

Pengaruh Program Acara “Family 100” MNCTV Terhadap Minat Menonton (Survei Pada Ibu- Ibu RW 04 Kelurahan Bojongsari, Kota Depok)

Noviolda Rahmadania

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta

Mulkan Habibi

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta

Alamat: Jl. K.H. Ahmad Dahlan Cireundeu, Kec. Ciputat Tim, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15419,
Indonesia

Korespondensi penulis: rahmadanianoviolda29@gmail.com

Abstract. . The “Family 100” program was broadcast on MNCTV. After going through several rounds and getting high scores on survey questions, the team will struggle to get tens of millions of rupiah in prize money. The aim of this research is to evaluate how MNCTV's “Family 100” program influences viewers' attention. The Event Program bases its operations on the theories of Format Power, Star Power, and Information Power. Cognitive, Affective and Conative are the next elements that are interesting to pay attention to. This research uses a quantitative survey methodology. Questionnaires were distributed as part of the data collection process. uses probability sampling techniques to take samples. To produce accurate results, the data obtained was then processed using SPSS version 29. With $t_{count} (5.872) > t_{table} (1.992)$, it can be concluded that the MNCTV “Family 100” program has a significant effect on viewing interest. The percentage of program viewing that influences viewing interest is 79.9%, and the remaining 20.1% is influenced by other factors.

Keywords: TV programs, Viewing Interests.

Abstrak. Acara “Family 100” disiarkan di MNCTV. Setelah melalui beberapa putaran dan mendapatkan nilai tinggi pada pertanyaan survei, tim akan berjuang untuk mendapatkan hadiah uang puluhan juta rupiah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi bagaimana program “Family 100” MNCTV mempengaruhi perhatian pemirsa. Program Acara mendasarkan operasinya pada teori Kekuatan Format, Kekuatan Bintang, dan Kekuatan Informasi. Kognitif, Afektif, dan Konatif merupakan unsur selanjutnya yang menarik untuk disimak. Penelitian ini menggunakan metodologi survei kuantitatif. Kuesioner disebarkan sebagai bagian dari proses pengumpulan data. menggunakan teknik probabilitas sampling untuk mengambil sampel. Untuk menghasilkan hasil yang akurat, data yang diperoleh selanjutnya diolah dengan menggunakan SPSS versi 29. Dengan $t_{hitung} (5,872) > t_{tabel} (1,992)$, maka disimpulkan bahwa Program “Family 100” MNCTV berpengaruh signifikan terhadap minat menonton. Persentase tayangan program mempengaruhi minat menonton sebesar 79,9%, dan sisanya sebesar 20,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: Program acara TV, Minat Menonton.

LATAR BELAKANG

Jaringan televisi berebut pemirsa karena banyak sekali acara yang mendukung inovasi yang mengudara. Stasiun televisi terus menayangkan tayangan yang menghibur dan informatif, namun informasi berdasarkan fakta masih menjadi keunggulan kompetitif bagi mereka. Televisi saat ini memiliki program yang lebih kreatif daripada siaran berita. Banyaknya acara seni, seperti acara bincang-bincang, acara hiburan, dan sinetron, menunjukkan hal ini. Acara kuis, dimana kontestan menjawab pertanyaan dari pembawa acara untuk mendapatkan poin, semakin menarik perhatian pemirsa. Kontestan dengan skor tertinggi memenangkan hadiah.

Selain itu, acara kuis mampu menghibur penontonnya karena memiliki pembawa acara yang mengarahkan alur acara, yaitu pemutarannya.

Mengingat banyaknya saluran televisi swasta yang tersedia bagi konsumen, jelas bahwa televisi di Indonesia kini berkembang dengan sangat pesat. Karena segala sesuatu yang disiarkan oleh bagian program ditujukan untuk umum, maka ia berfungsi sebagai komponen sentral suatu stasiun televisi dan bertugas mengatur programnya secara cermat. Sebab itu, dapat dikatakan bahwa penyiaran atau televisi direncanakan karena semua program yang disiarkan oleh stasiun televisi adalah acara yang telah dipersiapkan dengan cermat berbulan-bulan sebelumnya, bahkan ketika kejadian yang tidak disengaja kadang-kadang terjadi atau acara tersebut tiba-tiba menjadi penting.

Televisi menyiarkan segala bentuk program harian yang banyak dan bervariasi. Mengetahui apa yang dapat dimanfaatkan sebagai sebuah program dan memastikannya mematuhi preferensi audiens serta persyaratan hukum dan peraturan apa pun sangatlah penting. Program merupakan komponen penting dalam dunia pertelevisian karena memiliki pengaruh yang signifikan terhadap masyarakat. Media massa adalah media yang dimaksudkan untuk menjangkau khalayak yang sangat besar. Akibatnya, media televisi menjadi cara yang sangat efektif untuk mengubah pola pikir penonton sekaligus memengaruhi sikap dan perilaku. Dalam rangka memberikan informasi, pendidikan, dan kenikmatan kepada pemirsanya, kegiatan insan televisi adalah kegiatan.

Tabel 1. Perbandingan Rating Program Acara Kuis Televisi Agustus 2023

No.	Nama Program	Channel	Perbandingan
1	Family 100	MNCTV	Program acara "Family 100" memiliki <i>rating</i> 2,7 dan <i>share</i> sebesar 10,9% . Dalam program ini memiliki 2 tim untuk bermain serta menjawab beberapa pertanyaan dari pembawa acara. Akan ada 1 tim yang maju ke babak bonus karena memiliki nilai yang lebih tinggi dari tim lawannya, dan tim yang menang akan mendapatkan hadiah berupa uang senilai ratusan juta rupiah.
2	Arisan	GTV	Program acara Arisan memiliki <i>rating</i> 2,1 dan <i>share</i> sebesar 9,2%. program acara arisan dapat menambah kosa kata bahasa Inggris, karena ada game yang mengharuskan peserta menyebutkan kata atau menjawab soal dalam bahasa Inggris.
3	Super Deal Indonesia	Trans7	Program acara Super deal indonesia memiliki <i>rating</i> 1,3 dan <i>share</i> sebesar 5,9%. Pada program ini pemain akan dipilih acak oleh pembawa acara, tidak ada pertanyaan seperti di acara kuis family 100 dan arisan. Disini pembawa acara akan memberikan pilihan pemain yang berisikan hadiah yang berbeda seperti uang tunai, barang-barang kebutuhan rumah tangga dan terdapat zonk di salah satu hadiah

Sumber : Indotvtrends

MNCTV adalah saluran televisi swasta yang beroperasi di Indonesia yang menawarkan pilihan program hiburan menarik dan berkaliber tinggi yang meningkatkan perspektif dan pemahaman masyarakat Indonesia. Program Rising Star Indonesia, Uang kaget, Lomba Pantura Primadona, Keluarga 100, dan Bedah Rumah hanyalah beberapa dari sekian banyak acara andalan MNCTV. Family 100 termasuk dalam kategori hiburan acara televisi karena merupakan program hiburan bergaya acara kuis. Kuis adalah jenis perangkat lunak permainan yang memungkinkan pemain memperkirakan tingkat keakraban mereka dengan masalah tertentu dengan mengajukan pertanyaan. Selebriti sering kali diikutsertakan dalam permainan kuis, yang menonjolkan kemampuan intelektual, selain peserta atau anggota biasa.

Dengan lebih dari 2.500 episode tayang, acara Family 100 menjadi salah satu acara kuis terpopuler di Indonesia. Selain itu, pendekatan ini menawarkan keuntungan dalam mengajukan pertanyaan audiens selama sesi berlangsung. Program Family 100 yang tayang di MNCTV menduduki peringkat kedua dengan TVR 4,2 dan *share* 15,9%. Family 100 yang meraih

peringkat kini semakin banyak menampilkan permainan-permainan yang menghibur, mendidik, dan memiliki tujuan yang benar-benar menggugah minat penontonnya. antusias mengikuti acara tersebut.

KAJIAN TEORITIS

Komunikasi Massa

Komunikasi massa, juga dikenal sebagai komunikasi yang dimediasi massa, disebut sebagai komunikasi massa atau hanya komunikasi massa dalam bahasa Inggris. Massa mengacu pada sekelompok besar individu yang mungkin menerima pesan komunikasi yang sama meskipun tersebar atau tersebar di wilayah yang berbeda (Ngalimun, 2017). Gebner menjelaskan penjelasan komunikasi massa lebih rinci, yaitu "*Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*". (Khomsahrial, 2016: 2). Produksi dan penyampaian komunikasi dengan menggunakan teknologi institusional yang lebih banyak digunakan oleh anggota masyarakat Indonesia dikenal dengan istilah komunikasi massa. Sebaliknya, Meletzke mengartikan komunikasi massa sebagai segala bentuk komunikasi yang tujuannya menyebarkan gagasan kepada khalayak luas secara tidak langsung dan satu arah melalui media.

Penyiaran

Penyiaran diartikan sebagai kegiatan pemancaran siaran melalui sarana penyiaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut, atau di ruang angkasa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lain untuk diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat umum. masyarakat dengan alat penerima siaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Program siaran merupakan bagian atau subbagian dari keseluruhan materi siaran radio atau televisi. Untuk menyampaikan fakta bahwa adabanyak program yang disiarkan selama siaran (Hidajanto & Andi, 2012: 43-44). Di sisi lain, dapat dikatakan bahwa semua transmisi dari stasiun penyiaran terdiri dari berbagai program siaran. Masing-masing program siaran ini memiliki slot waktu dan periode siaran unik yang biasanya ditentukan berdasarkan jenis programnya, seperti berita, hiburan, atau materi terkait ilmu pengetahuan dan teknologi.

Televisi

Televisi merupakan media komunikasi audio-visual (dengar-lihat) yang menyajikan berita dengan penekanan pada reproduksi realitas. Televisi lebih menarik daripada radio karena kekuatan utamanya dalam suara dan gambar (Wijaya & Herlina, 2014: 1). Televisi dapat memberikan sensasi yang dialami oleh diri sendiri dengan jangkauan yang luas pada waktu yang bersamaan, memberikan kemampuan yang besar untuk menyampaikan pesan.

Karakteristik Ibu Rumah Tangga

Wijanarko (2018) menjelaskan bahwa konsep “karakter” mengacu pada kemampuan spiritual atau religius yang terdiri dari tiga komponen dasar: karakter (termasuk nilai-nilai kehidupan), kepribadian, dan integritas. Karakter adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan perilaku yang menekankan pentingnya baik dan buruk, baik eksplisit maupun diam-diam. Menurut uraian di atas, karakter adalah representasi dari watak, hati, perilaku baik berdasarkan pengetahuan tentang kebaikan, dan cinta kasih yang ditampilkan baik secara eksplisit maupun implisit (Marlina Telaumbanua & Nugraheni, 2018: 422). Ibu rumah tangga adalah perempuan yang sudah menikah, tidak mempunyai pekerjaan, menghabiskan sebagian besar waktunya mengurus rumah, dan selalu dihadapkan pada lingkungan dan tugas rutin yang sama. Ibu rumah tangga adalah seorang wanita yang sudah menikah dan bekerja untuk menghidupi keluarganya.

Kekuatan Program

Sebagaimana diketahui secara umum, format tayangan televisi terbagi menjadi dua kategori, yaitu format program hiburan dan format program informasi (berita). Setiap program yang disiarkan di televisi memiliki dua bentuk: format-dominan dan star-dominant, klaim Edwin T. Vane dan Lynne S. Gross dalam buku mereka *Programming for TV, Radio, and Cable*. Plot, bersama dengan inovasi teknologi dan karakterisasi pemain, adalah fitur penentu format. Bintang, menurut Vane Gross, adalah komponen esensial; sebuah format dibuat untuk menonjolkan bakat dari pemain utama. sebuah pertunjukan yang menonjolkan bintang utamanya. (Rusman & Yusiatief, 2017: 56). Baik dominasi format maupun dominasi bintang cukup terlihat di pertelevisian Indonesia. Bintang terkenal dijual sebagai dominan di sinetron untuk menarik penonton. Program dengan reality show mempromosikan dominasi format. Kekuatan program disebut sebagai "dominasi" oleh Edwin T. Vane & Lynne S. Gross. Kata "kekuatan" menekankan pada manfaat program, itulah sebabnya dipilih. Dominasi digambarkan sebagai penguasaan yang lebih kuat atas yang lemah dalam Kamus Besar Bahasa

Indonesia. Kekuatan, gaya, dan kekuatan membentuk kekuatan. Energi atau kekuatan yang dimiliki perangkat lunak adalah apa yang dimaksud ketika dikatakan memiliki "kekuatan".

Minat Menonton

Digambarkan sebagai perhatian yang mendalam, keingintahuan, dan kecenderungan untuk mendapatkan apa yang diinginkan dengan pembayaran atau pengorbanan lainnya dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Menurut Schraw dan Lehman, minat mengacu pada keterlibatan diri yang disukai atau dicari dalam suatu kegiatan (Schunk, Pintrich, dan Meece, 2012: 316&319). Minat dibagi menjadi dua kategori oleh para ahli: minat situasional dan minat pribadi. Minat pribadi biasanya dianggap diarahkan pada kegiatan atau topik tertentu, berlawanan dengan rasa ingin tahu, yang dianggap sebagai karakteristik individu yang arahnya lebih tersebar (misalnya seseorang umumnya ingin tahu tentang banyak hal). Minat situasional, di sisi lain, berkaitan dengan elemen unik dari sebuah teks atau lingkungan Kotler dan Keller dalam (Nasution, 2022: 353). Menonton melibatkan melihat, melihat, dan menatap dengan sengaja dan penuh perhatian. Bagi penonton, menonton saja bisa menyenangkan. Terdapat korelasi yang kuat antara minat beli pelanggan dan minat menonton. Niat membeli dapat dilihat sebagai perilaku konsumen dan manifestasi dari reaksi mereka terhadap rangsangan. Pada umumnya minat beli seseorang selalu dibarengi dengan sikap senang dan obsesi, baik terhadap barang maupun jasa. Orang ini akan berusaha mendapatkan sesuatu dengan segala cara yang diperlukan, termasuk membelanjakan uang atau berkorban.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metodologi penelitian kuantitatif diterapkan. Penelitian kuantitatif menggunakan peralatan penelitian untuk pengumpulan data dan analisis kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah disiapkan. Pendekatannya adalah positivis. Ini digunakan untuk meneliti demografi atau sampel tertentu. 2013 (Sugiyono). Metode survei digunakan untuk penyelidikan ini. Sugiyono mengatakan metode survei digunakan untuk mendapatkan data secara alami dari daerah tertentu, dan pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Tujuannya adalah untuk mengetahui berapa banyak responden yang mewakili populasi.

Survei online yang dibuat di Google Forms dan disebarluaskan melalui WhatsApp ke RW 04 Kelurahan Bojongsari, Kota Depok, digunakan sebagai metode pengumpulan data dalam penelitian ini. Kuesioner tertutup adalah jenis kuesioner yang digunakan dimana responden kuesioner ini adalah Ibu-ibu RW 04 Kelurahan Bojongsari, Kota Depok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil rekapitulasi atau elemen pendukung untuk variabel X yaitu Program Acara dirangkum dibawah ini berdasarkan tanggapan dari 77 responden yang merupakan Ibu-ibu Rw 04 Kelurahan Bojongsari, Kota Depok. Hasilnya ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 2. Rekapitulasi Variabel X (Program Acara)

No.	Pernyataan	Mean
1.	X1	4,15
2.	X2	4,24
3.	X3	4,16
4.	X4	4,19
5.	X5	4,18
6.	X6	4,23
7.	X7	4,11
8.	X8	4,18
9.	9	4,11
Jumlah		37,55
Rata-rata		4,17

Berdasarkan temuan rekapitulasi tersebut di atas, total nilai rata-rata (rata-rata) jawaban responden terhadap variabel Program Program (X) adalah sebesar 4,17, hal ini menunjukkan bahwa secara umum responden menganggap variabel Program Program tinggi (setuju).

Hasil rekapitulasi atau elemen pendukung untuk variabel Y yaitu Minat Menonton dirangkum dibawah ini berdasarkan tanggapan dari 77 responden yang merupakan Ibu-ibu Rw 04 Kelurahan Bojongsari, Kota Depok. Hasilnya ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 3. Rekapitulasi Variabel Y (Minat Menonton)

No.	Pernyataan	Mean
1.	Y1	4,19
2.	Y2	4,20
3.	Y3	4,19
4.	Y4	4,19
5.	Y5	4,23
6.	Y6	4,29
7.	Y7	4,15
8.	Y8	4,24
9.	Y9	4,16
Jumlah		37,84
Rata-rata		4,20

Berdasarkan hasil rekapitulasi tersebut di atas, secara umum responden berpendapat bahwa variabel Minat Menonton adalah tinggi (setuju), hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata (rata-rata) tanggapan mereka terhadap variabel (Y) secara keseluruhan, yaitu sebesar 420.

Pembahasan

a) Uji Regresi Linear Sederhana

Program "Family 100" berperan sebagai variabel independen (X), dan analisis uji regresi digunakan untuk melihat pengaruhnya terhadap variabel dependen (Y), minat menonton. Berikut adalah hasil daripengolahan SPSS (*Statistic Package For Social Science*) 29.1 for window, diperoleh data :

Rumus Regresi Linear

$$Y = a+bX$$

$$Y = 2,069 + 0,953X$$

Dimana :

Y = Minat Menonton

X = Program Acara

a = nilai konstan dari *Unstandardized Coefficients*. Dalam penelitian ininilanya sebesar 2,069

b = nilai koefisien regresi. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 0,953

Persamaan diatas menyatakan jika $(X) = 0$, maka $(Y) = 2,069$, dan jika $(X) = 1$, maka $(Y) = 3,022$, maka setiap penambahan jumlah Program Family 100 sebesar 1 akan menghasilkan a 3.022 peningkatan minat menonton. Data yang didapatkan setelah diolah dengan menggunakan SPSS (*Statistic Package For Social Science*) 29.1 for window adalah sebagai berikut :

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.894 ^a	.799	.796	1.796
predictors: (Constant), Program Acara				

Berdasarkan hasil tabel di atas, terdapat hubungan yang sangat tinggi atau sangat kuat antara unsur program acara dengan minat menonton, yang ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi atau R sebesar 0,894 yang berada pada kisaran 0,800 hingga 1,000. Koefisien determinasi atau R square Minat Menonton Keluarga 100 menunjukkan nilai sebesar 79,9% dan sisanya sebesar 20,1% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Program Acara akan memberikan pengaruh sebesar 79,9% terhadap minat pemirsa menonton Family 100, sesuai dengan nilai R square sebesar 0,799.

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	959.381	1	959.381	297.5	<.001 ^b
Residual	241.788	75	3.224	89	
Total	1201.169	76			
a. Dependent Variable: Minat Menonton b. Predictors: (Constant), Program Acara					

Karena nilai signifikansi 0,001 pada tabel di atas kurang dari 0,5 maka dianggap signifikan. Hasil pada tabel menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel Program Acara dengan Minat Menonton Family 100. Tingkat signifikansi sebesar 0,001 dan nilai F sebesar 29,75.

b) Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
t (Constant)	2.069	2.087	.894	.991	.325
Program Acara	.953	.055		17.251	<.001
a. Dependent Variable: Minat Menonton					

Uji-t dalam pengujian hipotesis digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui signifikansi atau pengaruh dari hasil penelitian terkait Program Acara (X) terhadap Minat Menonton (Y) dengan rumus yaitu :

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi antara X dan Y

n = Jumlah Sampel

Maka dengan demikian :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H0 ditolak dan H1 diterima (memiliki pengaruh)

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H0 diterima dan H1 ditolak (tidak memiliki pengaruh)

Nilai t_{hitung} menurut perhitungan yang telah dilakukan adalah 5,872, dan nilai dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$ atau 0,025) dapat ditentukan tergantung pada nilai n, atau jumlah responden. Dan karena ada 77 responden (n) dalam penelitian ini, maka derajat bebasnya (df) $n-k = 77-2 = 75$. Nilai t_{tabel} adalah 1,992 dengan derajat kebebasan 75 dan tingkat signifikansi 5%. Karena $t_{hitung} (5,972) > t_{tabel} (1,992)$, maka H0 ditolak dan H1 disetujui, hal tersebut menunjukkan bahwa Minat Menonton Family 100 dipengaruhi oleh Program Acara.

KESIMPULAN

Responden tertarik pada acara "Family 100" MNCTV" sebanyak 77 responden memberikan tanggapan positif terhadap seluruh pernyataan variabel (X) dalam kuesioner penelitian. Temuan rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel (X) yang mempunyai skor rata-rata sebesar 4,17 menunjukkan hal tersebut. Dimensi Program Acara (X2) dengan

pernyataan “Rangkaian acara pada program Family 100 mudah dipahami”) mempunyai nilai tertinggi dari semuanya yaitu 4,24 dari dimensi Program Acara.

Sebanyak 77 responden menyatakan tertarik untuk menonton dengan memberikan jawaban “Y” pada seluruh pertanyaan variabel dalam kuesioner penelitian. Hal ini terlihat dari hasil rekapitulasi tanggapan responden pada variabel (Y) dengan skor rata-rata 4,20 pada tabel 4.25. Pernyataan “Program Family 100 merupakan program hiburan utama di televisi” memperoleh skor sebesar 4,29 yang merupakan dimensi tertinggi dari seluruh dimensi minat menonton.

Program "Family 100" memiliki pengaruh sebesar 79,9% terhadap minat menonton, lebih besar dari 50% dan menunjukkan bahwa hal tersebut cukup signifikan untuk memberikan dampak. Sedangkan faktor-faktor yang tidak diteliti dalam penelitian memberikan dampak terhadap sisanya sebesar 20,1%. Berdasarkan koefisien korelasi (r) sebesar 0,894, acara MNCTV “Family 100” berdampak terhadap perhatian pemirsa. Berdasarkan perhitungan Uji Hipotesis, Karena nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel, maka H1 diperbolehkan dan H0 ditolak yaitu sebesar 1,992 berdasarkan temuan perhitungan. Temuan ini menunjukkan adanya pengaruh kuat tayangan MNCTV “Family 100” terhadap minat pemirsa.

DAFTAR REFERENSI

- RR Adhypoetra dan M. (2018). Analisis pengaruh menonton Uttaran di Anteve terhadap perilaku sosial ibu rumah tangga. 257–266. *Jurnal Sastra Komunikasi*.
- A.G. Anggraini (2020). Dampak Program Televisi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Warga Pondok Labu Jakarta Selatan. 16–30 dalam *Jurnal Pemberdayaan Komunikasi*.
- U.F. Damanik (2021). Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Desa Pangkalan Mansyur Kecamatan Medan Johor: Pengaruh Sinetron Ikatan Cinta Terhadap Minat Menonton. *Jurnal Mahasiswa Ilmu Komunikasi, atau Jimsipol*.
- Dasar-dasar Penyiaran, H.D. Fachrudin, Jakarta: Kencana, 2011.
- F. R. Fajri Raihan (2020). Dampak kartun TV terhadap kapasitas sosialisasi anak. 51–56 komunikasi.
- DD.Fitria (2021). Gaya Komunikasi. *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ilmu Sosial* volume ke-31.
- R.Hidayat (2015). Analisis Konvergensi Media di Era Teknologi Informasi dalam Penyiaran. *E-Jurnal Universitas Paramadina*, 1–19.
- BP Kamalia (2022). Menjadi lebih menarik untuk membandingkan jenis dan ciri-ciri media penyiaran radio dan televisi. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1–19.
- Khatimah, H (2018). Media kedudukan dan fungsinya dalam kehidupan bermasyarakat. 119–138 di *Tasamuh*.
- Khomsahrial, (2016). R.Humas. PT Grasindo.
- ER Mariana (2015). *Al-Ulum*, 54–59. "Aspek Positif dan Negatif Acara Televisi pada Anak."
- Nafsu makan. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi Praktis*. Tekan Pustaka Baru, PT.
- Ibu Nita Maediana S.M. Rusmawatia (2021). Kajian Ibu Rumah Tangga di Kota Serang Tentang Dampak Paparan "Suara Hati Istri" Terhadap Tingkat Kecemasan Indosiar. 37–47 dalam *Jurnal Inovasi dan Kreativitas (JIKA)*.