day* yaitu mengupas langsung dalam sebuah diskusi bersama para pakar dan memberikan solusi sebagai penutupnya.

### 2. Program hiburan (*Entertainment*)

**“Ada Apa Berita”** yang berupa program yang menghibur. Karena program ini

membahas berbagai hal tentang berita seputar ekonomi, hukum, politik, sosial dan budaya yang sedang terjadi ditengah masyarakat sehingga menimbulkan minat menonton masyarakat. Informasi yang dibahas secara mendalam dalam dialog interaktif antara pembawa berita dengan para pakar.

Selain itu yang dapat menghibur ialah program **“Ada Apa Berita”** juga selalu menghadirkan narasumber yang kompeten dibidangnya dengan isu yang sedang dibahas. Kemampuan William Darmawan dan Sella Wangkar sebagai pembawa acara membawakan program ini juga patut dipuji karena selalu berhasil menciptakan suasana atraktif dan juga komunikatif.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Sampel.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode survey yang bersifat deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif sekedar melukiskan sejumlah variable yang berkaitan dengan permasalahan atau unit yang diteliti. Namun demikian dalam penelitian deskriptif dapat juga meneliti dua variable, namun tidak mempersoalkan apakah ada hubungan atau tidak dari dua variable tersebut. Sehingga pembahasannya berdiri sendiri.

Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Kelurahan Johar Baru Rt.003/Rw.02 Jakarta Pusat yang berjumlah 329 orang dengan penarikan sampel sebanyak 77 responden.

Kemudian setelah populasi sudah didapatkan dilanjutkan dengan perhitungan

sampel. Dalam penelitian ini menggunakan sampel rumus Slovin untuk mendapatkan sampel yang mendekati populasi yang ada. Rumus tersebut adalah sebagai berikut :

$$N = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

- n : ukuran sample
- N : ukuran populasi
- e : kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sample yang dapat ditolerir, misalnya 2%, kemudian e ini dikuadratkan.<sup>1</sup> maka jumlah sample dalam penelitian ini adalah:

Diketahui jumlah populasi sebesar N=329 orang, dan tingkat presisi =10%. Jadi jumlah sampelnya adalah sebagai berikut :

$$N = \frac{329}{1 + 329(0.01)^2}$$

$$n = \frac{329}{4.3}$$

n = 76.5 dibulatkan menjadi = 77 orang

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa sampel 76,5 dan kemudian dibulatkan menjadi 77 jadi sampel dalam penelitian ini ada 77 orang.

Teknik pengumpulan data penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner yang disebarkan dan dilakukan pengisian oleh responden yang berjumlah 77 responden.

---

<sup>1</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana Prenada Media Group, cetakan pertama, September, Jakarta, 2006, hal. 164

Penulis mengukur efektivitas menggunakan pernyataan tertutup yaitu merupakan angket yang pertanyaannya memberikan kebebasan kepada responden untuk memberikan jawaban dan pendapat menurut pilihan jawaban yang telah disediakan.

Dalam analisa penelitian ini, penulis menggunakan analisa kuantitatif dengan menggunakan dua variabel, yakni variabel bebas. Hasil analisa kuantitatif berupa angka-angka tersebut dihitung dan dijumlahkan untuk selanjutnya disimpulkan disusun menggunakan tabel frekuensi yang berbentuk tabel tunggal. Selanjutnya peneliti menggunakan tabel tunggal yang disajikan ke dalam tiga kategori yang ditentukan sebagai berikut :

1. Menentukan total skor tertinggi dan total skor terendah yang mungkin diperoleh oleh responden dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam satu kuisiner dan membagi jawaban melalui pengklasifikasian jawaban yang diperoleh dari hasil poling dengan ukuran-ukuran Setuju(S), Kurang Setuju (KS), dan Tidak Setuju(TM).
2. Menentukan interval kategori dengan menggunakan perhitungan yang dikemukakan Rachmat Kriyantono dalam bukunya “Teknis Praktis Riset Komunikasi” adalah sebagai berikut :

$$IK = \frac{(\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah})}{\text{Jumlah Interval}^2}$$

---

<sup>2</sup> Rachmat Kriyantono, *Op.Cit.*, hal. 383

3. Menentukan kelas interval secara abstrak dengan mengumpulkannya melalui observasi pertanyaan dari tiga kategori tersebut diatas.

Dengan demikian, analisa-analisa yang ditampilkan dalam tabel tunggal diharapkan dapat menemukan jawaban mengenai permasalahan yang diteliti sehingga kemudian dapat ditarik suatu kesimpulan.

### Teknik Sampling

Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu dalam pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut pautnya dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya.<sup>3</sup>

Yang menjadi kriteria untuk jadi sample dalam penelitian ini adalah warga masyarakat yang bertempat tinggal di Kelurahan Johar Baru Rt. 003/02 Jakarta Pusat yang berjumlah 329 orang.

### Operasional Konsep

Konsep adalah sesuatu yang abstrak tetapi menunjuk pada sesuatu yang kongkret. Konsep tidak dapat diteliti atau ditukar begitu saja. Dalam penelitian ini, konsep perlu dioperasionalkan terlebih dahulu untuk dapat dibaca dan dilihat.

Operasional Konsep didalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Variable X : Daya tarik program “*Ada Apa Berita*” di JakTV.

---

<sup>3</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penulisan Public Relation dan Komunikasi*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2003, hal 110.

1. Daya Tarik Pesan

- Isi pesan menarik
- Keekklusifan pesan (slogan)
- Penggunaan bahasa
- Menambah pengetahuan

2. Daya Tarik Komunikator

- Tampilan news anchor
- Penampilan bintang tamu

Skala : Ordinal

Kategori :

- Setuju
- Kurang Setuju
- Tidak Setuju

Variabel Y : Minat Menonton Berita Masyarakat Kelurahan Johar Baru Rt. 003/02

1. Ketertarikan

- Berita yang disampaikan hanya dibicarakan

- Beritanya actual

- Berita yang disampaikan dapat dipercaya

2. Keinginan

- Memperoleh berita terbaru sejak awal

- Terpenuhinya kebutuhan akan informasi

- Berita yang disampaikan informatif dan berguna untuk kehidupan

Skala : Ordinal

Kategori :

- Tinggi (T)
- Sedang (S)
- Rendah (R)

### Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui cara penyusunan daftar pertanyaan-pertanyaan tertulis yang sudah dipersiapkan sebelumnya dan harus dijawab

oleh responden. Pertanyaan tertulis ini merupakan penjabaran dari variable-variable yang diteliti. Kuesioner akan disebarakan kepada warga masyarakat yang bertempat tinggal di Kelurahan Johar Baru Rt. 003/02 Jakarta Pusat.

### Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan cara mencari referensi buku-buku metodologi penelitian, majalah, surat kabar, televisi, radio, internet yang ada relevansinya dengan masalah yang akan diteliti.

### Teknik Analisis Data Statistik Deskriptif

Untuk menganalisa data yang telah diperoleh, peneliti menggunakan teknik analisa data kuantitatif, dimana data harus dikumpulkan, diolah, dianalisis, dalam bentuk angka-angka, dan lebih mencari kebenaran melalui logika matematika dan statistika.

## PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

### Variabel X (Daya Tarik Program) :

#### Hasil Penelitian Mengenai Indikator *Daya Tarik Pesan Pada Program “Ada Apa Berita”* di Jak TV bagi Masyarakat Rt. 003/02 Kelurahan Johar Baru Jakarta Pusat.

Dari hasil pernyataan mengenai indikator daya tarik pesan pada program *“Ada Apa Berita”* di Jak TV yang dimulai dari pernyataan 5 -13 yakni sebanyak 9 pernyataan yang meliputi kemenarikan isi pesan, slogan, penggunaan bahasa, informasi berita, pesan dapat menambah pengetahuan, menambah wawasan, aktual dan terpercaya, mendidik dan bernilai serta pesannya dapat

dimengerti dan tepat sasaran kepada masyarakat di Rt. 003/02 Kelurahan Johar Baru Jakarta Pusat yang sebanyak 77 responden terhadap indikator daya tarik pesan tersebut maka penulis dapat menentukan kelas interval dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 I &= \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah} + 1}{\text{Jumlah interval}} \\
 &= \frac{27 - 13 + 1}{3} \\
 &= \frac{15}{3} \\
 &= 5
 \end{aligned}$$

Nilai diperoleh dari hasil pengurangan total nilai tertinggi dengan total nilai terendah. Hasil akhir dibagi 3 kategori, maka nilai untuk setiap kategori yang telah penulis tetapkan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Perolehan nilai 23 – 27 daya tarik program *“Ada Apa Berita”* di Jak TV dari indikator daya tarik pesan dikategorikan Menarik (M)
2. Perolehan nilai 18 -22 daya tarik program *“Ada Apa Berita”* di Jak TV dari indikator daya tarik pesan dikategorikan Kurang Menarik (KM)
3. Perolehan nilai 13 - 17 daya tarik program *“Ada Apa Berita”* di Jak TV dari indikator daya tarik pesan dikategorikan Tidak Menarik (TM)

Sehingga hasil dari penilaian masyarakat Rt. 003/02 Kelurahan Johar Baru Jakarta Pusat mengenai indikator daya tarik pesan pada program berita *“Ada Apa Berita”* yang ditayangkan Jak TV maka hasil penelitiannya dapat dibuat tabel 14 sebagai berikut :



**Tabel 14**  
**Daya Tarik Pesan Pada Program**  
**Berita “Ada Apa Berita” di Jak TV**  
**n = 77**

No	Kategori	F	%
1	Menarik (M)	41	53,2
2	Kurang Menarik (KM)	23	29,9
3	Tidak Menarik (TM)	13	16,9
	<b>Total</b>	<b>77</b>	<b>100</b>

*Sumber : Quesioner No. 5-13*

Berdasarkan data pada tabel 14 diatas menunjukkan bahwa sebagian besar 41 (53,2%) responden, yakni masyarakat Rt. 003/02 Kelurahan Johar Baru Jakarta Pusat, Maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa program “Ada Apa Berita” di JakTV mempunyai daya tarik pesan yang menarik karena pada pemberitaan program tersebut adalah mengenai daya tarik isi pesan, slogan, penggunaan bahasa, informasi berita, pesan dapat menambah pengetahuan, menambah wawasan, aktual dan terpercaya, mendidik

dan bernilai serta pesannya dapat dimengerti dan tepat sasaran.

**Variabel Y (Minat Menonton Berita Masyarakat) :**

Berikut penulis akan menguraikan hasil penelitian mengenai variabel Y (Minat Menonton Berita Program “Ada Apa Berita” di Jak TV masyarakat yang berdomisili di lingkungan wilayah Rt. 003/02 Kelurahan Johar Baru Jakarta Pusat), dan hasilnya sebagaimana terlihat pada tabel-tabel berikut.

**Tabel 20**  
**Minat Menonton Program “Ada Apa Berita” di Jak TV**  
**Karena Berita Yang Disajikan Sedang Hangat Dibicarakan**  
**n = 77**

No	Kategori	F	%
1	Setuju	44	57,1
2	Kurang Setuju	26	33,8
3	Tidak Setuju	7	9,1
	<b>Total</b>	<b>77</b>	<b>100</b>

*Sumber : Quesioner No. 17*

Tabel 20 di atas memperlihatkan bahwa sebagian besar 44(57,1 %) warga masyarakat yang bertempat tinggal di wilayah Rt. 003/02 kelurahan Johar Baru Jakarta Pusat memberikan penilaian dan menjawab setuju bahwa mereka tertarik untuk menonton atau melihat tayangan pemberitaan program "**Ada Apa Berita**" di Jak TV, karena menurut mereka informasi yang disampaikan dalam tayangan program tersebut adalah informasi atau berita yang hangat dan menjadi bahan pembicaraan di kalangan masyarakat, sehingga membuat mereka semakin berkeinginan menonton tayangan "**Ada Apa Berita**" sebagai program favorit.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang "*Daya Tarik Program "Ada Apa Berita" di Jak TV Terhadap Minat Menonton Berita Masyarakat Rt. 003/02 Kelurahan Johar Baru Jakarta Pusat*", maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian mengenai daya tarik program berita "**Ada Apa Berita**" di JakTV dari indikator daya tarik pesan menunjukkan bahwa sebagian besar 41 (53,2 %) masyarakat Rt. 003/02 Kelurahan Johar Baru Jakarta Pusat memberikan penilaian bahwa program berita "**Ada Apa Berita**" di Jak TV menarik untuk ditonton.
2. Hasil penelitian mengenai daya tarik program berita "**Ada Apa Berita**" di JakTV dari indikator daya tarik

komunikator menunjukkan bahwa sebagian besar 39 (50,6 %) masyarakat Rt. 003/02 Kelurahan Johar Baru Jakarta Pusat memberikan penilaian setuju(S), bahwa program berita "**Ada Apa Berita**" di Jak TV menarik untuk ditonton. Karena program "**Ada Apa Berita**" yang ditayangkan oleh Stasiun Televisi Jak TV tersebut telah memberikan informasi berita yang sangat tepat dan menarik yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

3. Sebagian besar 41 (53,2 %) masyarakat Rt. 003/02 Kelurahan Johar Baru Jakarta Pusat memberikan penilaian bahwa program "**Ada Apa Berita**" di JakTV mempunyai daya tarik pesan yang menarik, karena pada pemberitaan program tersebut adanya kemenarikan isi pesan yang disampaikan, slogan, penggunaan bahasa, informasi berita, pesan dapat menambah pengetahuan, menambah wawasan, aktual dan terpercaya, mendidik dan bernilai serta pesannya dapat dimengerti dan tepat sasaran.
4. Hasil penelitian mengenai minat menonton masyarakat Johar Baru terhadap program berita "**Ada Apa Berita**" di JakTV dari indikator ketertarikan memperlihatkan bahwa berita telah memberikan informasi yang hangat, aktual, terpercaya, dan dapat menambah pengetahuan masyarakat, semua itu

terbukti dengan adanya 34 orang (44,1%) responden yakni warga masyarakat yang bertempat tinggal di Rt. 003/02 Kelurahan Johar Baru Jakarta Pusat yang telah memberikan penilaian ataupun jawaban setuju (S). Karena program "***Ada Apa Berita***" yang ditayangkan oleh Stasiun Televisi JakTV telah membuat keinginan masyarakat untuk menonton tayangan program berita tersebut.

Berdasarkan hasil perbandingan masing-masing diatas, maka dapat diketahui

bahwa frekuensi terbesar adalah frekuensi untuk kategori pilihan daya tarik tayangan program "***Ada Apa Berita***" di JakTV kategori menarik dengan minat menonton berita tinggi warga masyarakat Kelurahan Johar Baru Jakarta Pusat sedang yaitu sebanyak 40 (51,9 %). Sedangkan frekuensi yang terkecil adalah frekuensi daya tarik tayangan program "***Ada Apa Berita***" di JakTV kategori menarik dan minat menonton berita masyarakat Kelurahan Johar Baru Jakarta Pusat rendah yaitu sebanyak 1 (1,3 %).

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala Erdinaya. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2014)
- Ardianto, Elvinaro. dkk. *Komunikasi Massa*. Bandung. PT. Simbiosis Rekatama Media. 2000
- AS, Aa Bambang *Komunikasi Massa Dalam Karakter Komunikasi*(Jakarta : Epsilon Alpha Beta, 2000)
- Assegaff, Dja'far H. *Jurnalistik masa Kini, Pengantar ke Praktek Kewartawanan*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2000
- Baskin, Askurifai. *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktek*, Sembopsa Rekatam Media, Bandung, 2006
- Budyatna, Muhammad. *Jurnalistik Praktik dan Teori*, PT. Remaja Rosdakarya. Bandung, 2005
- Effendy, Onong Uchjana. *Dinamika Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2002
- \_\_\_\_\_. *Dinamika Komunikasi*. (Bandung.PT.Remaja Rosdakarya, 2004)
- Effendy, Sofian dan Masri Singarimbun, *Metode Penulisan Survei*, LP3ES, Jakarta, 2003
- Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung, 2007
- Gempur Santoso, *Metodologi Penulisan Kuantitatif dan Kualitatif*, PT. Prestasi Pustaka, Jakarta, 2005, hal. 29
- Harahap, Arifin. *Jurnalistik Televisi*, PT. Indeks, Jakarta, 2006
- Jalaluddin Rakhmat, *Metodologi Penulisan Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2002, hal. 29
- Jefkins, Frank. *Public Relation*, Erlangga, Jakarta, 2007
- Kartono, Kartini. *Psikologi Umum*, Kosgoro, Jakarta, 2003
- Kontjaraningrat, *Metode-Metode Penulisan Masyarakat*,PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2000
- Kountur, Ronny. *Metode Penulisan Untuk Skripsi dan Thesis*, Penerbit PPM, Jakarta, 2007
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana Prenada Media Group, cetakan pertama, September, Jakarta, 2006
- Kusnadi, Wawan. *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media TV*, Rineka Cipta), Jakarta, 2007
- Liliweri, Alo. *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*, Kencana, Jakarta, 2014

- Mappatoto, Andi Baso. *Siaran Pers Suatu Kiat Penulisan*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005
- Maulana, Ahmad. *Jurnalistik dan Produksi Media Sekolah*, Global Pustaka Utama, Yogyakarta, 2009
- Mc Quail, Dennis dan Sven Windhl, *Model-Model Komunikasi*, Terjemahan Putu Laxman Pedit, Uni Primas, Jakarta, 2002
- Mc Quail, Dennis. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar, Edisi Kedua*, Alih Bahasa : Agus Dharma dan Aminudin Rai, PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 2002
- Mondry, *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008
- Morrison, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, Kencana, Jakarta, 2004
- Muis, Abdul. *Jurnalistik Petunjuk Praktis Penulis Berita*, PT. Minatijaya, Jakarta, 2002
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung. PT. Rosdakarya. 2007
- Muntaha, Ahmad. *Jurnalistik dan Produksi Media Sekolah*, Global Pustaka Utama, Yogyakarta, 2009
- Naratama, *Menjadi Sutradara Televisi: Dengan Single dan Multi Camera*, Grasindo, Jakarta, 2004
- Nawawi, Hadari. *Metode Penulisan Bidang Sosial*, Gajah Mada University, Yogyakarta, 2000
- Nazir, Moh. *Metode Penulisan*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2005
- Nuruddin, *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta. PT. RajaGrafindo Persada. 2009
- Pratikno, Riyono. *Lingkar-Lingkatran Komunikasi*, Penerbit Alumni, Bandung, 2001
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2002
- Ruslan, Rosady. *Metode Penulisan Public Relation dan Komunikasi*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2003
- Sugiyono, *Metode Penulisan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung, 2002
- Sumadiria, AS Haris. *Jurnalistik Indonesia* (Bandung : Simbiosis Rekatama Media,2005)
- Suryati, Indah. *Jurnalistik Suatu Pengantar*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2011
- Susanto, Astrid F. *Komunikasi Dalam Teori dan Praktik*, Bina Cipta, Bandung, 2001
- Usman Ks, *Television News, Reporting and Writing*, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta, 2009
- Vardiansyah, Dani, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2004

Wahyudi, JB. *Dasar-dasar Jurnalistik, Radio dan Televisi*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001

Walgito, Bimo. *Pengantar Psikologi Umum*, Yayasan Pembina Fakultas Psikologi UGM, Yogyakarta, 2005

Wibisono, Chistiano. *Pengetahuan dasar Bagi Wartawan Indonesia*, Dewan Pers, Jakarta, 2003

Wiryanto, *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta. PT. Grasindo. 2006

Sumber Lain :

[www.okezone.com](http://www.okezone.com) disunting bulan November 2014