



**Pengaruh Program Tayangan Sepak Bola BRI Liga 1 Indonesia
di Stasiun Televisi Indosiar terhadap Minat Menonton
Televisi bagi Remaja
(Survei pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UMJ
Angkatan 2020 dan 2021)**

Zaidan Arigi Maulidhika^{1*}, Donny Kurniawan²

¹⁻²Ilmu komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

Alamat: Jl. KH. Ahmad Dahlan, Cirendeu, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan 15419.

Korespondensi penulis: zaidanarigi007@gmail.com*

Abstract. *Television programming encompasses the various shows broadcast on TV, including news, sports, drama, comedy, documentaries, and reality shows. These programs aim to inform, entertain, and educate viewers. This study focuses on the BRI Liga 1 Indonesia soccer program aired on Indosiar, examining its influence on television viewing interest among adolescents, specifically Communication Studies students at the University of Muhammadiyah Jakarta, Class of 2020/2021. The research employs program theory aspects, including conflict, duration, and trends, along with theories of cognitive, affective, and conative viewing interest. Using a quantitative approach, the study distributes questionnaires to 78 respondents through random sampling. The findings reveal that the BRI Liga 1 program has a 70.5% impact on viewing interest, while 29.5% is attributed to other factors. Hypothesis testing shows that t_{count} (13.509) exceeds t_{table} (1.665), leading to the rejection of H_0 and acceptance of H_1 . This confirms that the BRI Liga 1 Indonesia soccer program significantly influences television viewing interest among adolescents.*

Keywords: *BRI Liga 1 Indonesia Football, Influence of Television Programs, Interest in Watching Television, Television*

Abstrak. Program Tayangan Televisi mencakup berbagai acara yang disiarkan di televisi, termasuk berita, olahraga, drama, komedi, dokumenter, dan reality show. Tujuan produksi program ini adalah untuk memberikan informasi, hiburan, pendidikan, dan memenuhi minat penonton. Salah satu program olahraga yang diteliti adalah BRI Liga 1 Indonesia yang ditayangkan di Indosiar. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh program tersebut terhadap minat menonton televisi di kalangan remaja, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UMJ Angkatan 2020/2021. Teori yang digunakan mencakup aspek program tayangan seperti konflik, durasi, dan tren, serta teori minat menonton kognitif, afektif, dan konatif. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan survei, mengumpulkan data melalui kuesioner yang dibagikan kepada 78 responden dengan teknik simple random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BRI Liga 1 Indonesia berpengaruh 70,5% terhadap minat menonton, sementara 29,5% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis menunjukkan t_{hitung} (13,509) lebih besar dari t_{tabel} (1,665), yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, menegaskan adanya pengaruh signifikan terhadap minat menonton remaja.

Kata kunci: BRI Liga 1 Sepak Bola Indonesia, Pengaruh Acara Televisi, Minat Menonton Televisi, Televisi

1. LATAR BELAKANG

Program tayangan televisi mencakup berbagai konten yang disiarkan, termasuk berita, olahraga, drama, dan komedi, dengan tujuan memberikan informasi, hiburan, dan pendidikan. Namun, perkembangan teknologi dan akses internet yang semakin mudah menyebabkan penurunan rating program televisi, sehingga banyak acara dihentikan. Untuk bersaing, stasiun

televisi berusaha meningkatkan kualitas tayangan dan menarik audiens, terutama melalui program olahraga seperti sepak bola yang memiliki basis penggemar besar.

Sepak bola menjadi olahraga yang digemari oleh banyak orang, dengan liga dan turnamen di berbagai negara seperti Inggris, Spanyol, dan Jerman. Selain sebagai hobi, sepak bola juga menjadi ajang kompetitif yang mendorong pertukaran ide. Media memanfaatkan popularitas sepak bola untuk menarik perhatian, dengan memunculkan rivalitas seperti "Super Big Match" antara klub-klub besar.

Survei 2022 menunjukkan bahwa 69% populasi Indonesia adalah penggemar sepak bola, tertinggi dibandingkan negara lain. Di Indonesia, pertandingan sepak bola diselenggarakan oleh PSSI dan disiarkan di televisi swasta, dengan tabloid olahraga memberikan perhatian besar pada topik ini karena tingginya permintaan pembaca.

Program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia menjadi salah satu tontonan favorit di dalam negeri, menampilkan pertandingan antara klub-klub besar. Siaran langsung di stasiun televisi memberikan informasi tentang perkembangan tim dan pemain favorit. Setiap pertandingan semakin menarik berkat persaingan antar klub, pertemuan pemain bintang, dan kreativitas supporter di stadion.

Stasiun televisi Surya Citra Media (SCM) memiliki hak siar BRI Liga 1, dengan tayangan yang bisa disaksikan di Indosiar dan live streaming di VIDIO, di mana penonton perlu membeli langganan platinum untuk mengakses seluruh tayangan Liga 1 2023/2024.

Meski minat menonton televisi di kalangan remaja menurun karena perkembangan teknologi dan pilihan platform digital yang lebih relevan, program tayangan sepak bola tetap menarik bagi mereka. Tayangan ini menjadi topik pembicaraan saat berkumpul dengan teman-teman, serta berfungsi sebagai identitas sosial yang membantu mereka terhubung dengan lingkungan sekitar.

Berdasarkan data dari Databoks tahun 2022, siaran pertandingan sepak bola menarik perhatian masyarakat Indonesia, dengan 45,7% menyukai acara hiburan seperti sinetron dan olahraga. Hal ini menunjukkan bahwa tayangan sepak bola sangat digemari, sehingga banyak stasiun televisi berlomba untuk mendapatkan hak siarnya. Identitas kelompok supporter juga terbentuk di kalangan anak-anak, remaja, dan orang dewasa, seperti Jakmania (Persija Jakarta), Bobotoh (Persib Bandung), Bonek (Persebaya Surabaya), dan Aremania (Arema Malang FC), yang sangat antusias mengikuti pertandingan baik di televisi maupun langsung di stadion (Junaedi et al., 2023).

Data menunjukkan 19% pengguna televisi berusia 10-19 tahun dan 20% berusia 20 tahun ke atas, membuktikan banyak remaja masih menonton televisi. Menurut BKKBN, remaja didefinisikan sebagai individu berusia 10-24 tahun yang belum menikah. Remaja lebih menikmati tayangan sepak bola karena dianggap lebih memenuhi standar hiburan mereka dan penuh aksi. Kelompok suporter di kalangan mahasiswa, seperti Jakmania, sering mengadakan nonton bareng untuk mendukung klub dan mempererat kebersamaan.

Penelitian ini berfokus pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2020 dan 2021 Universitas Muhammadiyah Jakarta untuk mengeksplorasi pengaruh tayangan BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar terhadap minat menonton televisi di kalangan remaja.

2. KAJIAN TEORITIS

Program Tayangan Televisi

Undang-undang penyiaran Indonesia lebih sering menggunakan kata "program" daripada kata "siaran" untuk mengacu pada acara daripada kata "program", yang berasal dari kata bahasa Inggris "programme" atau "program", yang berarti acara atau rencana. Namun, kata "program" lebih sering digunakan untuk mengacu pada acara daripada kata "siaran". Segala sesuatu yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya disebut program. Akibatnya, program memiliki pengertian yang sangat luas (Morissan, 2018:210).

Tujuan Program

Pada umumnya tujuan program adalah untuk menarik dan mendapatkan sebanyak mungkin audien. Namun, jumlah audien yang banyak bukanlah satu satunya tujuan dari program itu sendiri. Tujuan utama program dalam sebuah Televisi komersial pada umumnya adalah untuk mendapatkan audien sebanyak banyaknya guna menarik iklan. Menurut (Edwin T vane dan Lyne s gross dalam bukunya yang di kutip oleh Morissan, 2018:291) terdapat lima tujuan penayangan suatu program televisi komersial yaitu:

1. Mendapatkan sebanyak mungkin audien tujuan dari kebanyakn program siaran Televisi adalah untuk mendapatkan sebanyak mungkin audien. Semakin banyak audien yang di dapat, maka semakin mahal tarif iklan yang harus dibayar.
2. Target audien tertentu kelompok audien anak anak, kelompok etnis tertentu serta audien yang jarang menonton Televisi juga merupakan bagian dari konstituen Televisi. Beberapa stasiun Televisi terkadang membuat program hanya untuk kelompok – kelompok tertentu.

3. Prestise stasiun Televisi menayangkan suatu program dengan tujuan utama untuk mendapatkan pengakuan dari pihak lain. Stasiun Televisi adakalanya perlu menayangkan film film untuk meningkatkan citra mereka pada publik. Tujuan dari penayangan program seperti itu diperlukan guna membina public relation stasiun Televisi.
4. Penghargaan tujuan program dalam penghargaan guna menarik audien untuk menontonnya. Tujuan program penghargaan itu menjadi promosi gratis bagi program itu.

Kepentingan publik untuk memproduksi program untuk memenuhi kepentingan atau kebutuhan publik. Tujuan program untuk kepentingan publik adalah untuk menjaga kenyamanan, kepentingan dan kebutuhan publik. Pada satu sisi produksi program semacam ini menjadi kegiatan sosial yang tidak menguntungkan secara komersil tetapi disisi lain dapat menjadi kegiatan menguntungkan karena publik memang membutuhkannya (Morissan, 2018:291-294).

Jenis Program

Stasiun Televisi menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya juga sangat beragam. Pada dasarnya apa saja bisa dijadikan program untuk ditayangkan di Televisi selama program itu menarik dan disukai audien, dan selama tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku. Berbagai macam program akhirnya di kelompokkan menjadi dua yaitu:

1. Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan kepada khalayak audien. Seperti namanya, program tayangan informasi memberikan banyak informasi untuk memenuhi rasa ingin tahu dari penonton terhadap suatu hal serta memberikan informasi kepada khalayak luas tentang apa yang sedang terjadi.
2. Program hiburan adalah bentuk dari tayangan program yang sifatnya menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan, musik, dan pertunjukan (Morissan, 2018:218-223).

Elemen Keberhasilan Program

Menurut Edwin T Vane dan Lynne S Gross di dalam buku Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi (Morissan, 2018:364) menjeleaskan ada beberapa elemen dalam keberhasilan program. Program yang berhasil adalah program yang menarik banyak audien yang tertarik dan meminati pada suatu program tersebut. Namun demikian, program

yang berhasil atau bisa banyak diminati audien harus memiliki beberapa elemen yang mencakup keberhasilan program. Ada beberapa elemen dalam keberhasilan program yaitu:

1. **Konflik** elemen paling penting di dalam keberhasilan program. Konflik merupakan adanya benturan kepentingan atau benturan karakter di antara tokoh tokoh yang terlibat. Tanpa adanya konflik, maka kecil kemungkinan program itu akan mampu menahan perhatian audien.
2. **Durasi** program yang berhasil adalah program yang dapat bertahan lama yang dimana program tersebut memiliki kemampuan untuk mempertahankan daya tariknya selama mungkin.
3. **Kesukaan** sebagian audien memilih program yang menampilkan pemain utama atau pembawa acara yang mereka sukai. Terkadang Audiens menyukai suatu program bukan karena isinya, melainkan lebih tertarik dengan pembawa acara tersebut.
4. **Konsistensi** setiap program acara harus memiliki tema sentral serta konsisten. Dengan demikian, tidak boleh terjadinya pembelokan atau penyimpangan tema yang akan membuat audiens bingung dan pada akhirnya meninggalkan meninggalkan program tersebut
5. **Energi** setiap program harus memiliki energi yang mampu menahan audien untuk tidak mengalihkan perhatiannya kepada hal – hal lain.
6. **Timing** suatu program siaran harus memperhatikan waktu penayangannya, apakah program tersebut sudah cocok untuk di tayangkan pada jam tayangnya.
7. **Tren** bukan lah hal yang terlalu penting untuk diikuti, namun tren dapat menjadi jalan yang akan menunjukkan apa yang tengah disukai audien sehingga dapat menimbulkan minat menonton program tersebut sehingga memberikan tingkat keberhasilan yang tinggi pada suatu program tersebut.

Minat Menonton

Minat adalah sikap jiwa seseorang yang terdiri dari tiga fungsi jiwanya (kognitif, afektif, dan konatif) yang tertarik pada sesuatu dan merupakan komponen perasaan yang paling kuat dalam suatu hubungan. Dengan sikap dan perilaku yang persuasif, komunikator dapat menarik minat seseorang untuk melakukan apa yang dia katakan kepada komunikan dengan mengubah sikap, dan perilaku seseorang (Suryanto, 2015:354). Dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi mengatakan sikap-sikap individu menjelaskan minat menonton yang dipengaruhi terdiri atas tiga komponen yaitu:

1. **Kognitif** - perilaku individu yang berkaitan dengan jenis pengolahan, pengetahuan dan kepercayaan individu, dan ekspektasi tentang objek yang diperkenalkan. Aspek kognitif mencakup kemampuan berpikir sederhana, seperti pengetahuan sekilas dan harapan penonton tentang konten.
2. **Afektif** - adalah proses yang menunjukkan perasaan tertentu terhadap objek dan menimbulkan kecenderungan untuk menyukai atau tidak menyukai objek tersebut. Segala sesuatu yang berkaitan dengan emosi atau suasana hati, seperti sikap, perasaan, dan minat akan sesuatu, seperti menerima sesuatu atau menunjukkan perhatian terhadap orang lain, responsif atau tertarik pada sesuatu, dan kemudian penilaian, yaitu seperti menerima, menolak, atau tidak menyatakan pendapat.
3. **Konatif** - tahapan individu untuk bertindak terhadap suatu objek; aspek konatif dapat didefinisikan sebagai perilaku individu ketika sudah sampai ke tahap individu untuk bertindak terhadap suatu objek. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa aspek konatif adalah perwujudan dari aspek afektif dan aspek kognitif.

3. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode penelitian survei merupakan penelitian dengan mengumpulkan informasi dari suatu sampel, termasuk keyakinan, pendapat, karakteristik, dan saling bergantung antara variabel. Metode survei yang digunakan peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data misalnya seperti mengedarkan kuesioner.

Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian mengenai “Pengaruh Program Tayangan Televisi Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia di stasiun televisi Indosiar terhadap Minat Menonton Televisi bagi Remaja” di lakukan dengan survei kepada Mahasiswa Ilmu komunikasi Angkatan 2020 dan 2021 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta. Pengambilan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* dengan bantuan *Google Form* dan *personal chat* Whatsapp. Waktu penelitian ini dimulai sejak Bulan November 2023 hingga Juni 2024.

Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif. Metode Kuantitatif yaitu sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada Filsafat Positivisme yang digunakan untuk mempelajari atau digunakan untuk mengukur

populasi dan sampel, mengumpulkan data dengan alat penelitian, menganalisis data dengan menggunakan alat penelitian, menganalisis data dengan menggunakan statistik Kuantitatif, serta menguji hipotesis yang sudah ditetapkan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang membahas tentang pengaruh program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar terhadap minat menonton Televisi bagi remaja. Populasi yang diambil merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UMJ angkata 2020 dan 2021 sebanyak 78 responden. Berdasarkan hal tersebut menggunakan teknik Random sampling. Yang dimana masing – masing angkatan tidak dibatasi untuk menjawab kuesioner yang diberikan. 24 responden dengan presentase (30,8%) dalam penelitian ini adalah perempuan. Kemudian responden laki – laki dalam penelitian ini sebanyak 54 responden dengan presentase (69,2%). Dapat disimpulkan bahwa responden laki – laki lebih banyak dari responden perempuan. Dapat diketahui pula responden mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UMJ angkatan 2020 sebanyak 42 responden dengan presentase (53,8%), Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UMJ angkata 2021 sebanyak 36 responden dengan presentase (46,2%). Mayoritas usia responden 18 – 24 Tahun sebanyak 78 responden dengan presentase (100%). Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas daripada usia responden berada pada umur 18 – 24 tahun.

Program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia di stasiun televisi Indosiar di mata Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UMJ Angkatan 2020 dan 2021 (Variabel X)

Berdasarkan teori yang digunakan pun dengan hasil penelitian yang telah dibuktikan, bahwasanya pengaruh program tayangan memiliki 7 dimensi, yaitu : Konflik, Durasi, Kesukaan, Konsistensi, Energi , Timing, tren (Morisan, 2018). Hasil daripada penelitian responden pada variable X tergolong tinggi (setuju). Hal ini dapat ditunjukkan dari jawaban sebesar 4,13.

Dari semua pernyataan yang ada pada variable X, dimensi kesukaan pada variable X6 “Pembawa acara dari program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar memiliki pembawaan yang positif dan berenerjik” memiliki rata – rata tertinggi sebesar 4,23 dan dimensi konflik pada variabel X1 “konflik yang terjadi selama pertandingan di dalam program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar menjadi salah satu kejadian yang menarik untuk di sorot” memiliki nilai rata – rata terendah yaitu sebesar 4,05.

Dimensi kesukaan (X6) yang berarti pembawa acara program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar memiliki karakter yang positif membuat audiens khususnya para remaja lebih tertarik untuk menonton program tayangan tersebut. Sementara pada dimensi

konflik (X1) yang berarti dalam hal ini program tayangan tersebut tidak harus menyoroti konflik yang terjadi selama program tayangan berlangsung karena hal tersebut kurang disukai bagi remaja yang menonton program tayangan tersebut.

Minat menonton Televisi bagi remaja pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UMJ Angkatan 2020 dan 2021 (Variabel Y)

Berdasarkan teori yang digunakan dan dengan hasil penelitian yang telah di buktikan, bahwasanya minat menonton Televisi memiliki 3 dimensi, yaitu: Kognitif, Afektif, Konatif. Hasil dari pada penelitian responden pada variabel Y tergolong tinggi (setuju). Hal ini dapat ditunjukkan dari jawaban responden sebesar 4,16.

Dari semua pernyataan yang ada pada variabel Y. dimensi Konatif pada variabel Y8 “Menonton program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar menjadi moment kumpul dengan teman” memiliki rata rata tertinggi sebesar 4,24. Jika di dibandingkan dengan dimensi kognitif pada variabel Y2 dan Y3 “audiens menjadikan program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar sebagai topik pembicaraan diantara teman atau kerabat saat sedang berkumpul” dan “Audiens mendapat kepuasan setelah mengetahui hasil dari program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar” memiliki rata rata terendah yaitu sebesar 4,08.

Dijelaskan bahwasanya Y8 dengan jumlah jawaban responden tertinggi berada dalam dimensi konatif yang dimana menonton program tayangan BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar menjadi moment kumpul dengan teman yang dimana audiens merasakan kebersamaan dengan teman saat menonton program tayangan tersebut dari yang jarang bertemu menjadi bertemu dengan teman mereka. Pernyataan pada kuesioner Y2 dan Y3 yang merupakan jawaban terendah berada dalam dimensi kognitif yang berarti audiens dari program tayangan tersebut menjadikan program tayangan tersebut sebagai topik pembicaraan dengan teman - teman nya saat program tayangan itu berlangsung atau pada saat diluar program tayangan itu berlangsung dan audiens mendapatkan kepuasan setelah mengetahui hasil dari program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 tersebut. hasil yang dimaksud adalah skor pertandingan, peringkat club, dan sesuatu yang terjadi selama program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar itu berlangsung.

Pengaruh Program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar terhadap minat menonton Televisi bagi remaja pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UMJ Angkatan 2020 dan 2021 (Variabel X ke Y)

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS versi 26 for windows, di dapat bahwasanya pernyataan pada variabel X (program tayangan) dan Variabel Y (minat menonton) di dalam penelitian sudah memenuhi standard validitas atau memenuhi syarat valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Uji reliabilitas pada variabel X (Program Tayangan) dan variabel Y (minat menonton) menunjukkan nilai alpha hitung yang positif serta pada tingkat realibilitas $> 0,80$ s.d $1,00$ (table 3.4 dan 3.5), maka kuesioner variabel X sangat reliable begitu juga dengan variabel Y sangat reliabel.

Berdasarkan perhitungan, besarnya pengaruh dapat dilihat dari perolehan R yang disebut juga sebagai koefisien korelasi. Maka dapat dibaca nilai r atau koefesien antara pengaruh program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar terhadap minat menonton Televisi bagi remaja sebesar 0,840 yaitu diantara 0,800 – 1,000 artinya sangat tinggi atau kuat sekali. R square yaitu sebesar 0,705 yang artinya variabel Y dipengaruhi oleh variabel X, dalam penelitian ini minat menonton Televisi dipengaruhi oleh Program Tayangan Sepak bola BRI liga 1 sebesar 70,5% sementara sisanya yaitu 29,5% dipengaruhi oleh factor lain diluar variabel penelitian. Nilai R square menunjukkan angka 0,705 atau 70,5% yang artinya program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 Indonesai di Indosiar berpengaruh tinggi atau kuat terhadap minat menonton Televisi bagi remaja.

Hasil uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} = 13,509$ dengan $df = 78 - 2 = 76$ dan $t_{tabel} = 1,665$. Karena nilai $t_{hitung} (13, 509) > t_{tabel} (1,665)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh antara pengaruh program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar terhadap minat menonton Televisi bagi remaja. Uji hipotesis ini digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar terhadap minat menonton Televisi bagi remaja.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dari penelitian yang membahas tentang pengaruh program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar terhadap minat menonton Televisi bagi remaja, maka dapat ditarik kesimpulan yang di diharapkan dapat menjawab tujuan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Pada variabel X (program tayangan) secara keseluruhan responden menilai bahwa pengaruh program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar tergolong tinggi (setuju). Hal ini dapat ditunjukkan dari jawaban responden sebesar 4,13. Berdasarkan teori yang di gunakan untuk mengukur variabel X (Program tayangan) dimensi (kesukaan) pada variable X6 “Pembawa acara dari program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar memiliki pembawaan yang positif dan berenerjik” memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4,23 karena membuat audiens khususnya para remaja lebih tertarik untuk menonton program tayangan tersebut bahwasanya jika audiens sedang menonton program tayangan tersebut pembawa acara dari program tersebut memiliki ciri khas yang menarik seperti gaya bahasa yang disampaikan kepada audiens, memiliki wajah yang tampan dan cantik, dan pembawa acara tersebut berguna untuk memikat audien agar tidak beranjak dari acara program tayangan BRI Liga 1 Indonesia.
2. Pada variabel Y (minat menonton) secara keseluruhan responden menilai bahwa pengaruh minat menonton Televisi bagi remaja tergolong tinggi (setuju). Hal ini dapat ditunjukkan dari jawaban responden sebesar 4,16. Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel Y (minat menonton) dimensi Konatif pada variabel Y8 “Menonton program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar menjadi moment kumpul dengan teman” memiliki rata rata tertinggi sebesar 4,24 yang dimana audiens merasakan kebersamaan dengan teman saat menonton program tayangan tersebut dari yang jarang bertemu menjadi bertemu dengan teman mereka. Sehingga dapat menjadi ajang tukar pikiran saat sedang berkumpul dengan teman.
3. Berdasarkan hasil penelitian, telah terbukti adanya pengaruh program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar terhadap minat menonton Televisi bagi remaja, dapat dilihat dari perhitungan R square disebut sebagai koefisien determinasi sebesar 0,705 yang artinya sebesar 70,5% variabel X program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar mempengaruhi variabel Y yaitu minat menonton Televisi bagi remaja dan sisa nya 29,5% dipengaruhi oleh faktor lain seperti kerabat, keluarga, TV, atau Sosial media. Selain itu pernyataan ini juga sesuai dengan hipotesis dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $13,509 > 1,665$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh.

Berdasarkan temuan hasil penelitian dengan judul “Pengaruh program tayangan BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar terhadap minat menonton Televisi bagi remaja” maka disarankan bagi program tayangan BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar bukan hanya memikirkan dari segi kualitas penayangannya saja namun unsur unsur yang ada di dalam nya juga harus ikut di perhatikan yang berarti dalam hal ini program tayangan tersebut tidak harus menyoroti konflik yang terjadi selama program tayangan berlangsung seperti pertengkaran antar pemain di lapangan dari masing–masing klub yang ada di lapangan.

Maupun konflik yang terjadi diantara supporter seperti bentrokan antar supporter rival dan konflik supporter dan polisi. Karena hal tersebut kurang disukai bagi remaja yang menonton program tayangan tersebut. Hal ini dapat didasari pada indikator yang paling rendah yaitu berada di dimensi (konflik) pada variabel X1 konflik yang terjadi selama pertandingan di dalam program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar menjadi salah satu kejadian yang menarik untuk di sorot memiliki nilai rata – rata terendah yaitu sebesar 4,05.

Selain itu juga pada pernyataan variabel Y2 “audiens menjadikan program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia di Indosiar sebagai topik pembicaraan diantara teman atau kerabat saat sedang berkumpul” memiliki rata-rata terendah yaitu sebesar 4,08. Maka disarankan bagi pihak Televisi khusus nya Indosiar yang menyiarkan program tayangan Sepak bola BRI Liga 1 Indonesia untuk menyajikan tayangan yang berkualitas seperti tidak ada unsur kekerasan di dalam nya karena program tayangan tersebut akan menjadi suatu topik perbincangan di masyarakat dan juga sebagai ajang tukar informasi dari mulut ke mulut.

DAFTAR REFERENSI

- Azizi, M., Ziran, & Anggrayni, D. (2023). Pengaruh tayangan televisi program acara *Islam Itu Indah* terhadap peningkatan pemahaman keagamaan masyarakat Kota Bogor. *Komunika*, 7(2), 29–40. <https://doi.org/10.32832/komunika.v7i2.10174>
- Fajri Raihan, F., Rachman, F., Saputra, I. G., & Afghan, M. I. (2020). Pengaruh tayangan kartun di TV terhadap kemampuan bersosialisasi anak. *Jurnal Komunikasi*, 2(1), 51–66.
- Fazira, F. (2020). *Pengaruh tayangan religi “Berita Islami Masa Kini” terhadap kepuasan penonton di kalangan ibu-ibu (Survei Kelurahan Melebung Kecamatan Tenayan Raya Pekanbaru)* [Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau].
- Habibie, D. K. (2018). Dwi fungsi media massa. *Jurnal Administrasi Publik*, 7(2), 79–86.
- Iai, M., Sunan Kalijogo, I. A. I., & Kalijogo, M. (2020). Strategi dakwah Islam melalui media massa (televisi) di Indonesia. *Jurnal Dakwah Islam*, 1, 34–43.

- Junaedi, N., Aly, R., & Shabana, A. (2023). Pengaruh terpaan program *Champions League* tahun 2022 terhadap motif menonton penggemar Real Madrid (Survei pada pengikut akun Instagram @pmid_tangsel). *Multidisciplinary Science*, 1(2), 158–168.
- Kamila, A. N., Martha, L. P., & Satriani, I. (2021). Pengaruh intensitas menonton tayangan program *Ilook Net TV* terhadap perilaku remaja dalam berbusana. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.33751/jpsik.v5i1.3286>
- Morissan, M. A. (2018). *Manajemen media penyiaran: Strategi mengelola radio & televisi* (Ed. revisi). Prenada Media.
- Muharram, S. (2022). *Pengaruh minat menonton tayangan Take Me Out terhadap remaja di Kelurahan Palmerah (Survei remaja RW 03 Kelurahan Palmerah Jakarta Barat)* [Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta].
- Nurfaizi, M., & Miranti, A. (2020). Pengaruh terpaan program tayangan *86 Net* terhadap perilaku tertib berkendara remaja Desa Jatisawit Kecamatan Bumiayu. *Jurnal Sosial Politik Peradaban (JSPP)*, 1(1), 51–58.
- Putri, M. R. (2022). *Pengaruh tayangan program TV Hit Power Squat di Lejel Home Shopping terhadap body image pada remaja* [Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana].
- Qudratullah, Q. (2016). Peran dan fungsi komunikasi massa. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 17(2), 41–46.
- Sanjaya, M. (2020). Praktik ekonomi politik media pada tayangan Liga Inggris di TVRI. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 4(1), 30–39. <https://doi.org/10.24853/pk.4.1.30-39>
- Silvia, I., Perwirawati, E., Kom, M. I., Simbolon, B. R., & Sos, S. (2021). *Manajemen media massa*. Scopindo Media Pustaka.
- Situmeang, I. V. (2020). *Media konvensional dan media online*.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. ALFABETA CV.
- Suryanto. (2015). *Pengantar ilmu komunikasi*. CV Pustaka Setia.
- Syafrina, A. E. (2022). *Komunikasi massa*.
- Waziz, K. (2022). *Komunikasi massa: Kajian teoritis dan empiris*. UIN KHAS Press.
- Yunita Rizqianthi, N., & Undiana, N. N. (2021). Pengaruh menonton tayangan televisi terhadap perkembangan anak kelas 4 di SDN 3 Gesik. *Jurnal Psikologi*, 1(3), 55–73.
- Zhafarry, R. A. (2023). *Pengaruh tayangan komedi Lapor Pak! terhadap loyalitas menonton program di Trans7 (Survei masyarakat RW 012 Kedaung Ciputat Tangerang Selatan)* [Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Jakarta].