

**KARAKTERISTIK DAN RESPON AUDIENS PENONTON TAYANGAN
SINETRON TUKANG BUBUR NAIK HAJI *THE SERIES***

**(Studi Pada Masyarakat Perumahan Bataranila, Desa Hajimena, Kecamatan
Natar, Kabupaten Lampung Selatan)**

(Skripsi)

Oleh

AFRIZAL KURNIAWAN



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2016

ABSTRAK

KARAKTERISTIK DAN RESPON AUDIENS PENONTON TAYANGAN SINETRON TUKANG BUBUR NAIK HAJI *THE SERIES* (Studi Pada Masyarakat Perumahan Batara nila, Desa Hajimena, Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan)

**Oleh
AFRIZAL KURNIAWAN**

Televisi merupakan media massa elektronik yang paling banyak dinikmati oleh masyarakat, karena media televisi dianggap media yang paling efektif dalam menyampaikan informasi. Sesuai dengan perkembangan teknologi yang kian maju, banyak stasiun-stasiun televisi swasta yang menyajikan berbagai macam konten acara, baik yang menyajikan konten pendidikan maupun yang menyajikan hiburan semata. Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* merupakan salah satu bentuk program acara yang berisi hiburan dan pendidikan yang ditayangkan pada stasiun televisi RCTI. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik dan respon audiens dalam menyaksikan tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series*. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Teori yang digunakan adalah teori perbedaan individu. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) individu yang mempunyai karakteristik yang berbeda dengan individu lainnya ternyata menyukai dan menonton tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series*, (2) respon atau tanggapan setiap individu pun beragam dalam menonton tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series*, sesuai dengan karakteristik mereka masing-masing.

Kata kunci: Karakteristik, Respon, *Tukang Bubur Naik Haji The Series*.

ABSTRACT

Characteristics And Response Of Tukang Bubur Naik Haji The Series Audience (a Study in Bataranila Resident, Hajimena Village, Natar, South Lampung District)

By:

AFRIZAL KURNIAWAN

Television is the most popular electronic mass media, enjoyed by the people, because it is considered as the most effective media to give information. Along with the rapid technology improvement, now there are many private television stations that present various programme, both from the education side and from the entertainment side. Soap opera of Tukang Bubur Naik Haji The Series is one form of event programme, contained with entertainment and education, presented in RCTI private television. This study is aimed to identify characteristics and responses of audience in watching Tukang Bubur Naik Haji The Series. The method used in this study is descriptive-qualitative. Theory used in this study is the theory of individual difference. The result of this research showed that: (1) individuals who have different characteristic with other individual in fact also like and watch the show of Tukang Bubur Naik Haji The Series (2) responses of every individuals are vary in watching Tukang Bubur Naik Haji The Series, based on their own characteristics.

Keywords: Characteristics, Response, Tukang Bubur Naik Haji The Series.

**KARAKTERISTIK DAN RESPON AUDIENS PENONTON TAYANGAN
SINETRON TUKANG BUBUR NAIK HAJI *THE SERIES*
(Studi Pada Masyarakat Perumahan Bataranila, Desa Hajimena, Kecamatan Natar,
Kabupaten Lampung Selatan)**

Oleh

AFRIZAL KURNIAWAN

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2016**

Judul Skripsi : **KARAKTERISTIK DAN RESPON AUDIENS
PENONTON TAYANGAN SINETRON TUKANG
BUBUR NAIK HAJI *THE SERIES***
(Studi pada Masyarakat Perumahan Bataranila, Desa
Hajimena, Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan)

Nama Mahasiswa : **Afrizal Kurniawan**

No. Pokok Mahasiswa : 1216031004

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing


Drs. Teguh Budi Raharjo, M.Si.
NIP 19600122 198703 1 004

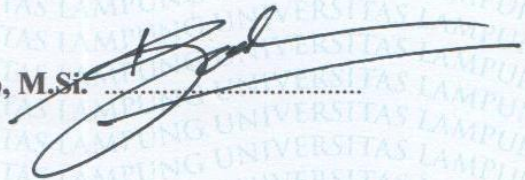
2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi


Dhanik Sulistyarini, S.Sos., MComn&MediaSt.
NIP 19760422 200012 2 001

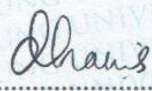
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Drs. Teguh Budi Raharjo, M.Si.



Penguji Utama : Dhanik Sulistyarini, S.Sos., MComn&MediaSt.

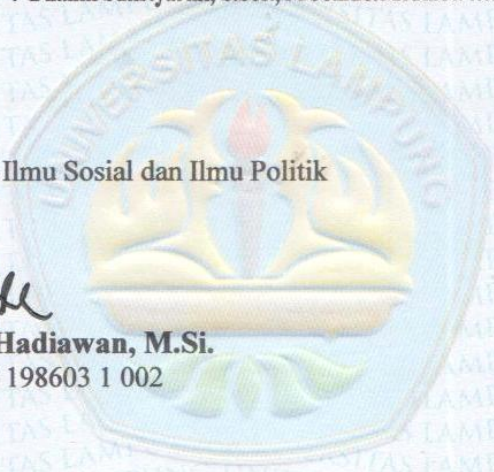


2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Drs. H. Agus Hadiawan, M.Si.

NID. 19580109 198603 1 002



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 28 September 2016

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Afrizal Kurniawan
NPM : 1216031004
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat Rumah : Jl. Melati No. 250 Perumahan Bataranila, Hajimena
No. Telpn : 081379358860

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul **“Karakteristik Dan Respon Audiens Penonton Tayangan Sinetron Tukang Bubur Naik Haji *The Series* (Studi Pada Masyarakat Perumahan Bataranila, Desa Hajimena, Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan)”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, Agustus 2016

Yang membuat pernyataan,



Afrizal Kurniawan
NPM. 1216031004

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 14 April 1994. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara, buah cinta dari pasangan Bapak Nurdin (Alm) dan Ibu Heri Astuti. Penulis telah menyelesaikan pendidikan di Taman Kanak-Kanak Dharma Wanita Unila pada tahun 2000, lalu di SD Al-Kautsar Bandar Lampung pada tahun 2006, kemudian di SMP Negeri 19 Bandar Lampung pada tahun 2009, dan di SMA Negeri 13 Bandar Lampung pada tahun 2012. Pada tahun 2012 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung melalui jalur SNMPTN tertulis.

Semasa menjadi mahasiswa, penulis aktif dalam organisasi pada Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Komunikasi. Tahun periode 2013-2014 penulis menjadi bagian dari anggota Bidang Research and Development, kemudian pada tahun periode 2014-2015 penulis menjadi Sekretaris Bidang (Sekbid) pada bidang Research and Development.

Sebelum aktif dalam pengerjaan skripsi, penulis telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) periode Januari-Maret 2015 di Pekon Kiluan Negeri, Kec. Kelumbayan, Kab. Tanggamus. Kemudian di Bulan Agustus 2015 penulis juga telah melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Stasiun Televisi TVRI Lampung.

Motto:

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan” (Al-Insyirah Ayat 5)

“Bersyukurlah, maka hidupmu akan berkecukupan dan tenang”
(Afrizal Kurniawan)

Persembahan

Bismillahirrahmanirrahim.

*Dengan rasa penuh syukur dan bangga, aku
persembahkan karya sederhana ku ini*

Kepada

Mama dan Almarhum Papa Ku Tercinta

Aku sangat sayang kalian

Afrizal Kurniawan

SANWACANA

Alhamdulillahirobbil'alamin. Segala puji dan syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Karakteristik Dan Respon Audiens Penonton Tayangan Sinetron Tukang Bubur Naik Haji The Series (Studi Pada Masyarakat Perumahan Bataranila, Desa Hajimena, Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan)”** sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Penyelesaian skripsi ini tidak semata hanya berbekal pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki. Tanpa adanya bantuan, dukungan, motivasi dan semangat dari berbagai pihak, tidak mungkin skripsi ini bisa terselesaikan. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengungkapkan rasa syukur, hormat, dan terimakasih kepada:

1. Allah SWT, karena berkat rahmat, hidayah dan nikmatnya, maka penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini hingga selesai.
2. Kedua orang tuaku tercinta, Heri Astuti, S.E. dan Nurdin, S.Pd. (Alm), karena berkat mereka berdualah, penulis dapat sekolah menuntut ilmu dan mencapai gelar sarjana ini. Terima kasih banyak yang tak terhingga untuk kalian berdua.

3. Abangku Fadhli Herdiansyah, S.I.P. dan Adikku Taufiq Hidayat, yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Agus Hadiawan, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
5. Ibu Dhanik Sulistyarini, S.Sos., M.Comn&MediaSt. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan juga sebagai dosen pembahas. Terimakasih banyak bu atas segala saran dan masukan yang telah ibu berikan.
6. Bapak Drs. Teguh Budi Raharjo, M.Si. selaku dosen pembimbing, yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing skripsi saya, bertukar pikiran, dan berbagi banyak ilmu yang bermanfaat. Terima kasih banyak pak atas bimbingan dan nasehatnya.
7. Bapak Drs. Sarwoko, M.Si. selaku dosen pembimbing akademik, serta seluruh dosen dan staff di Jurusan Ilmu Komunikasi, terima kasih atas segala ilmu dan pengalaman yang telah diberikan selama perkuliahan.
8. Kepada staff dan pegawai di lingkungan FISIP Universitas Lampung, terima kasih atas segala bantuannya selama ini.
9. Bapak Izzul Fatchu Reza, S.A.N., M.P.A. Terima kasih banyak atas ilmu, pengalaman serta nasehatnya, dan telah banyak sekali membantu penulis dalam proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini
10. Kepada informan-informan penulis, Tante Neneng, Tante Ani, Ibu Tuti, Bang Izzul, Pak RT (Arwin), Om Slamet, dan Mbak Yati. Terima kasih telah bersedia menjadi informan penulis.

11. Wananda Ayu Lestari, yang selalu menyemangati, selalu sabar, dan selalu memberikan motivasi serta dukungannya dalam penyelesaian skripsi ini.
Thank you for all your kindness.
12. Para sahabatku komunikasi 2012, Arief Aji, To'at, Dicky, Steven dan Fajar. Terima kasih atas bantuan dan kebersamaannya selama ini, semoga komunikasi kita tidak pernah hilang meskipun kelak kita tidak bareng-bareng lagi.
13. Teman-teman komunikasi 2012, Isma, Nofal, Emak Fitria, Ika, Abi, Iam, Abo, Arif Fianto, Arlyandi, Mbak Citra, Cita, Dita Putriana, Ni Ayu, Arum, Marsya, Meilin, Andita, Pujay, Muntia, Rahma Penyuk, Nana, Fani, Flaga, Rika Alam, Eci, Dwi Mamot, Sist Riva, Emil, Dendy, Eli, Eno, Aong, Rika Ni'matus, Kartini, Nedy, Dini, Silvi, Dwi Ibu, Andini, Ardi, Indah Inay, Putra, Purwo, Boim, Rangga, Okta, Mido, Afif, Amel Dugem, Amel Maryska, Anisa, Aulia, Cliff, Nanda, Iko, Gadis, Hamid, Hani, Tati, Heru, Iqbal, Ivan, Jefry, Okke, Daus, Mahda, Reza, Rizka, Murti, Wuri, Riri, Kokom, Kak Wid, Yuli. Terima kasih atas bantuan dan candaannya selama ini, sukses pokoknya buat kita semua ya Kom.
14. Teman-teman HMJ Ilmu Komunikasi periode 2014-2015, Rizki, Emon, Arum, Hanief, Indra, Zulfa, Rezky, Nuy, Arpad, Fajar, Flaga, Pepi, Egy, Shyntia. Terima kasih atas kebersamaan dan kekompakannya selama di HMJ.
15. Teman-teman KKN Kiluan Negeri, Rosim, Yudhis, Bang Irvan, Firman, Ajeng, Alfi, Devi, Tata, dan Mbak Karina. Terima kasih atas pengalaman hidup dan udah mau satu atap selama 40 hari lamanya.

16. Untuk masyarakat Kiluan Negeri, buat Pak Kadek, dan Ibu Niluh terima kasih banyak sudah mau menampung kami di rumahnya selama 40 hari, Bang Dul, Kiuh, Madon, Rama, Pademi, Ustadz Ujang, Umi Dedeh, dan seluruh masyarakat kiluan yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih banyak telah memberikan pengalaman hidup selama 40 hari.
17. Teman-teman alumni IPA1 SMAN 13 Bandar Lampung, Alfon, Merda, Tama, Icha, Triyas, Denti, Ririn, Yogie. Semoga kita semua kelak sukses ya.
18. Aiman, Danzen, Sigit, Febri, dan Fredy. Terimakasih telah menjadi kawan rumah yang baik dan asyik.
19. Dian, Cinkia, Indra, dan Asrul. Terimakasih atas candaan dan semangatnya.
20. Kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis selama perkuliahan hingga selesainya skripsi ini.

Bandar Lampung, September 2016

Afrizal Kurniawan

Daftar Isi

	Halaman
Daftar Isi	i
Daftar Tabel	iii
Daftar Gambar	iv
Daftar Bagan	v
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II Tinjauan Pustaka	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Tinjauan Tentang Karakteristik.....	10
2.3 Tinjauan Tentang Respon	11
2.4 Tinjauan Tentang Audiens	12
2.4.1 Karakteristik Audiens.....	13
2.4.2 Konsep Audiens	15
2.4.3 Tipe Audiens	17
2.4.4 Jenis-jenis Audiens	18
2.5 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa.....	19
2.5.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	19
2.5.2 Karakter Komunikasi Massa	20
2.5.3 Proses Komunikasi Massa	22
2.5.4 Efek Komunikasi Massa	23
2.5.5 Dampak Komunikasi Massa	23
2.6 Tinjauan Tentang Televisi.....	25
2.6.1 Pengertian Televisi.....	25
2.6.2 Fungsi-fungsi Televisi.....	26
2.7 Tinjauan Tentang Tayangan Sinetron	28
2.7.1 Pengertian Tayangan Sinetron	28
2.7.2 Sinetron Tukang Bubur Naik Haji <i>The Series</i>	29
2.8 Tinjauan Teori	30
2.8.1 Teori Perbedaan Individu (<i>The Individual Difference Theory</i>).....	30
2.9 Kerangka Pikir	33
BAB III Metode Penelitian	34
3.1 Tipe Penelitian	34
3.2 Definisi Konsep.....	35
3.3 Indikator Penelitian	37
3.4 Metode Penelitian.....	39
3.5 Objek Penelitian	40
3.6 Informan Penelitian.....	40
3.7 Jenis Data	41
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.9 Teknik Analisa Data.....	42

BAB IV Gambaran Umum.....	43
4.1 Gambaran Umum Sinetron Tukang Bubur Naik Haji <i>The Series</i>	43
4.2 Gambaran Umum Objek Penelitian	48
BAB V Hasil dan Pembahasan	50
5.1 Penyajian Hasil Penelitian	50
5.2 Identitas Informan	50
5.3 Karakteristik Audiens Penonton Tayangan Sinetron Tukang Bubur Naik Haji <i>The Series</i>	54
5.4 Respon Audiens Penonton Tayangan Sinetron Tukang Bubur Naik Haji <i>The Series</i>	60
5.4.1 Respon Audiens Terhadap Perilaku Tokoh Utama H. Muhidin	60
5.4.2 Respon Audiens Terhadap Jalan Cerita Sinetron Tukang Bubur Naik Haji <i>The Series</i>	66
5.4.3 Respon Audiens Terhadap Gaya Bahasa Yang Diucapkan Para Pemain Sinetron	72
5.4.4 Respon Audiens Mengenai Tokoh Favorit Dalam Sinetron Tukang Bubur Naik Haji <i>The Series</i>	78
5.4.5 Respon Audiens Mengenai Kelebihan dan Kekurangan Dalam Sinetron Tukang Bubur Naik Haji <i>The Series</i>	83
5.5 Tayangan Sinetron Tukang Bubur Naik Haji <i>The Series</i>	92
5.5.1 Durasi Waktu Menonton Dalam Satu Kali Tayang Sinetron Tukang Bubur Naik Haji <i>The Series</i>	92
5.5.2 Jumlah Episode Tayangan Sinetron Tukang Bubur Naik Haji <i>The Series</i> Yang Ditonton Audiens Per Minggu.....	95
5.6 Pembahasan.....	98
5.6.1 Pembahasan Hasil Penelitian Berdasarkan Tujuan Penelitian	98
 BAB VI Kesimpulan dan Saran.....	 111
6.1 Kesimpulan	111
6.2 Saran.....	114
 Daftar Pustaka	 115
 Lampiran	 118

Daftar Tabel

Tabel	Halaman
1. Penelitian Terdahulu	8
2. Karakteristik Audiens Penonton Tayangan Sinetron Tukang Bubur Naik Haji <i>The Series</i>	59
3. Respon Audiens Terhadap Perilaku Tokoh Utama H. Muhidin.....	64
4. Kategori Respon Informan Terhadap Perilaku Tokoh Utama H. Muhidin	65
5. Respon Audiens Terhadap Jalan Cerita Sinetron Tukang Bubur Naik Haji <i>The Series</i>	70
6. Kategori Respon Informan Terhadap Jalan Cerita Sinetron Tukang Bubur Naik Haji <i>The Series</i>	71
7. Respon Audiens Terhadap Gaya Bahasa Yang Dibawakan Oleh Para Pemain Sinetron Tukang Bubur Naik Haji <i>The Series</i>	75
8. Kategori Respon Informan Terhadap Gaya Bahasa Yang Dibawakan Oleh Para Pemain Sinetron Tukang Bubur Naik Haji <i>The Series</i>	76
9. Respon Audiens Terhadap Tokoh Favorit Dalam Tayangan Sinetron Tukang Bubur Naik Haji <i>The Series</i>	81
10. Kategori Respon Informan Terhadap Tokoh Favorit Dalam Tayangan Sinetron Tukang Bubur Naik Haji <i>The Series</i>	83
11. Respon Audiens Terhadap Kelebihan dan Kekurangan Dari Tayangan Sinetron Tukang Bubur Naik Haji <i>The Series</i>	88
12. Kategori Respon Informan Terhadap Kelebihan dan Kekurangan Dari Tayangan Sinetron Tukang Bubur Naik Haji <i>The Series</i>	90
13. Lama Durasi Audiens Menonton Tayangan Sinetron Tukang Bubur Naik Haji <i>The Series</i> Dalam Waktu Sekali Tayang.....	94
14. Kategori Informan Terhadap Lama Durasi Menonton Sinetron Tukang Bubur Naik Haji <i>The Series</i> Dalam Waktu Sekali Tayang	95
15. Jumlah Episode Sinetron Tukang Bubur Naik Haji <i>The Series</i> Yang Ditonton Audiens Dalam Waktu Satu Minggu.....	97
16. Kategori Informan Terhadap Jumlah Episode Sinetron Tukang Bubur Naik Haji <i>The Series</i> Yang Ditonton Dalam Waktu Satu Minggu.....	98

Daftar Gambar

Gambar	Halaman
1. Cover Sinetron Tukang Bubur Naik Haji <i>The Series</i>	43
2. Informan Pertama.....	51
3. Informan Kedua	51
4. Informan Ketiga	52
5. Informan Keempat	52
6. Informan Kelima	52
7. Informan Keenam.....	53
8. Informan Ketujuh	53

Daftar Bagan

Bagan	Halaman
1. Aliran Pesan Komunikasi Massa	22
2. Kerangka Pikir Penelitian	33

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan komunikasi menjadi lebih cepat, efektif, dan efisien dengan kemajuan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK). Teknologi telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia zaman sekarang. Bahkan dapat dikatakan, seluruh aspek kehidupan seperti bidang sosial, politik dan ekonomi, telah bersentuhan langsung dengan teknologi. Hal ini dikarenakan mutu dari sumber daya manusia (SDM) itu sendiri memiliki tingkat pengetahuan dan kemampuan yang semakin tinggi. Berbagai kemajuan teknologi dapat dirasakan oleh masyarakat luas baik dari bidang komunikasi, elektronik, transportasi, ilmu pengetahuan dan bidang-bidang lainnya.

Dalam kehidupan masyarakat modern seperti sekarang, manusia dituntut untuk mengetahui informasi-informasi yang selalu berkembang, dimana dalam penyampaian informasi tersebut manusia tidak terlepas dari proses komunikasi. Dan didalam proses komunikasi tersebut pasti dan tentu membutuhkan sarana atau media

dalam penyampaiannya, baik melalui media massa atau melalui media komunikasi lainnya.

Perkembangan media massa semakin hari semakin pesat, hal ini bisa kita lihat dengan adanya media-media massa yang ada pada saat ini. Media massa merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi dalam bidang informasi dan komunikasi. Secara garis besar media massa dibagi menjadi dua yaitu media elektronik dan media cetak. Media elektronik contohnya seperti televisi, internet, sedangkan media cetak contohnya seperti koran, majalah dan lain sebagainya.

Salah satu bentuk media massa saat ini adalah televisi. Televisi merupakan media massa elektronik yang paling banyak dinikmati oleh masyarakat. Karena media televisi dianggap media yang paling efektif. Televisi merupakan gabungan dari audio dan visual yang bersifat informatif. Televisi saat ini telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak orang yang menghabiskan waktunya lebih lama didepan pesawat televisi dibandingkan dengan waktu yang digunakan untuk bersosialisasi dengan individu atau kelompok disekitarnya. Televisi menjadi cermin perilaku masyarakat dan televisi dapat menjadi candu bagi sebagian orang yang maniak dengan acara-acara yang disuguhkan.

Televisi secara tak langsung seakan memaksa kita untuk mengkonsumsinya lebih banyak dan lebih banyak lagi. Selain itu televisi memperlihatkan bagaimana kehidupan orang lain dan memberikan ide tentang bagaimana kita ingin menjalani hidup ini. Singkatnya, televisi mampu dan dapat memasuki relung-relung kehidupan manusia lebih dari yang lain. Saat ini bisa dikatakan bahwa televisilah yang menjadi

media komunikasi massa paling populer. Studi tentang televisi pun banyak dilakukan. Karakteristik televisi yang memiliki jangkauan siar luas dan dapat memberikan efek yang besar pula menjadi daya tarik tersendiri untuk diteliti.

Menurut Dominick yang dikutip oleh Elvinaro, dkk (2007:15-17) bahwa televisi merupakan alat komunikasi massa yang memiliki fungsi sebagai berikut:

a. *Surveillance* (Pengawasan)

Fungsi pengawasan terbagi menjadi dua yaitu pertama fungsi pengawasan peringatan dimana ketika media massa menginformasikan tentang ancaman kondisi efek yang memprihatinkan dan yang kedua fungsi pengawasan instrumental yaitu penyampaian dan penyebaran informasi memiliki kegunaan dalam kehidupan sehari-hari.

b. *Interpretation* (Penafsiran)

Fungsi penafsiran yaitu maksudnya televisi tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting.

c. *Linkage* (Pertalian)

Fungsi pertalian yaitu merupakan penyatuan anggota masyarakat yang beragam, membentuk pertalian berdasarkan kepentingan dan minat yang sama, individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok yang mereka saksikan.

d. *Transmission Of Values* (Penyebaran Nilai)

Fungsi ini disebut juga sosialisasi. Media massa televisi memperlihatkan kepada audiens tentang bagaimana seharusnya mereka bertindak dan apa yang diharapkan mereka.

e. *Entertainment* (Hiburan)

Fungsi sebagai hiburan yaitu televisi memberikan tayangan acara yang bersifat menghibur yang tujuannya untuk mengurangi ketegangan pikiran audiens.

Sesuai dengan perkembangan zaman yang kian maju, banyak stasiun-stasiun televisi swasta yang menyajikan berbagai macam konten acara, baik dari segi pendidikan maupun dari segi hiburan semata. Di Indonesia sendiri terdapat 15 stasiun televisi siaran gratis yang salurannya dapat ditangkap melalui antena UHF/VHF, diantaranya adalah ANTV, Global TV, Indosiar, iNews, Kompas TV, Metro TV, MNCTV, NET TV, Rajawali Televisi, RCTI, SCTV, Trans TV, Trans7, TV One, dan TVRI yang mengudara secara nasional.

Salah satu stasiun televisi tersebut adalah RCTI yang selalu menampilkan ide-ide yang inovatif dan kreatif dalam setiap program acaranya. Alasan memilih stasiun televisi RCTI adalah karena keunggulannya dibandingkan stasiun televisi swasta yang lainnya yaitu RCTI merupakan stasiun televisi swasta pertama yang mengudara di Indonesia pada 13 November 1988, dan memberikan penayangan televisi yang peduli terhadap pendidikan dan mendapat penghargaan sebagai 3 besar stasiun televisi yang peduli dengan penayangan informasi pendidikan dalam rangka Hari Pendidikan Nasional Tahun 2008.

Dan salah satu jenis acara yang ada distasiun televisi tersebut adalah sinetron. Sinetron merupakan sebuah tayangan film berseri dan ditonton melalui media elektronik. Sinetron berbeda dengan film. Sinetron adalah sebuah tayangan berseri yang dibuat sampai berpuluh-puluh bahkan sampai ratusan hingga ribuan episode, sementara film adalah sebuah tayangan lepas serta berdurasi pendek.

Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* adalah salah satu sinetron yang masih tayang di stasiun televisi swasta RCTI hingga saat ini. Sinetron ini pertama kali tayang pada tanggal 28 Mei 2012. Mengapa penulis memilih tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series*, karena sinetron ini memiliki keistimewaan dan keunggulan diantaranya sinetron ini telah merengkuh berbagai gelar di dunia pertelevisian. Salah satunya adalah pada tahun 2014 yang mana sinetron ini berhasil memenangkan penghargaan dari International Drama Festival Tokyo 2014 sebagai kategori Drama Internasional. Kemudian juga sinetron ini telah berhasil memenangkan Panasonic Global Award untuk kategori aktris terfavorit pada tahun 2013. Kemudian juga adalah karena keunikan jalan cerita yang ditayangkan setiap harinya hampir sama persis di kehidupan sehari-hari, seperti kehidupan bertetangga yang rukun dan saling tolong-menolong, tetapi tidak sedikit pula ada yang selalu bermasalah dan menyebabkan keributan hanya karena sebuah kedudukan jabatan dan gengsi di dalam lingkungan rumah tangganya.

Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah audiens penonton tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* yakni masyarakat perumahan Bataranila yang berusia 17 tahun keatas. Mengapa demikian, karena pada usia tersebut

responden diharapkan bisa lebih matang dalam menyikapi permasalahan yang ada padanya, kemudian pada usia ini juga rasa keingintahuan seseorang semakin meningkat dan juga kematangan mental, emosional, serta kebijaksanaan dalam memilih suatu tayangan sehingga pada usia ini merupakan sasaran yang tepat sebagai responden pada penelitian ini.

Sedangkan alasan dipilihnya lokasi penelitian di perumahan Bataranila, yaitu karena masyarakat yang tinggal pada daerah ini bersifat heterogen, dimana masyarakat yang tinggal pada daerah ini memiliki latar belakang, profesi, tingkat pendidikan, tingkat ekonomi, etnis, dan lain-lain yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Sehingga sangat menarik untuk meneliti ditempat ini karena memiliki keberagaman dan kehidupan sosial yang berbeda-beda. Kemudian juga karena pada daerah ini masyarakat yang tinggal adalah mayoritas beragama Islam.

Dengan demikian diharapkan setelah selesainya penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk kedepannya yaitu hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tinjauan penelitian dan pembanding untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan karakteristik dan respon audiens dalam menyaksikan suatu tayangan di televisi. Serta untuk mengetahui tentang gambaran keadaan suatu masyarakat dalam menyaksikan suatu tayangan di televisi.

Dari uraian diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai “Karakteristik dan Respon Audiens Penonton Tayangan Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* (Studi Pada Masyarakat Perumahan Bataranila, Desa Hajimena, Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan)” yakni peneliti ingin mengetahui seperti apa

karakteristik dan respon audiens penonton tayangan sinetron ini, yang mana hingga saat ini sinetron tersebut masih menduduki peringkat pertama dalam jumlah episode terbanyak tayangan sinetron di Indonesia, dengan jumlah episode hingga saat ini berjumlah 1933 episode (masih berlanjut) dan mengalahkan jumlah episode sinetron Cinta Fitri yakni 1002 episode.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimanakah Karakteristik dan Respon Audiens Penonton Tayangan Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* di masyarakat perumahan Bataranila” ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik dan respon audiens penonton tayangan Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* di masyarakat perumahan Bataranila.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan informasi dan dokumentasi. Selain itu juga sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan karakteristik dan respon audiens terhadap suatu tayangan.
2. Secara praktis, penelitian ini berguna untuk memberikan sumbangan pemikiran bagi pemecahan masalah yang berhubungan dengan karakteristik dan respon audiens terhadap suatu tayangan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

1.	Penulis Penelitian	Rife Yurianto (Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP UNILA 2011)
	Judul Penelitian	Respon Pemirsa Terhadap Tayangan Komedi Opera Van Java (OVJ) Di Trans 7 (Studi Pemirsa di RT 05 Lingkungan III Pringsewu Timur Kabupaten Pringsewu)
	Metode Penelitian	Deskriptif Kuantitatif
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa pemirsa memberikan respon atau tanggapan positif terhadap tayangan komedi Opera Van Java (OVJ) di Trans 7. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa tayangan komedi Opera Van Java (OVJ) di Trans 7 digemari oleh pemirsa televisi, karena jawaban mereka mengindikasikan mereka menyukai jargon atau istilah yang sering diucapkan dalang, perilaku dalang, gaya sinden, perilaku wayang, tim kreatif Trans 7, maupun pemilihan cerita yang disajikan dan bintang tamu yang hadir.
	Perbedaan Penelitian	Pada penelitian ini fokus penelitiannya terfokus pada respons pemirsa tentang tayangan komedi Opera Van Java (OVJ), baik respon dari gaya dalangnya, wayang, sinden, dan juga tim kreatif Trans 7.

		Sedangkan penelitian saya terfokus pada karakteristik dan juga respon audiens dalam menyaksikan sebuah tayangan sinetron <i>Tukang Bubur Naik Haji The Series</i> .
--	--	---

2	Penulis Penelitian	Dita Dewi Kartikasari (Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Jawa Timur 2013)
	Judul Penelitian	Motif Pemirsa Menonton Sinetron <i>Tukang Bubur Naik Haji The Series</i> (Studi Deskriptif Kuantitatif Motif Pemirsa di Surabaya Dalam Menonton Sinetron <i>Tukang Bubur Naik Haji The Series</i> di RCTI)
	Metode Penelitian	Deskriptif Kuantitatif
	Hasil Penelitian	Dari penelitian ini dapat disimpulkan ada 3 motif yang mendasari dalam menonton sinetron <i>Tukang Bubur Naik Haji The Series</i> di RCTI yaitu motif informasi, motif identitas personal, dan motif hiburan pada kategori tinggi, karena motif tersebut dapat memenuhi kebutuhan khalayak yaitu dengan candaan yang diberikan melalui tokoh dalam sinetron tersebut, dan memberikan inspirasi bagi khalayak.
	Perbedaan Penelitian	Pada penelitian ini teori yang digunakan adalah 2 teori yaitu teori <i>Uses and Gratifications</i> dan teori kebutuhan. Kemudian isi dari penelitian ini membahas mengenai motif pemirsa, sedangkan penulis hanya menggunakan 1 teori yaitu teori perbedaan individual, dan terfokus pada karakteristik dan respon audiens dalam menonton tayangan sinetron <i>Tukang Bubur Naik Haji The Series</i> .

2.2 Tinjauan Tentang Karakteristik

Secara etimologis istilah karakteristik diambil dari bahasa Inggris yaitu *characteristic*, yang artinya mengandung sifat khas. Menurut Kamus Besar Indonesia, karakteristik adalah ciri-ciri khusus atau mempunyai sifat khas sesuai dengan perwatakan tertentu. Karakteristik adalah ciri khas seseorang dalam meyakini, bertindak ataupun merasakan. Berbagai teori pemikiran dari karakteristik tumbuh untuk menjelaskan berbagai kunci karakteristik manusia (Boere, 2008:426).

Dalam kamus lengkap psikologi karya J.P Chaplin (2006), dijelaskan bahwa karakteristik merupakan sinonim dari kata karakter, watak, dan sifat yang memiliki pengertian diantaranya:

1. Suatu kualitas atau sifat yang tetap terus menerus dan kekal yang dapat dijadikan ciri untuk mengidentifikasi seorang pribadi, suatu objek, suatu kejadian.
2. Integritas atau *sintese* dari sifat-sifat individual dalam bentuk suatu kesatuan.
3. Kepribadian seseorang, dipertimbangkan dari titik pandangan etis atau moral.

Jadi, diantara pengertian-pengertian diatas sebagaimana yang telah dikemukakan oleh J.P Chaplin, dapat disimpulkan bahwa karakteristik itu adalah suatu sifat yang khas, yang melekat pada seseorang atau suatu objek. Sedangkan menurut Nimran (Sopiah, 2008:13) bahwa karakteristik individu adalah ciri-ciri biografis, kepribadian, persepsi dan sikap.

2.3 Tinjauan Tentang Respon

Respon berasal dari kata *response*, yang berarti balasan atau tanggapan (*reaction*). Respon adalah istilah psikologi yang digunakan untuk menamakan reaksi terhadap rangsangan yang diterima oleh panca indra. Hal yang menunjang dan melatarbelakangi ukuran sebuah respon adalah sikap, persepsi, dan partisipasi. Susanto (1988:73) mengatakan, respon merupakan reaksi artinya penerimaan atau penolakan, serta sikap acuh tak acuh terhadap apa yang disampaikan oleh komunikator dalam pesannya. Respon dapat dibedakan menjadi opini (pendapat) dan sikap, dimana pendapat atau opini adalah jawaban terbuka (*overt response*) terhadap suatu persoalan yang dinyatakan dengan kata-kata yang diucapkan atau tertulis. Sedangkan sikap merupakan reaksi yang tertutup (*convert response*) yang bersifat emosional dan pribadi, merupakan tendensi untuk memberikan reaksi yang sangat positif atau negatif terhadap orang-orang, objek, atau situasi tertentu.

Harley dan Smith (dalam Ahmadi, 1999:164) membagi respon kedalam dua bentuk yaitu respon positif dan respon negatif.

a) Respon Positif

Sebuah bentuk respon, tindakan, atau sikap yang menunjukkan atau memperlihatkan menerima, mengakui, menyetujui, serta melaksanakan norma-norma yang berlaku dimana individu itu berada.

b) Respon Negatif

Sebuah bentuk respon, tindakan, atau sikap yang menunjukkan atau memperlihatkan penolakan atau tidak menyetujui terhadap norma-norma yang berlaku dimana individu itu berada.

Menurut teori simbolik, individu dalam memberikan respon didasarkan pada pemahaman mereka terhadap fenomena sosial yang akan mereka respon. Berbeda dengan teori behavior, dimana individu dalam merespon fenomena sosial tidak didasarkan pada pemahaman mereka terhadap fenomena sosial tersebut.

2.4 Tinjauan Tentang Audiens

Secara harfiah audiens disebut juga sebagai khalayak. Audiens adalah sekumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, dan pemirsa diberbagai media atau komponen beserta isinya, seperti pendengar radio atau penonton televisi. Kata audiens sendiri lebih dikenal oleh masyarakat luas sebagai “*receivers*”. Audiens atau khalayak adalah salah satu aktor dari proses komunikasi. Karena itu unsur khalayak tidak boleh diabaikan, sebab berhasil tidaknya proses komunikasi sangat ditentukan oleh khalayak (Cangara, 2010:157).

Menurut Nightingale (2003) ada 4 pengertian audiens, yaitu:

1. Audiens yaitu “orang-orang yang berkumpul”.
2. Audiens yaitu “orang-orang yang dituju”, berarti suatu grup yang terdiri dari orang-orang yang dikirim pesan.

3. Audiens yaitu “yang terjadinya”. Pengalaman akan menerima pesan, apakah sendiri atau dengan orang lain sebagai interaksi di kehidupannya.
4. Audiens yaitu “mendengar” atau “audisi”.

Pada hakikatnya audiens bersifat dualitas, maksudnya adalah suatu kolektivitas yang terbentuk baik sebagai tanggapan terhadap isi media itu, sekaligus merupakan sesuatu yang sudah ada didalam kehidupan sosial yang kemudian berhubungan dengan media tersebut. Audiens sendiri terbentuk karena adanya media. Secara perlahan-lahan masyarakat membentuk suatu hal yang kita sebut dengan audiens. Secara historis, audiens terbentuk karena adanya gagasan tentang publik yang pada akhirnya berkembang hingga sekarang. Media membentuk audiens menjadi beberapa bagian berdasarkan minat, pendidikan, umur, sosial, agama, dan juga politik.

2.4.1 Karakteristik Audiens

Dalam komunikasi massa, yang dimaksud dengan audiens disini sangatlah beragam, mulai dari penonton televisi sampai ke pembaca buku, majalah, koran, serta yang lainnya. Dan masing-masing diantaranya sangatlah berbeda. Dalam hal berfikir, menanggapi dari pesan yang diterimanya, pengalamannya serta orientasi didalam kehidupan. Akan tetapi, masing-masing dari individu itu sendiri bisa saling mereaksi pesan yang diterimanya. Menurut Hiebert (Nurudin, 2007:105-106) audiens dalam komunikasi massa memiliki 5 karakteristik, diantaranya:

1. Audiens cenderung berisi individu-individu yang condong untuk berbagi pengalaman dan dipengaruhi oleh hubungan sosial diantara mereka. Dalam

hal ini para individu tersebut lebih memilih produk media yang mereka gunakan seleksi kesadaran.

2. Audiens cenderung besar. Besar maksudnya adalah tersebar ke berbagai wilayah jangkauan sasaran komunikasi massa. Meskipun begitu, ukuran dari besar ini sifatnya bisa jadi relatif. Hal ini dikarenakan ada media tertentu yang khalayaknya mencapai ribuan bahkan sampai jutaan. Keduanya tetap disebut audiens meskipun jumlahnya berbeda. Perbedaan ini bukanlah sesuatu yang prinsip, jadi tidak ada ukuran yang pasti tentang luasnya dari audiens itu.
3. Audiens cenderung heterogen. Dalam hal ini heterogen berarti audiens yang terdiri dari beragam lapisan dan kategori sosial. Beberapa media tertentu yang sasaran, tetapi heterogenitasnya juga tetap ada.
4. Audiens cenderung anonim yaitu tidak mengenal antara satu sama lain. Keseluruhan audiens media tidak bisa saling mengenal satu sama lain secara keseluruhan dalam pengertian yang menekankan pada semua audiens sebuah media yang jumlahnya bisa mencapai jutaan. Tidak mengenal tersebut, tidak ditekankan antara satu kasus per kasus, tetapi meliputi semua audiens
5. Audiens secara fisik dipisahkan dari komunikator. Seperti halnya ketika kita sedang berada di suatu kota dan sedang menikmati suatu acara stasiun televisi di daerah lain. Secara tidak langsung kita telah dipisahkan oleh jarak. Dan audiens juga dapat dikatakan dipisahkan oleh ruang dan waktu.

2.4.2 Konsep Audiens

Denis McQuail (1987:203-205) menyebutkan beberapa konsep alternatif tentang audiens diantaranya sebagai berikut:

1. Audiens sebagai kumpulan penonton, pembaca, pendengar, pemirsa

Konsep audiens diartikan sebagai penerima pesan-pesan dalam komunikasi massa, yang keberadaannya tersebar, heterogen, dan berjumlah banyak. Pendekatan sosial budaya sangat menonjol untuk mengkaji konsep ini.

2. Audiens sebagai massa

Konsep audiens diartikan sebagai suatu kumpulan orang yang berukuran besar, heterogen, penyebaran, dan anonimitasnya serta lemahnya organisasi sosial dan komposisinya yang berubah dengan cepat dan tidak konsisten. Massa tidak memiliki keberadaan (eksistensi) yang berlanjut kecuali dalam pemikiran mereka yang ingin memperoleh perhatian dan memanipulasi orang-orang sebanyak mungkin. McQuail menyatakan bahwa konsep ini sudah tidak layak lagi dipakai.

3. Audiens sebagai kelompok sosial atau publik

Konsep audiens diartikan sebagai suatu kumpulan orang yang terbentuk atas dasar suatu isu, minat, atau bidang keahlian. Audiens ini aktif untuk memperoleh informasi dan mendiskusikannya dengan sesama anggota audiens. Pendekatan sosial politik sangat menonjol untuk mengkaji konsep ini.

4. Audiens sebagai pasar

Konsep audiens diartikan sebagai konsumen media dan sebagai audiens (penonton, pembaca, pendengar, atau pemirsa) iklan tertentu. Pendekatan sosial ekonomi sangat menonjol untuk mengkaji konsep ini.

Konsep tentang audiens memang berkembang terus. Audiens ada yang tercipta karena respon masyarakat terhadap isi media yang disampaikan. Audiens juga tercipta karena ada kesengajaan media massa untuk melayani sejumlah individu atau kelompok audiens yang tersebar di masyarakat. Dengan pola terbentuknya audiens seperti itu, maka secara teoritis terjadi proses yang menyatukan kelompok masyarakat menjadi suatu audiens, ada juga yang dipecah menjadi kelompok-kelompok yang mempunyai kecenderungan yang sama.

Dengan demikian konsep audiens harus bisa menggambarkan proses hubungan sosial antara media massa dengan lingkungan yang menjadi berdirinya lembaga media. Oleh karena itu konsep media *uses and gratification* dan kehidupan sehari-hari merupakan konsep-konsep yang akan merajut agar konsep audiens lebih manusiawi, tidak membatasi individu dengan lingkungan sosialnya maupun dengan media massanya. Sehingga bisa mempertemukan konsep-konsep yang berbeda terutama tentang apakah audiens itu terbentuk karena respon masyarakat, terhadap isi media atau desain awal media untuk melayani keinginan masyarakat.

2.4.3 Tipe Audiens

Menurut McQuail (1987:206-208) asal-usul berbagai audiens mempunyai dua tipe dasar, tetapi setiap tipe paling sedikit mempunyai dua sub tipe, yang dapat dikarakterisasikan lebih lanjut sebagai berikut:

1. Kelompok atau publik

Sejalan dengan suatu pengelompokan sosial yang ada (misalnya, komunitas, keanggotaan minoritas politis, religius, atau etnis) dan dengan karakteristik sosial bersama dari tempat, kelas sosial, politik, budaya, dan sebagainya. Audiens seperti itu mungkin lebih stabil sepanjang waktu dari tipe audiens yang lain. Para anggota bertahan lama, tanggap terhadap dan memiliki partisipasi tertentu dalam apa yang ditawarkan. Kelompok kepuasan terbentuk atas dasar tujuan atau kebutuhan individu tertentu yang ada terlepas dari media, tetapi berkaitan misalnya, dengan isu politik atau sosial, jadi suatu kebutuhan umum akan informasi atau akan kepuasan emosional dan afeksi tertentu. Dari segi komposisinya mungkin agak homogen, aktif dalam mengungkapkan permintaan yang membentuk penawaran, dan juga selektif. Akan tetapi audiens tipe ini bukanlah kelompok sosial tetapi kumpulan dari individu-individu yang terwujud dalam perilaku konsumen. Aktivitas dan selektivitas rasional terungkap dalam perilaku individu. Kelompok penggemar atau budaya cita rasa terbentuk atas dasar minat pada jenis isi (atau gaya) atau daya tarik tertentu akan kepribadian tertentu atau cita rasa budaya/intelektual tertentu. Komposisinya akan berubah sepanjang waktu, meskipun beberapa

audiens seperti itu mungkin juga stabil. Eksistensinya tergantung isi yang ditawarkan dan bila isi berubah audiens pasti bubar atau membarui diri.

2. Audiens medium

Berasal dari dan dipertahankan oleh kebiasaan atau loyalitas pada sumber media tertentu misalnya surat kabar, majalah, saluran radio atau televisi. Anggotanya umumnya adalah pelanggan produk media yang dibicarakan atau produk lain yang diiklankan oleh media tersebut.

2.4.4 Jenis-jenis Audiens

Audiens/khalayak yang muncul seiring dengan berjalannya waktu dan kemajuan media. Nightingale (2003) mengemukakan tipologi baru yang berupa keanekaragaman baru, diantaranya ada 4 (empat) jenis sebagai berikut:

1. Audiens sebagai orang berkumpul

Pada dasarnya diukur sebagai agregat memperhatikan presentasi media tertentu atau produk pada waktu tertentu ini disebut dengan penonton.

2. Audiens sebagai penonton yang berbicara

Merujuk kepada sekelompok orang yang digambarkan oleh komunikator dan untuk konten yang dibentuk. Hal ini juga dikenal sebagai audiens tertulis.

3. Audiens sebagai penonton yang mengalami langsung kejadian

Penerimaan pengalaman sendiri atau dengan orang lain sebagai sebuah peristiwa interaktif dalam kehidupan sehari-hari, dalam konteks oleh tempat atau fitur lain.

4. Audiens dimana penonton yang mendengar

Dasarnya mengacu pada partisipatif pengalaman penonton, ketika penonton terbawa dalam sebuah pertunjukkan atau diaktifkan untuk berpartisipasi dari jarak jauh berarti memberi tanggapan pada waktu yang sama.

2.5 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.5.1 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pesan kepada orang lain dengan tujuan dapat membuat orang tersebut memberikan respon sesuai dengan keinginan si penyampai pesan. Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *kommunis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *communico* yang artinya membagi (Hafied Cangara, 2011:53). Menurut Rakhmat 2011 dalam Bittner (1980:10) komunikasi massa adalah pesan yang di komunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Berdasarkan definisi tersebut, dapat diartikan bahwa komunikasi massa merujuk pada pesan.

Komunikasi massa diadopsi dari istilah bahasa inggris yaitu, *mass communication*, disingkat dari *mass media communication* (komunikasi media massa). Komunikasi massa merupakan sebuah proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas. Dimana khalayak tersebut bersifat heterogen, tersebar, dan anonim. Pesan yang disampaikan diterima oleh khalayak secara serentak (Ardianto Erdinaya, 2004:31). Denis McQuail mengatakan bahwa

komunikator dalam komunikasi massa bukanlah satu orang melainkan sebuah organisasi formal. Komunikasi massa menciptakan pengaruh secara luas dalam waktu singkat kepada banyak orang serentak (Denis McQuail, 2011:32).

Menurut Bittner dalam bukunya *“Mass Communication: An Introduction”* (Sandjaja, 1994:158). Dia mengatakan bahwa komunikasi massa adalah pesan-pesan yang di komunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Definisi ini memberikan batasan pada komponen-komponen dari komunikasi massa, yang mencakup adanya pesan-pesan media massa (surat kabar, majalah, TV, radio, internet dan film).

2.5.2 Karakter Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang sangat banyak, atau biasa juga disebut sebagai massa. Tetapi ini tidak berarti bahwa massa yang dimaksud adalah orang-orang yang menonton televisi atau membaca koran, melainkan berarti masyarakat yang besar dan umumnya agak kurang jelas. Lalu disebutkan juga bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar audio visual. Dan komunikasi mungkin akan lebih mudah dimengerti apabila didefinisikan dengan media pendukungnya seperti televisi, radio, koran, majalah, buku, dan film (Nurudin, 2007:11-12).

Pada prinsipnya definisi komunikasi massa yang diungkapkan oleh ahli-ahli komunikasi mengandung makna yang saling melengkapi antar satu dengan yang

lainnya. Melalui definisi-definisi tersebut maka dapat kita ketahui bahwa karakteristik komunikasi massa adalah sebagai berikut: (Elvinaro, 2007:17)

a) Komunikator Terlembagakan

Komunikasi massa melibatkan suatu lembaga dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks, sehingga komunikasi massa merupakan komunikator terlembagakan.

b) Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa itu bersifat terbuka artinya komunikasi massa ditujukan untuk semua orang bukan hanya pada satu pihak. Oleh karena itu, pesan dalam komunikasi massa bersifat umum.

c) Komunikannya Anonim dan Heterogen

Bersifat anonim karena komunikator dan komunikan tidak saling mengenal dan heterogen karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan sebagainya.

d) Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Maksudnya adalah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator dan penduduk satu sama lain berada dalam keadaan terpisah.

e) Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Dalam komunikasi massa, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan harus disesuaikan dengan karakteristik media massa yang akan digunakan.

f) Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat berhubungan secara langsung. Dengan kata lain, komunikasi massa itu bersifat satu arah.

g) Stimulasi Alat Indra Terbatas

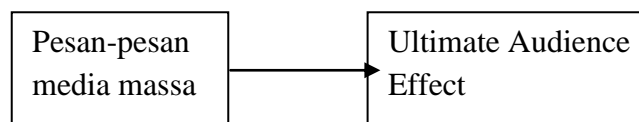
Pada surat kabar dan majalah kita hanya bisa melihat dan pada radio siaran kita hanya bisa mendengarkan, sedangkan pada media televisi dan film, kita dapat menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.

h) Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) dan Tidak Langsung (*Indirect*)

Umpan balik bersifat tidak langsung (*indirect*) dan tertunda (*delayed*). Artinya komunikator tidak dapat segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya.

2.5.3 Proses Komunikasi Massa

Proses komunikasi massa dapat di bahas dengan model S-M-C-R-E, atau dapat mengikuti formula Harold D. Laswell, “*who says what in which channel to whom and with what effect?*”. Pada model ini dipusatkan pada arus komunikasi massa, mulai dari pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa, sampai kepada tanggapan atau efek pesan dari anggota-anggota dalam *mass audience*.



Bagan 1: Aliran Pesan Komunikasi Massa

Dari bagan diatas, dapat ditunjukkan bahwa model ini dipusatkan pada aliran-aliran pesan komunikasi sejak disebarluaskan melalui media massa, hingga mencapai dan memperoleh efek dari khalayak massa (*mass audience*) yang terakhir. Namun demikian, jalannya pesan-pesan media tidak sesederhana seperti yang diperkirakan banyak orang.

2.5.4 Efek Komunikasi Massa

Dalam komunikasi massa, efek digolongkan menjadi dua, yakni efek yang bersifat umum dan efek bersifat khusus. Efek yang bersifat umum menyangkut efek dasar yang diramalkan dapat terjadi akibat pesan-pesan yang disiarkan melalui media massa. Secara umum atau luas, komunikasi melalui media massa telah menciptakan suatu jaringan pengertian, yang tanpa itu tidak mungkin tercipta masyarakat yang besar dan modern. Komunikasi massa mempunyai pengaruh yang besar terhadap modernisasi. Sedangkan efek khusus terutama menyangkut ramalan tentang efek yang diperkirakan akan timbul pada individu-individu dalam suatu *mass audience* pada perilaku mereka dalam menerima pesan-pesan media massa (Wiryanto, 2004:90).

2.5.5 Dampak Komunikasi Massa

Sesuai dengan tujuannya, komunikasi massa mempunyai fungsi untuk memberikan informasi, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi. Adapun pengaruh dampak dari komunikasi massa selain dampak positif juga mempunyai dampak negatif. Pengelola komunikasi massa dapat dipastikan tidak berniat untuk menyebarkan dampak negatif

kepada khalayaknya. Yang diinginkan adalah tentunya pengaruh positif. Apabila terdapat dampak negatif, bisa dikatakan sebagai efek samping. Namun efek samping itu cukup membahayakan sendi-sendi kehidupan masyarakat banyak (Mafri Amir, 1999:31).

Komunikasi massa harus mempunyai efek menambah pengetahuan, mengubah sikap dan menggerakkan perilaku kita. Efek yang terjadi pada komunikasi tersebut terdapat tiga aspek. Ketiganya adalah efek *kognitif*, *afektif*, dan *behavioral*.

a. Efek Kognitif

Pembaca surat kabar atau majalah, pendengar radio, dan penonton televisi merasa mendapatkan pengetahuan setelah membaca, mendengar dan menonton. Banyak ilmu pengetahuan yang diperoleh dari komunikasi tersebut, sehingga komunikasi atau media massa dijadikan sebagai kebutuhan utama setiap hari. Apabila media massa tersebut telah berhasil menambah wawasan atau pengetahuan, maka sudah dapat dilihat bahwa komunikasi massa telah mempunyai pengaruh secara kognitif.

b. Efek Afektif

Komunikasi massa juga akan memberikan dampak atau efek afektif kepada khalayaknya. Efek afektif lebih berkonotasi kepada perubahan sikap dan perasaan. Dalam membaca berita sedih dalam majalah atau surat kabar, seseorang juga keseret perasaan sedih. Demikian juga sebaliknya, orang akan merasa gembira ketika menonton peristiwa lucu di televisi.

c. Efek Behavioral

Setelah mendapatkan ilmu atau pengetahuan, lalu merasakan sesuatu, maka efek yang selanjutnya dari komunikasi massa adalah berubahnya perilaku dari pembaca, pendengar dan penonton. Bila televisi menyebabkan anda lebih mengerti bahasa Indonesia, maka televisi telah menimbulkan efek prososial kognitif. Bila anda membaca penderitaan orang miskin, lalu tergerak untuk membantunya, maka itu dinamakan efek proposional afektif. Tetapi bila anda telah mengirimkan wesel kepada penderita tersebut, maka itu disebut efek prososial behavioral (Jalaluddin Rakhmat, 2001:230).

2.6 Tinjauan Tentang Televisi

2.6.1 Pengertian Televisi

Televisi merupakan bagian dari media massa karena dalam penyampaian pesannya televisi menggunakan saluran media elektronik gelombang frekuensi radio dan penerimaannya pada pesawat penerima yang muncul pada sebidang layar. Televisi bisa dikatakan merupakan gabungan antara radio dan film, karena televisi dapat menyampaikan suatu peristiwa dalam bentuk suara dan gambar bergerak dan memiliki sifat keaktualitasan lebih tinggi dibandingkan media massa yang lain yakni, radio dan surat kabar. Perbedaan antara televisi dan radio adalah televisi hadir dengan media audio visual, sedangkan radio hanya media audio saja.

Televisi yang merupakan media yang paling cepat mengalami perkembangan teknologi mempunyai karakteristik mahal (terutama bagi *broadcasting station*),

terikat pada tenaga listrik sehingga jangkauannya terbatas, terikat pada jam-jam tertentu, mobilitasnya terbatas, dan memerlukan konsentrasi mata dan telinga (EndangSSari, 1993:26). Televisi yang bersifat informatif, hiburan terbukti pada abad ke-20 ini karena televisi telah menjadi suatu fenomena besar bagi semua khalayak. Dalam hal ini, yang perlu kita ketahui berkaitan dengan fungsi televisi sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan karena televisi merupakan tontonan yang enak dinikmati, gratis, dan efektif. Munculnya media televisi dalam kehidupan manusia memang menghasilkan suatu peradaban, khususnya dalam proses komunikasi dan informasi yang bersifat massa (Kuswandi, 1996:22).

2.6.2 Fungsi-fungsi Televisi

Media televisi sebagaimana media massa lainnya mempunyai berbagai fungsi, diantaranya sebagai alat menyebarkan informasi, mendidik, menghibur, mempengaruhi, membimbing, mengkritik, dan sebagai kontrol sosial (Wawan Kuswandi, 1996:98-99).

Menurut Dominick yang dikutip oleh Elvinaro, dkk (2007:15-17) bahwa televisi merupakan alat komunikasi massa memiliki fungsi sebagai berikut:

f. *Surveillance* (Pengawasan)

Fungsi pengawasan terbagi menjadi dua yaitu pertama fungsi pengawasan peringatan dimana ketika media massa menginformasikan tentang ancaman kondisi efek yang memprihatinkan dan yang kedua fungsi pengawasan

instrumental yaitu penyampaian dan penyebaran informasi memiliki kegunaan dalam kehidupan sehari-hari.

g. *Interpretation* (Penafsiran)

Fungsi penafsiran yaitu maksudnya televisi tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting.

h. *Linkage* (Pertalian)

Fungsi pertalian yaitu merupakan penyatuan anggota masyarakat yang beragam, membentuk pertalian berdasarkan kepentingan dan minat yang sama, individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok yang mereka saksikan.

i. *Transmission Of Values* (Penyebaran Nilai)

Fungsi ini disebut juga sosialisasi. Media massa televisi memperlihatkan kepada audiens tentang bagaimana seharusnya mereka bertindak dan apa yang diharapkan mereka.

j. *Entertainment* (Hiburan)

Fungsi sebagai hiburan yaitu televisi memberikan tayangan acara yang bersifat menghibur yang tujuannya untuk mengurangi ketegangan pikiran audiens.

2.7 Tinjauan Tentang Tayangan Sinetron

2.7.1 Pengertian Tayangan Sinetron

Sinetron merupakan penggabungan dan pemendekan dari kata sinema dan elektronika. Elektronika disini tidak semata mengacu pada pita kaset yang proses perekamannya berdasar pada kaidah-kaidah elektronik. Elektronika dalam sinetron itu lebih mengacu pada mediumnya, yaitu televisi atau visual, yang merupakan medium elektronik selain siaran radio (Wardana, 1997:1). Sinetron disebut juga sama dengan televisi *play*, atau dengan teledrama, atau sama dengan sandiwara televisi. Inti persamaannya adalah sama-sama ditayangkan di media audio visual yang disebut dengan televisi.

Adapun beberapa faktor yang membuat paket acara yang satu ini banyak disukai, sebagaimana dikatakan oleh Kusnadi (1996:130) adalah:

1. Isi peran sesuai dengan realitas sosial pemirsa.
2. Isi pesannya mengandung cerminan tradisi nilai luhur dari budaya masyarakat (pemirsa).
3. Isi pesannya semakin banyak mengangkat permasalahan atas persoalan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat.

Paket sinetron yang tampil di televisi adalah salah satu bentuk untuk mendidik masyarakat dalam bersikap dan berperilaku sesuai dengan tatanan norma dan nilai budaya setempat. Otomatis, isi pesan yang terungkap secara simbolis dalam paket sinetron, berwujud kritik sosial terhadap penyimpangan-penyimpangan yang terjadi

dalam masyarakat (Kusnadi, 1996:131). Sinetron pada umumnya bercerita tentang kehidupan manusia sehari-hari yang diwarnai konflik berkepanjangan. Seperti layaknya drama atau sandiwara, sinetron diawali dengan perkenalan tokoh-tokoh yang memiliki karakter yang khas satu sama lain. Berbagai karakter yang berbeda tersebut menimbulkan konflik yang makin lama makin besar sehingga sampai pada titik klimaksnya. Akhir dari suatu sinetron dapat bahagia maupun sedih, tergantung dari jalan cerita yang ditentukan oleh penulis skenario.

2.7.2 Sinetron Tukang Bubur Naik Haji *The Series*

Tukang Bubur Naik Haji *The Series* adalah sebuah sinetron produksi SinemArt yang ditayangkan di stasiun televisi RCTI. Ditayangkan setiap hari mulai pukul 20.30 sampai dengan 22.00 WIB (jadwal bisa berubah sewaktu-waktu). Pertama kali tayang pada hari Senin, tanggal 28 Mei 2012 dan hingga sampai saat ini masih terus berjalan.

Sinetron ini sebenarnya berawal dari film pendek FTV. Ceritanya yang menarik membuat film FTV ini diangkat kelayar sinetron oleh RCTI. Hal yang membuat sinetron ini banyak digemari saat ini adalah karena jalan ceritanya yang berbeda dari sinetron lainnya. Dalam sinetron ini banyak yang menceritakan kejadian seperti yang layaknya terjadi di kehidupan nyata. Kemudian ditambah lagi pemerannya adalah kebanyakan artis-artis senior di Indonesia.

Cerita keseluruhan Tukang Bubur Naik Haji *The Series* sama seperti menonton kehidupan masyarakat sehari-hari, yang didalamnya termasuk perilaku kita sendiri. Kita yang seolah-olah seorang dermawan sejati, padahal sebenarnya kita sangat

mengharapkan pujian orang. Sebenarnya ada kecenderungan kita ingin pamer. Bagaimana kita selalu berpenampilan suci, padahal apa yang kita lakukan seringkali keji. Bahkan kepada orang yang pernah menolong kita sekalipun. Kepalsuan-kepalsuan yang hanya kita sendiri yang tahu, selalu membuat kita tersenyum jengah. Kesemuanya disajikan secara manis dan lucu dalam serial ini.

Ada tokoh Bang Sulam (Mat Solar) yang penyabar, selalu tersenyum, ia memiliki usaha bubur ayam. Berkat ketekunan dan keikhlasannya, akhirnya ia bisa naik haji dan memperbesar usaha bubur ayamnya. Bang sulam tinggal bersama Rodiah (Uci Bing Slamet) istrinya, dan emak (Nani Wijaya). Tetangga Bang Sulam, H. Muhidin (Latief Sitepu) dan Hj. Maemunah (Shinta Muin), entah mengapa selalu memusuhi keluarganya Bang Sulam. Bahkan anak H. Muhidin, Rumanah (Citra Kirana) dilarang berhubungan dengan Robby (Andi Arsyil), adik ipar Bang Sulam. Fitnah-fitnah tentang keluarga Bang Sulam pun berdatangan.

2.8 Tinjauan Teori

2.8.1 Teori Perbedaan Individu (*The Individual Difference Theory*)

Teori ini dikeluarkan oleh Melvin D. Defleur yang menelaah perbedaan-perbedaan diantara individu-individu sebagai sasaran media massa ketika mereka diterpa media sehingga menimbulkan efek tertentu. Menurut teori ini individu-individu sebagai anggota khalayak sasaran media massa secara selektif menaruh perhatian kepada pesan-pesan (terutama jika berkaitan dengan kepentingannya) konsisten dengan sikap-sikapnya, sesuai dengan kepercayaannya yang didukung oleh nilai-nilainya.

Sehingga tanggapannya terhadap pesan-pesan tersebut diubah oleh tatanan psikologisnya. Jadi, efek media massa pada khalayak massa itu tidak seragam melainkan beragam disebabkan secara individual berbeda satu sama lain dalam struktur kejiwaannya (Effendy, 2003:275).

Anggapan dasar dari teori ini ialah bahwa manusia sangat bervariasi dalam organisasi psikologisnya secara pribadi. Variasi ini sebagian dimulai dari dukungan perbedaan secara biologis, tetapi ini dikarenakan pengetahuan secara individual yang berbeda. Manusia yang dibesarkan dalam lingkungan yang secara tajam berbeda, menghadapi titik-titik pandangan yang berbeda secara tajam pula. Dari lingkungan yang dipelajarinya itu, mereka menghendaki seperangkat sikap, nilai, dan kepercayaan yang merupakan tatanan psikologisnya masing-masing pribadi yang membedakannya dari yang lain (Effendy, 2003:275).

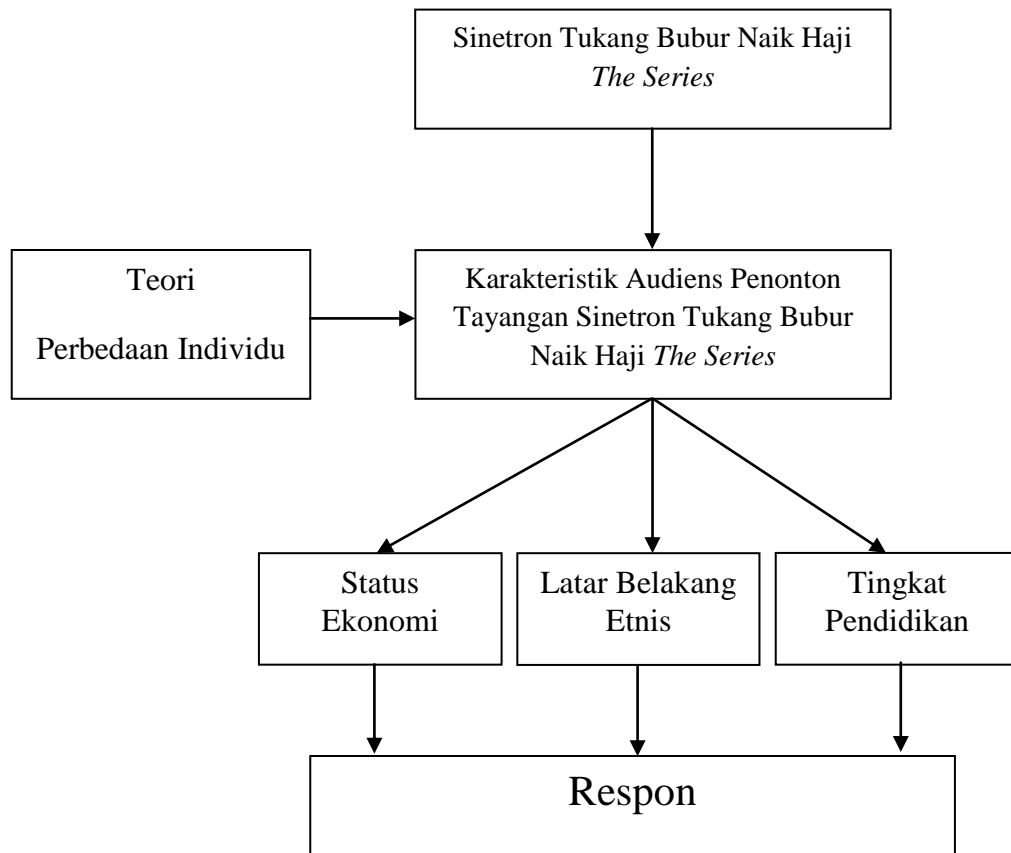
Asumsi dari teori perbedaan individu adalah pesan-pesan yang disampaikan media massa ditangkap individu sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan personal individu. Efek komunikasi pada individu akan beragam walaupun individu menerima pesan yang sama. Terdapat faktor psikologis dalam menerima pesan yang disampaikan media massa. Masing-masing individu mempunyai perhatian, minat, keinginan yang berbeda yang dipengaruhi faktor-faktor psikologis yang ada pada diri individu tersebut sehingga mempengaruhi dalam menerima pesan yang disampaikan media massa (Effendy, 2003:276).

Garry 1963 (Oxendine, 1984:317) mengategorikan perbedaan individual ke dalam bidang-bidang sebagai berikut:

- a) Perbedaan fisik seperti, usia, tingkat dan berat badan, jenis kelamin, pendengaran, penglihatan, dan kemampuan bertindak.
- b) Perbedaan sosial termasuk status ekonomi, agama, hubungan keluarga, dan suku.
- c) Perbedaan kepribadian termasuk watak, motif, minat, dan sikap.
- d) Perbedaan intelegensi dan perbedaan dasar.
- e) Perbedaan kecakapan atau kepandaian.

2.9 Kerangka Pikir

Berdasarkan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui karakteristik dan respon audiens penonton tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series*, maka terbentuklah bagan kerangka pikir penelitian. Dimana sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series*, di tonton oleh para audiens kemudian dari audiens tersebut peneliti ingin mengetahui karakteristik audiens penonton tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* berdasarkan teori perbedaan individu diantaranya status ekonomi, latar belakang etnis, dan tingkat pendidikan. Setelah diketahui karakteristiknya kemudian peneliti mengajukan pertanyaan kepada informan untuk mengetahui respon audiens terhadap sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* berdasarkan karakteristik masing-masing audiens. Adapun bagan kerangka pikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Bagan 2: Kerangka Pikir Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif. Menurut Nazir (1988:63), tipe penelitian deskriptif merupakan suatu tipe dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki.

Sukmadinata (2006:72), menjelaskan penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya.

Penelitian deskriptif tidak hanya terbatas pada masalah pengumpulan dan penyusunan data, tapi juga meliputi analisis dan interpretasi tentang arti data tersebut. Oleh karena

itu, penelitian deskriptif mungkin saja mengambil bentuk penelitian komparatif, yaitu suatu penelitian yang membandingkan satu fenomena atau gejala dengan fenomena atau gejala lain, atau dalam bentuk studi kuantitatif dengan mengadakan klasifikasi, penilaian, menetapkan standar, dan hubungan kedudukan satu unsur dengan unsur lain.

3.2 Definisi Konsep

Pengertian definisi konsep menurut Bahri (2008:30) adalah satuan arti yang mewakili sejumlah objek yang mempunyai ciri yang sama. Orang yang memiliki konsep mampu mengadakan abstraksi terhadap objek-objek yang dihadapi, sehingga objek-objek ditempatkan dalam golongan tertentu. Objek-objek dihadirkan dalam kesadaran orang dalam bentuk representasi mental tak berperaga. Konsep sendiri pun dapat dilambangkan dalam bentuk suatu kata.

Pada penelitian ini adapun yang menjadi definisi konsepnya adalah

1. Karakteristik Audiens Penonton Tayangan Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji*

The Series

Karakteristik adalah merupakan sesuatu ciri khas atau sesuatu yang menonjol dari diri seseorang yang mana itu merupakan fitur pembeda dengan diri orang lain. Karakteristik bisa juga disebut sebagai pembeda dari suatu pemikiran ataupun hal yang dilihat langsung oleh indra manusia dalam menyaksikan suatu fenomena. Jadi karakteristik audiens penonton tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji* adalah suatu ciri atau penanda dari pemikiran

seseorang yang menyaksikan suatu tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* yang ditonton langsung sehingga menimbulkan sifat psikologis yang mana setiap individu berbeda dan bisa menjadi ciri tertentu dari individu tersebut.

Adapun karakteristik dalam penelitian ini adalah berdasarkan:

- a. Status ekonomi, yaitu diukur dari pendapatan seseorang yang bekerja dalam waktu 1 bulan, kemudian pengeluaran dalam waktu 1 bulan dan pekerjaan yang dimiliki saat ini.
 - b. Latar belakang etnis, yaitu diukur dari lamanya bermukim di perumahan Bataranila dan juga individu atau kelompok tertentu yang memiliki latar belakang budaya, bahasa, kebiasaan, gaya hidup, dan ciri-ciri lainnya yang terikat pada suatu sistem nilai budaya.
 - c. Tingkat pendidikan, yaitu diukur berdasarkan tingkatan pendidikan nasional di Indonesia (SD, SMP, SMA, Perguruan tinggi)
2. Respon Audiens Penonton Tayangan Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series*

Respon adalah tanggapan atau reaksi yang diberikan seseorang terhadap rangsangan yang muncul dari stimulus. Audiens merupakan khalayak yang suka menyaksikan tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series*. Jadi respon audiens adalah suatu tanggapan atau reaksi yang diberikan oleh seorang audiens yang berada di lingkungan perumahan Bataranila terhadap tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series*.

3. Sinetron Tukang Bubur Naik Haji *The Series*

Sinetron Tukang Bubur Naik Haji *The Series* adalah sebuah tayangan acara sinetron yang tayang setiap hari di salah satu stasiun tv swasta RCTI. Jalan cerita dari tayangan sinetron ini hampir persis dengan kehidupan masyarakat sehari-harinya, ada saja masalah yang dapat menimbulkan keributan dalam kehidupan di dalam keluarga dan juga bertetangga. Adapun tokoh yang paling menonjol pada sinetron ini adalah H. Muhidin yang diperankan oleh artis senior Latief Sitepu. Dan ada juga Rumanah dan Robi yang diperankan oleh artis muda Citra Kirana dan Andi Arsyil. Keunikan dari tayangan sinetron ini adalah seorang haji 2 kali dan umroh yaitu H Muhidin, yang selalu mempunyai sifat yang sombong, angkuh dan keras kepala, padahal di dalam cerita tersebut benar-benar dia telah melakukan sebuah kesalahan dan kemudian dia tidak ingin mengakui kesalahannya tersebut dan seolah-olah apa yang dia lakukan tersebut merupakan suatu hal yang benar dan baik.

3.3 Indikator Penelitian

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, indikator penelitian adalah sesuatu yang dapat menjadi petunjuk atau keterangan.

Adapun indikator pada penelitian ini adalah

Karakteristik Audiens Penonton Tayangan Sinetron Tukang Bubur Naik Haji

***The Series*. Indikator yang diukur:**

A. Status Ekonomi yang meliputi:

1. Pekerjaan

2. Pendapatan per bulan
3. Pengeluaran per bulan

B. Latar Belakang Etnis yang meliputi:

1. Suku responden
2. Lama bermukim di perumahan Bataranila

C. Tingkat Pendidikan yang meliputi:

1. Tingkat pendidikan terakhir yang ditempuh

Respon Audiens Penonton Tayangan Sinetron Tukang Bubur Naik Haji *The Series*. Indikator yang diukur:

1. Respon audiens terhadap perilaku tokoh utama H. Muhidin
2. Respon audiens terhadap jalan cerita sinetron Tukang Bubur Naik Haji *The Series*
3. Respon audiens terhadap gaya bahasa yang diucapkan para pemain sinetron
4. Respon audiens mengenai tokoh favorit dalam sinetron Tukang Bubur Naik Haji *The Series*
5. Respon audiens mengenai kelebihan dan kekurangan dari tayangan sinetron Tukang Bubur Naik Haji *The Series*

Tayangan Sinetron Tukang Bubur Naik Haji *The Series*. Indikator yang diukur:

A. Durasi menonton tayangan sinetron TBNH *The Series*

1. Durasi waktu menonton dalam satu kali tayang sinetron Tukang Bubur Naik Haji *The Series*

B. Frekuensi menonton tayangan sinetron TBNH *The Series*

1. Jumlah episode tayangan sinetron Tukang Bubur Naik Haji *The Series* yang ditonton audiens per minggu

3.4 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif. Metode kualitatif yaitu suatu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan cara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2008:1). Sebagaimana dikemukakan dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau peneliti itu sendiri (*humane instrument*). Untuk dapat menjadi instrumen maka peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas, sehingga mampu bertanya, menganalisis, dan mengkonstruksi situasi sosial yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna.

Penelitian dengan pendekatan metode kualitatif objeknya adalah manusia atau gejala sesuatu yang dipengaruhi oleh manusia, objek itu diteliti dalam kondisi sebagaimana adanya atau dalam keadaan sewajarnya atau secara naturalistik (*natural setting*)

(H.Nawawi dan Martini H, 2005:208). Sekalipun demikian, data yang dikumpulkan dari penelitian kualitatif memungkinkan untuk dianalisis melalui suatu pengitungan

3.5 Objek Penelitian

Objek adalah keseluruhan gejala yang ada di sekitar kehidupan manusia (Nyoman Kutha Ratna, 2010:12). Apabila dilihat dari sumbernya, objek dalam penelitian kualitatif menurut Spradley disebut *social situation* atau situasi sosial yang terdiri dari tiga elemen, yaitu tempat (*place*), pelaku (*actors*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis (Sugiyono, 2007:49). Adapun objek penelitian yang akan saya teliti adalah Karakteristik dan Respon Audiens Penonton Tayangan Sinetron Tukang Bubur Naik Haji *The Series*.

3.6 Informan Penelitian

Pada penelitian ini, teknik pemilihan informan yang digunakan adalah teknik *purposive* (disengaja). Teknik *purposive* bersifat tidak acak, dimana informan penelitian dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu (Singarimbun, 2000:35). Adapun pertimbangan yang digunakan dalam penentuan informan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Informan merupakan warga yang tinggal di perumahan Bataranila
2. Informan yang terkait menonton tayangan sinetron Tukang Bubur Naik Haji *The Series* minimal 4 episode per minggunya dan bersedia untuk dimintai keterangan dan data yang dibutuhkan terkait dengan masalah penelitian.

3.7 Jenis Data

Data pada penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber utamanya dengan melakukan observasi dan wawancara langsung ke responden penelitian dalam hal ini adalah masyarakat perumahan Bataranila. Sedangkan data sekunder adalah data yang lazimnya telah tersusun dalam dokumen yaitu berupa hasil dari dokumentasi dan berdasarkan literatur-literatur ataupun buku-buku referensi yang berhubungan dengan judul penelitiannya.

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang lengkap dan akurat serta dapat dipertanggungjawabkan kebenaran ilmiahnya, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Yaitu pengumpulan data dalam penelitian ilmiah yang diperoleh dari pengamatan langsung di lapangan. Seperti pada saat informan menonton tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* secara langsung. Observasi pada penelitian ini dilakukan dengan mengamati secara langsung ke objek penelitian yaitu dengan memperhatikan dan mengamati proses terbentuknya karakteristik audiens.

2. Wawancara

Yaitu mengajukan sejumlah pertanyaan langsung kepada orang yang menjadi informan atau dari responden. Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dilakukan secara sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian (Lerbin,1992 dalam Hadi, 2007). Wawancara yang dilakukan pada penelitian ini adalah dilakukan langsung ke informan terkait tentang penelitian ini.

3. Studi Pustaka

Yaitu dengan melengkapi dan membaca literatur sebagai bahan dan panduan penulis dalam mengkaji penelitian, sebagai referensi penulis dalam mengidentifikasi dan mendeskripsikan masalah penelitian. Serta Mencari data-data yang tersedia di buku, jurnal, skripsi, dan internet, yang memang berkaitan dengan pembahasan yang diteliti.

3.9 Teknik Analisa Data

Teknik analisa data dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis kualitatif, yang meliputi pengolahan data dilakukan dalam beberapa tahapan. Tahap pertama, pengolahan data dimulai dari penelitian pendahuluan hingga tersusunnya usulan penelitian. Tahap kedua, pengolahan data yang dilakukan dengan cara mengolah hasil kegiatan wawancara dan pengumpulan berbagai informasi di lokasi penelitian. Tahap ketiga, setelah itu dilakukan pemeriksaan keabsahan data hasil wawancara dengan sejumlah narasumber yang dijadikan informan penelitian serta membandingkan data tersebut dengan berbagai informasi yang terkait.

BAB IV

GAMBARAN UMUM

4.1 Gambaran Umum Mengenai Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series*



Gambar 1: Cover Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series*

Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* merupakan sinetron yang berasal dari Indonesia dengan genre Drama. Sinetron ini di Sutradarai oleh H. Ucik Supra dan diproduksi oleh SinemArt. Sinetron ini dibintangi oleh beberapa artist yang sudah memenangkan Panasonic Gobel Award seperti Citra Kirana, Andi Arsyil dan Mat Solar. Sinetron ini pertama kali tayang pada tanggal 28 Mei 2012 hingga sampai sekarang dan ditayangkan oleh stasiun televisi swasta RCTI

Sinetron ini sebenarnya berawal dari film pendek FTV. Ceritanya yang menarik membuat film FTV ini diangkat kelayar Sinetron oleh RCTI. Hal yang membuat sinetron ini banyak digemari saat ini adalah karena jalan ceritanya yang berbeda dari sinetron lainnya. Dalam sinetron ini banyak yang menceritakan kejadian seperti yang layaknya terjadi di kehidupan nyata. Cerita keseluruhan *Tukang Bubur Naik Haji The Series* sama seperti menonton kehidupan masyarakat sehari-hari, yang didalamnya termasuk perilaku kita sendiri. Kita yang seolah-olah seorang dermawan sejati, padahal sebenarnya kita sangat mengharapkan pujian orang. Sebenarnya ada kecenderungan kita ingin pamer. Bagaimana kita selalu berpenampilan suci, padahal apa yang kita lakukan seringkali keji. Bahkan kepada orang yang pernah menolong kita sekalipun. Kepalsuan-kepalsuan yang hanya kita sendiri yang tahu, selalu membuat kita tersenyum jengah. Kesemuanya disajikan secara manis dan lucu dalam serial ini.

Ada tokoh Bang Sulam (Mat Solar) yang penyabar, selalu tersenyum, ia memiliki usaha bubur ayam. Berkat ketekunan dan keikhlasannya, akhirnya ia bisa naik haji dan memperbesar usaha bubur ayamnya. Bang sulam tinggal bersama Rodiah (Uci Bing Slamet) istrinya, dan emak (Nani Wijaya). Tetangga Bang Sulam, H. Muhidin (Latief Sitepu) dan Hj. Maemunah (Shinta Muin), entah mengapa selalu memusuhi keluarganya Bang Sulam. Bahkan anak H. Muhidin, Rumanah (Citra Kirana) dilarang berhubungan dengan Robby (Andi Arsyil), Adik ipar Bang Sulam. Fitnah-fitnah tentang keluarga Bang Sulam pun berdatangan.

Para tokoh sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* sudah terbagi peran-perannya, seperti ada yang sombong, baik hati, pemaaf, penyabar, dan lain-lainnya. Sinetron ini bercerita tentang kehidupan asli di dunia aslinya, contohnya saat bulan Ramadhan tiba, pastinya di cerita film ini akan bercerita situasi disaat kita berada di bulan Ramadhan juga.

Adapun *cast* dan *crew* dalam sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* (RCTI) sebagai berikut:

- a. *Genre* : *Drama, Comedy*
- b. Produser : Reza Febrianto
- c. Sutradara : H. Ucik Supra
- d. Penulis : Imam Tantowi
- e. *Soundtrack* : Opick - Haji
- f. Pemain Sinetron :

- 1. - Nama asli : Latief Sitepu
- Nama di sinetron : H. Muhidin
- Tempat, tanggal lahir : Bainjai Sumatera Utara, 10 Mei 1942

H. Muhidin adalah tokoh utama yang selalu dikait-kaitkan dengan tokoh lainnya dan merupakan tokoh yang antagonis dalam sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series*.

- 2. - Nama asli : Nani Wijaya
- Nama di sinetron : Emak Haji
- Tempat, tanggal lahir : Cirebon, 10 November 1944

Nani wijaya merupakan pemeran senior yang dimiliki Indonesia. Dia berperan sebagai Emak Haji dalam sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series*. Sifat Emak Haji dalam sinetron ini adalah penyabar, baik dan suka menasehati.

3. - Nama asli : Andi Arsyil Rahman
- Nama di sinetron : Robby
- Tempat, tanggal lahir : Makasar, 15 September 1987

Andi Arsyil Rahman mulai dikenal luas oleh masyarakat Indonesia, ketika dirinya membintangi sinetron *Ketika Cinta Bertasbih*. Kemudian namanya makin dikenal ketika dia berperan sebagai Robby dalam sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series*. Dalam sinetron ini Robby digambarkan sebagai laki-laki yang sopan, sabar. Selain itu sifat lain yang menonjol dari Robby adalah kepribadiannya yang baik.

4. - Nama asli : Citra Kirana
- Nama di sinetron : Rumanah
- Tempat, tanggal lahir : Bogor, 23 April 1994

Citra Kirana merupakan aktris berkebangsaan Indonesia. Putrid dari pasangan Iwan Siregar dan Yanny Christiana, mengawali karir sebagai finalis gadis sampul tahun 2007. Dalam sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series*, Rumanah memainkan peran sebagai perempuan sholehah, penyabar, dan lemah lembut.

5. - Nama asli : Derry Sudarisman

- Nama di sinetron : Mahmud

- Tempat, tanggal lahir : Lampung, 20 Mei 1966

Derry Sudarisman atau populer dengan nama Derry 4 sekawan, merupakan actor dan pelawak. Derry Sudarisman populer saat dirinya bergabung dalam grup lawak yang bernama 4 sekawan. Dalam sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series*, Mahmud berperan sebagai ketua RW di kampungnya. Dia sangat bijaksana dalam mengambil setiap keputusan.

6. - Nama asli : Anisa Trihapsari

- Nama di sinetron : Hj. Rumi

- Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 24 Mei 1976

Anisa Trihapsari merupakan seorang aktris senior, beliau mengawali karirnya sejak tahun 1994 dan hingga sekarang masih eksis didepan layar kaca, yang mana saat ini menjadi pemain sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series*. Hj. Rumi berperan sebagai istri dari H. Muhidin. Hj. Rumi sangat sabar dalam membimbing H. Muhidin yang selalu berperilaku negatif kepada setiap orang.

7. - Nama asli : El Manik

- Nama di sinetron : Ustadz Zakaria

- Tempat, tanggal lahir : Bahorok, Sumatera Utara, 17 November 1949

Dalam sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series*, El Manik menjadi seorang tokoh ustadz yang bijak, suka memberikan ceramah, dan fasih malafalkan ayat-ayat Al-Qur'an.

4.2 Gambaran Umum Mengenai Objek Penelitian

Perumahan Bataranila merupakan salah satu perumahan yang masuk dalam wilayah Kabupaten Lampung Selatan, Kecamatan Natar, Desa Hajimena. Perumahan Bataranila terdiri dari 2 rukun warga (RW) yaitu RW 01 dan 02, juga terdiri dari 8 rukun tetangga (RT) yaitu RT 01, RT 02, RT 03, RT 04, RT 05, RT 06, RT 07, dan RT 08. Secara geografis Perumahan Bataranila berbatasan dengan perumahan-perumahan lainnya, diantaranya:

1. Sebelah Timur berbatasan dengan Kampung Madiun, Kelurahan Rajabasa Jaya, Bandar Lampung.
2. Sebelah Barat berbatasan dengan Perumahan Puri Sejahtera.
3. Sebelah Selatan berbatasan dengan Hutan Hajimena, Lampung Selatan.
4. Sebelah Utara berbatasan dengan Perumahan Bunga Mustika dan Perumahan Tri Dharma Lestari, Desa Hajimena, Lampung Selatan.

Jumlah penduduk yang ada di Perumahan Bataranila yaitu berjumlah 1998 jiwa penduduk, yang terdiri dari laki-laki 990 jiwa dan perempuan 1008 jiwa dengan kepala keluarga (KK) yang berjumlah 484 kepala keluarga (data kependudukan Hajimena per Bulan Maret 2016).

Masyarakat Perumahan Bataranila memiliki berbagai jenis berprofesi pekerjaan diantaranya, sebagai wiraswasta, pegawai negeri sipil, guru, dosen, pengusaha, dan pedagang. Selain itu masyarakat Perumahan Bataranila, merupakan masyarakat yang memiliki berbagai macam jenis etnis, diantaranya yaitu Etnis Lampung, Etnis Jawa,

Etnis Sunda, Etnis Bali, Etnis Palembang, Etnis Padang, Etnis Batak, dan Etnis Madura. Masyarakat Perumahan Bataranila sebagian besar penduduknya memeluk Agama Islam dan sisanya memeluk Agama Kristen dan Hindu.

Jika dilihat dari tingkat pendidikannya, masyarakat Perumahan Bataranila sebagian besar penduduknya telah memenuhi standar pendidikan pemerintah yaitu wajib belajar 9 tahun. Adapun sarana yang ada di Perumahan Bataranila diantaranya yaitu sarana tempat ibadah yang berjumlah 11 sarana yang terdiri 1 Masjid, 1 Mushola, dan 9 Pura. Sarana lainnya yang tersedia di Perumahan Bataranila yaitu sarana tempat olahraga yang berjumlah 3 sarana lapangan olahraga. Dan juga 1 Puskesmas (data dari hasil observasi peneliti).

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Karakteristik Dan Respon Audiens Penonton Tayangan Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* (Studi Pada Masyarakat Perumahan Bataranila, Desa Hajimena, Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan)”, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Karakteristik audiens penonton tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* pada perumahan Bataranila adalah beragam karakteristiknya, mulai dari status ekonomi (pekerjaan, pendapatan dan pengeluaran per bulan), latar belakang etnis, dan tingkatan pendidikan terakhir.
2. Berdasarkan hasil pembahasan, mengenai indikator-indikator pertanyaan yang diajukan, maka respon audiens cukup beragam yaitu mengenai respon perilaku tokoh utama H. Muhidin, respon tentang gaya bahasa yang diucapkan oleh para pemain sinetron, dan juga respon tentang kelebihan dan kekurangan dari sinetron tersebut. Ada pula beberapa indikator yang mayoritas seragam

jawabannya tetapi alasannya berbeda seperti pada respon mengenai jalan cerita dari sinetron tersebut dan juga respon mengenai tokoh favorit.

3. Terdapat sisi positif dari tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* yaitu mengajarkan kepada kita tentang cara bergaul dan bermasyarakat dengan baik, mengajarkan tentang kehidupan rumah tangga yang rukun dan harmonis, pada sinetron ini kita dicontohkan dengan sikap seperti sabar, saling menghormati satu sama lain sehingga dengan begitu maka kita akan terhindar dari berbagai permasalahan konflik.
4. Terdapat juga sisi negatif dari tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* yaitu Kekhawatiran audiens akan sifat dari tokoh H. Muhidin yang bersifat buruk dan berpikiran negatif kepada semua orang yang akan tercontohkan didalam kehidupan sehari-hari kepada para audiens yang menontonnya.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian diatas maka penulis menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya sedikit untuk mengurangi peran dari tokoh H. Muhidin dan Kardun karena sikap dan sifat negatif yang ditonjolkan oleh kedua tokoh tersebut takutnya tercontohkan dan terbawa oleh para penonton yang menyaksikannya di kehidupan sehari-hari.

2. Sesering mungkin menambahkan nilai-nilai religius pada setiap episodenya karena itu dapat menambah wawasan dan pengetahuan para penonton yang menyaksikannya.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya (Edisi Kedua)*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Chaplin, J.P. 2006. *Kamus Lengkap Psikologis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi teori dan Praktek. Cetakan Kesembilan belas*. Bandung: PT Ramaja Rosdakarya.
- Kuswandi, Wawan. 2008. *Komunikasi Massa: Analisis Interaktif Budaya Massa*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, Deddy dan Solatun. 2008. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Rakhmat, Jalaludin. 2002. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 1994. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sari, S Endang. 1993. *Audience Research: Pengantar Studi Penelitian Terhadap Pembaca, Pendengar dan Pemirsa*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Sugiyono. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Susanto, Astrid S. 1988. *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek 1: Teori-teori Komunikasi*. Bandung: Binacipta
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.

Sumber Skripsi

- Dita Dewi Kartika Sari. 2013. *Motif Pemirsa Menonton Sinetron Tukang Bubur Naik Haji The Series (Studi Deskriptif Kuantitatif Motif Pemirsa Di Surabaya Dalam Menonton Sinetron Tukang Bubur Naik Haji The Series di RCTI)*. Jurusan Ilmu Komunikasi. FISIP. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
- Nindya Wulandari. 2013. *Persepsi Orang Tua Pada Iklan Pepsodent Versi Ayah Adi Dan Dika Tentang Membiasakan Menyikat Gigi (Studi Pada Warga Perumahan Taman Gunter 2, Kelurahan Sumberrejo, Kemiling, Bandar Lampung)*. Jurusan Ilmu Komunikasi. FISIP. Universitas Lampung.
- Rife Yurianto. 2011. *Respon Pemirsa Terhadap Tayangan Komedi Opera Van Java (OVJ) Di Trans 7 (Studi Pemirsa di RT 05 Lingkungan III Pringsewu Timur Kabupaten Pringsewu)*. Jurusan Ilmu Komunikasi. FISIP. Universitas Lampung.

Sumber Internet

<https://fizhy.wordpress.com/2011/06/27/8/> (Diakses pada 22 November 2015).

https://id.m.wikipedia.org/wiki/Tukang_Bubur_Naik_Haji_The_Series (Diakses pada 22 November 2015).

www.trendilmu.com/2015/06/pengertian-karakteristik-secara-umum.html (Diakses pada 16 Desember 2015).

<http://hiburan.lintas.info/2015/09/nama-nama-pemain-pemeran-sinetron.html?m=1> (Diakses pada 13 Mei 2016).