

**PENGARUH MENONTON TAYANGAN ULASAN TENTANG SEPAK BOLA DI
TELEVISI TERHADAP GAYA HIDUP HEDONIS MAHASISWA**

**(Studi Pada Mahasiswa Laki-Laki Penonton Ulasan Tentang Sepak Bola di Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat (Humas)



**Disusun Oleh :
ARIO WINANDA
07031381520130**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2020

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF

PENGARUH MENONTON TAYANGAN ULASAN TENTANG SEPAK BOLA DI
TELEVISI TERHADAP GAYA HIDUP HEDONIS MAHASISWA

(Studi Pada Mahasiswa Laki-Laki Penonton Ulasan Tentang Sepak Bola di Fakultas Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)

Skripsi
Oleh :

Ario Winanda
07031381520130

Telah dipertahankan didepan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 24 Juli 2020

Pembimbing :

1. Dra. Dyah Hapsari ENH., M.Si
NIP. 196010021992032001

2. Krisna Murti, S.I.Kom.,MA
NIP. 198807252019031010
Penguji :


1. Miftah Pratiwi, S.I.Kom.,M.I.Kom
NIP. 199205312019032018

2. Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc
NIP. 19920913201903201

Tanda Tangan



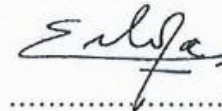
.....



.....



.....



.....

Mengetahui

Dekan FISIP LINSRI

Prof. Dr. Kgs. M. Sobri, M.Si
NIP. 196311061990031001



Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,

Dr. Andries Leonardo, S.H., M.Si
NIP. 197905012002131005



HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

“PENGARUH MENONTON TAYANGAN ULASAN TENTANG SEPAK BOLA DI TELEVISI TERHADAP GAYA HIDUP HEDONIS MAHASISWA (Studi Pada Mahasiswa Laki-Laki Penonton Ulasan Tentang Sepak Bola di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)”

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi**

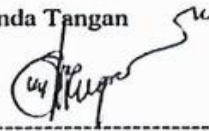
Oleh :

Ario Winanda
07031381520130

Pembimbing I

1. Dra. Dyah Hapsari ENH.,M.Si
NIP. 196010021992032001

Tanda Tangan



Tanggal

12/17-2020

Pembimbing II

2. Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP. 198807252019031010



Mengetahui
Ketua Jurusan



Dr. Andries Leonardo S.IP., M.Si
NIP. 19790501200121005

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSYARATAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ario Winanda
NIM : 07031381520130
Tempat dan tanggal lahir : Muara Pinang, 29 November 1997
Konsentrasi / Jurusan : Hubungan Masyarakat / Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Skripsi yang berjudul: "Pengaruh Menonton Tayangan Ulasan Tentang Sepak Bola Di Televisi Terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Laki-Laki Penonton Ulasan Tentang Sepak Bola di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)" ini adalah karya penelitian saya sendiri dan tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik serta tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis dengan acuan yang disebutkan sumbernya, baik dalam naskah karangan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi, baik Skripsi beserta gelar Sarjana saya dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Publikasi sebagian atau keseluruhan isi Skripsi pada jurnal atau forum ilmiah harus menyertakan tim promotor / pembimbing sebagai *author* dan program studi ilmu komunikasi Universitas Sriwijaya sebagai institusinya. Apabila saya melakukan pelanggaran dari ketentuan publikasi ini, maka saya bersedia mendapatkan sanksi akademik yang berlaku.

Palembang, 13 Juli 2020



Ario Winanda
NIM. 07031381520130

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Lelaki Sejati adalah dia yang selalu menyelesaikan apa yang telah dia mulai.”

-Ario Winanda-

(16 Juli 2020)

Sripsi ini Saya Persembahkan Untuk :

1. Allah Subhanahu Wa Ta’ala & Nabi Muhammad Shallallahu ‘Alaihi Wa Sallam
2. Kedua Orang Yang Sangat Berarti Dalam Hidup ini Yaitu Ayah Saya Nazarudin & Ibu Saya Ruslaimah
3. Kedua Saudaraku Tercinta yaitu Kakak Anggia Martiana, S.Pt., M.Si dan Adik Heppy Septiani.
4. Keluarga Besar Hamdani dan Keluarga Besar Jetemat.
5. Dosen Pembimbing
6. Para Dosen dan Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
7. Teman-Teman
8. Almamater Tercinta Universitas Sriwijaya

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada الله Subhanahu Wa Ta'ala atas rahmat, hidayah serta inayahya yang diberikan kepada penulis berupa kesehatan jasmani dan rohani, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan waktu yang tepat. Pembuatan skripsi ini merupakan syarat untuk mencapai derajat sarjana strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi. Pembahasan serta analisis yang dibuat oleh penulis dalam skripsi ini yaitu mengenai “Pengaruh Menonton Tayangan Ulasan Tentang Sepak Bola Di Televisi Terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Laki-Laki Penonton Ulasan Tentang Sepak Bola di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)” Dalam menyelesaikan penyusunan skripsi penulis mendapatkan bimbingan, serta dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis sangat menyadari bahwa tanpa adanya bimbingan serta dukungan tersebut, penyusunan proposal skripsi akan mengalami banyak hambatan. Atas bantuan dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

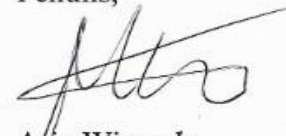
1. Allah Subhanahu wa ta'ala yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak dan Ibu, orang tua yang selalu mendoakanku, menyayangi, serta selalu bekerja keras untuk bisa mewujudkan impian saya.
3. Seluruh anggota keluarga ku yang selalu mendukung.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE, selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
6. Bapak Dr. Andries Lionardo, S.IP. M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
7. Bapak Faisal Nomaini, S.Sos. M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
8. Ibu Dra. Dyah Hapsari ENH.,M.Si yang terhormat selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan segenap ilmu dan waktu nya untuk membimbing.
9. Bapak Krisna Murti, S.I.Kom., MA selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan segenap ilmu dan waktu nya untuk membimbing.
10. Ibu Miftah Pratiwi, S.I.KOM.,MA selaku dosen penguji sidang komprehensif.
11. Ibu Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc selaku dosen penguji sidang komprehensif.

12. Seluruh Dosen jurusan Ilmu Komunikasi dan seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah mendidik dan berbagi ilmu sehingga saya dapat menyelesaikan studi strata satu saya.
13. Staf Administrasi Jurusan Ilmu Komunikasi Mbak Sertin, Mbak Anti, dan Mbak Fira.
14. Sahabat-sahabat Rian Fitriansyah, Ahmad Maldini, Alfat Mubaroq, Muhammad Aditya, Topan Juliansyah, Ahmad Feri, yang telah memberi semangat dan motivasi selama tahap pengerjaan hingga selesai.
15. Sahabat Ketika kuliah yang tergabung dalam grub Cawa, Alhamdulillah S.I.Kom dan Grub Event Managemant.
16. Kedua Mentor selama pengerjaan skripsi sekaligus sahabat kuliah Prabowo dan M Fajri Islami.
17. Dan untukmu yang tertulis di Lauhul Mahfuz.

Penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi untuk mendapatkan hasil yang terbaik. Penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kekeliruan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca agar dapat menunjang kesempurnaan hasil penelitian selanjutnya di masa akan datang.

Palembang, 24 Juli 2020

Penulis,



Ario Winanda

NIM 07031381520130

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF	i
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSYARATAN PUBLIKASI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABTRAK	xv
ABSTRACK	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Jumlah Penonton Tayangan Ulasan Tentang Sepak Bola di Televisi.....	8
1.1.2 Penggunaan Media Massa Yang Mempengaruhi Gaya Hidup Hedonis.....	12
1.1.3 Mahalnya Harga Jersey dan Equipment yang Dibeli Mahasiswa.....	13
1.1.4 Kebiasaan Kumpul dan Nobar di Cafe-Café	17
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian	19
1.4.1 Secara Teoritis	19
1.4.2 Secara Praktis.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Landasan Teori.....	20
2.2 Gaya Hidup Hedonis.....	20
2.2.1 Pengertian Gaya Hidup	20
2.2.3 Pengertian Gaya Hidup Hedonis.....	23
2.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup Hedonis	23

2.2.5 Pengaruh Menonton	24
2.2.6 Tayangan Ulasan Tentang Sepak Bola	27
2.3 Beberapa teori-teori gaya hidup hedonis	28
2.3.1 Teori yang digunakan	28
2.4 Beberapa teori-teori pengaruh Menonton	29
2.4.1 Teori yang digunakan	30
2.5 Pengaruh Menonton Tayangan Terhadap Gaya Hidup.....	31
2.6 Alur Pemikiran.....	35
2.7 Penelitian Terdahulu	36
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Desain Penelitian	39
3.2 Definisi Konsep	39
3.2.1 Menonton Tayangan Ulasan Tentang Sepak Bola.....	39
3.2.2 Penonton Tayangan Ulasan Tentang Sepak Bola	40
3.2.3 Gaya Hidup Hedonis.....	40
3.2.4 <i>Attention</i>	40
3.2.5 Capacity	40
3.2.6 Focusing Strategic.....	40
3.2.7 Involvement	41
3.2.8 Aktivitas.....	41
3.2.9 Minat	41
3.2.10 Opini	42
3.3 Definisi Operasional	42
3.4 Unit Analisis, Populasi dan Sampel.....	44
3.4.1 Unit Analisis	44
3.4.2 Populasi.....	44
3.4.3 Sampel.....	45
3.5 Data dan Sumber Data	46
3.5.1 Data.....	46
3.5.2 Sumber Data.....	46
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	47
3.6.1 Uji Validitas Instrumen.....	47

3.6.2 Uji Reliabilitas Instrumen	48
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.7.1 Penyebaran Kuisioner	49
3.7.2 Dokumentasi	49
3.7.3 Observasi.....	49
3.8 Uji Normalitas Data	50
3.9 Konversi Data Ordinal ke Data Interval	50
3.10 Teknik Analisis Data.....	50
3.10.1 Teknik Analisis Deskriptif Kuantitatif.....	50
3.10.2 Teknik Analisis Eksplanatif	51
3.11 Uji Hipotesis	51
3.12 Sistematika Penulisan	53
BAB IV GAMBARAN UMUM	54
4.1 Gambaran Umum Responden	54
4.1.1 Gambaran Umum Usia Responden.....	54
4.1.2 Gambaran Umum Jurusan Responden.....	55
4.1.3 Gambaran Umum Tahun Angkatan Responden	56
4.1.4 Gambaran Umum Alamat Responden	56
4.2 Tayangan Ulasan Tentang Sepak Bola	58
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
5.1 Teknik Analisi Deskriptif	62
5.2 Teknik Analisis Eksplanatif.....	90
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	97
6.1 Kesimpulan	97
6.2 Saran	99
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Rating Pertandingan Sepak Bola dan Bulu Tangkis	4
Tabel 1.2 Daftar Acara Ulasan Tentang Sepak Bola di Televisi	5
Tabel 1.3 Tabel Hasil Survei Pra Penelitian Tayangan Ulasan Tentang Sepak Bola.....	9
Tabel 2.1 Daftar Acara Ulasan Tentang Sepak Bola di Televisi	27
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Definisi Operasional	42
Tabel 4.1 Gambaran Umum Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.2 Gambaran Umum Alamat Responden	56
Tabel 4.3 Daftar Acara Ulasan Tentang Sepak Bola di Televisi	58
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	59
Tabel 5.2 Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	60
Tabel 5.3 Reliabilitas Variabel Menonton Tayangan Ulasan Tentang Sepak Bola.....	60
Tabel 5.4 Reliabilitas Variabel Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa.....	61
Tabel 5.5 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 5.6 Kriteria Penilaian Berdasarkan Rata-rata Skor (Analisis Deskriptif)	63
Tabel 5.7 Memperhatikan informasi di tayangan dan agar bisa lebih detail menceritakan...63	
Tabel 5.8 Menyaksikan tayangan sebagai teladan dalam dalam mencari informasi	64
Tabel 5.9 Memperhatikan informasi tayangan agar perasaan positif/senang	65
Tabel 5.10 Menonton 2-4 jam sehari	67
Tabel 5.11 Menghabiskan waktu lebih dari 4 jam sehari menonton	68
Tabel 5.12 Menyaksikan tayangan dengan durasi 4 jam sehari.....	69
Tabel 5.13 Menonton tayangan dengan penuh penghayatan	70
Tabel 5.14 Kondisi hati yang senang dapat lebih mudah mengetahui informasi	71
Tabel 5.15 Menonton tayangan di tengah keramaian dan keadaan sunyi.....	72
Tabel 5.16 Keterlibatan orang terdekat saat menonton.....	73
Tabel 5.17 Setelah menonton saya dapat menentukan.....	74
Tabel 5.18 Mengumpulkan dan menentukan informasi.....	75
Tabel 5.19 Prilaku orang di sekitar membuat saya terpengaruh	76
Tabel 5.20 Mempunyai waktu yang khusus dalam menonton.....	77
Tabel 5.21 Merasa puas apabila mempunyai waktu yang ada untuk berbelanja	77

Tabel 5.22 Mempunyai ketertarikan melihat style dari pemain sepak bola di televisi.....	78
Tabel 5.23 Tertarik terhadap style dan aksesoris terbaru.....	79
Tabel 5.24 Menyaksikan pertandingan sepak bola secara ramai-ramai.....	80
Tabel 5.25 Style dan aksesoris para pemain sepak bola menarik perhatian	81
Tabel 5.26 Tertarik mempunyai setelah melihat apa yang dikenakan oleh para pemain sepak bola dari tayangan	82
Tabel 5.27 Merasa kurang apabila menonton bersama tanpa menggunakan jersey	83
Tabel 5.28 Puas dan senang mempunyai waktu menonton sepak bola dimanapun berada ...	83
Tabel 5.29 Produk orang lain kenakan mempengaruhi minat untuk membeli produk	84
Tabel 5.30 Harga produk suatu barang memberikan pengaruh	85
Tabel 5.31 Produk harga yang tinggi dapat menarik perhatian orang di sekitar.....	86
Tabel 5.32 Produk yang berkaitan dengan figure idola membuat saya lebih percaya diri	87
Tabel 5.33 Kategori Penilaian.....	87
Tabel 5.34 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	90
Tabel 5.35 Koefisien Determinasi	91
Tabel 5.36 ANOVA	91
Tabel 5.37 Koefisien Korelasi	92
Tabel 5.38 Kriteria penilaian Korelasi	92
Tabel 5.39 Hasil Uji Hipotesis	93
Tabel 5.40 Rekapitulasi Hasil Analisis Data	94

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Televisi Media Paling Banyak Dikonsumsi Milenial Indonesia.....	10
Gambar 1.2 Indonesia Penggemar Bola Nomor Dua di Dunia.....	11
Gambar 1.3 Diagram Hasil Survei Pra Penelitian	12
Gambar 1.4 Diagram hasil survei pra penelitian	14
Gambar 1.5 Pangsa Pasar Kostum Sepakbola Eropa.....	15
Gambar 1.6 10 Klub Dengan Penjualan Jersey Terbanyak 2016	16
Gambar 1.7 Diagram Hasil Survei Pra Penelitian	18
Gambar 4.1 Gambaran Umum Berdasarkan Jurusan.....	55
Gambar 4.2 Gambaran Umum Angkatan Responden.....	56
Gambar 5.1 Menonton tayangan ulasan tentang sepak bola mempengaruhi gaya hidup hedonis mahasiswa.....	95

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Alur Pemikiran.....	35
-------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat penunjukan dosen pembimbing
- Lampiran 2. Kartu bimbingan skripsi
- Lampiran 3. Hasil Turnitin
- Lampiran 4. Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 5. Tabulasi Data Primer Variabel X dan Variabel Y
- Lampiran 6. Hasil Konversi Data Ordinal Ke Interval
- Lampiran 7. Uji Validitas Variabel X
- Lampiran 8. Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 9. Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 10. Distribusi Nilai Rtabel
- Lampiran 11. Distribusi Nilai Ftabel
- Lampiran 12. Distribusi Nilai Ttabel

ABSTRAK

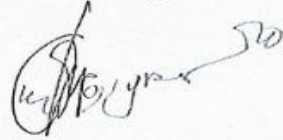
Ario Winanda, **Pengaruh Menonton Tayangan Ulasan Tentang Sepak Bola Di Televisi Terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Laki-Laki Penonton Ulasan Tentang Sepak Bola di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Palembang).**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh dan seberapa besar pengaruh Menonton Tayangan Ulasan Tentang Sepak Bola Di Televisi Terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa, Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Kultivasi menurut Gerbner dalam Morrissan dan teori Gaya Hidup Hedonis Menurut Peter dan Olson. Penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuisioner kepada 80 responden yaitu mahasiswa laki-laki penonton tayangan ulasan tentang sepak bola di televisi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.

Dari hasil penelitian diperoleh thitung > ttabel yaitu thitung = 22.230 dan ttabel = 1.66462. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh Menonton Tayangan Ulasan Tentang Sepak Bola Di Televisi Terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa. Besarnya pengaruh variabel x terhadap y adalah 86,4%.

Kata Kunci : Tayangan, Sepak Bola, Gaya Hidup Hedonis, Mahasiswa.

Pembimbing I



Dra. Dyah Hapsari ENH., M.Si
NIP. 196010021992032001

Pembimbing II



Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP. 198807252019031010

Palembang, Agustus 2020
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

ABSTRACT

Ario Winanda, *The Effect of Watching Impressions about Football on Television Against the Hedonic Lifestyle of Students (Study of Male Students Watching Reviews of Football at the Faculty of Social and Political Sciences, Sriwijaya University, Palembang Campus).*

This study was conducted to determine whether there is an influence and how much influence Watching Television Reviews on Television Against the Hedonic Lifestyle of Students, The theory used in this study is the theory of cultivation according to Gerbner in Morrissan and the Hedonic Lifestyle theory According to Peter and Olson. This research is a quantitative descriptive research type. This research was conducted by distributing questionnaires to 80 respondents, namely male students who watched a review of football on television at the Faculty of Social and Political Sciences, Sriwijaya University, Palembang Campus.

From the results of the study obtained $t_{count} > t_{table}$ namely $t = 22.230$ and $t_{table} = 1.66462$. This shows the influence of Watching Impressions About Football On Television Against the Hedonic Lifestyle of Students The influence of variable x on y is 86.4%.

Keywords: Impressions, Football, Hedonistic Lifestyle, Students.

Advisor I



Dra. Dyah Hapsari ENH., M.Si
NIP. 196010021992032001

Advisor II



Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP. 198807252019031010

Palembang, Agustus 2020

**Chairman of The Department of Communications
Faculty of Social Science and Political Science
Sriwijaya University**



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan yang membawa teknologi pada era globalisasi atau era informasi saat ini mempunyai dampak yang besar untuk mempermudah manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Manusia selalu membutuhkan informasi yang sudah menjadi kebutuhan manusia. Kebutuhan inilah yang secara tidak langsung memicu perkembangan teknologi komunikasi.

Pada era globalisasi atau era informasi saat ini, kemajuan dalam segala aspek kehidupan mempunyai peranan penting dalam kepribadian seseorang. Salah satunya adalah perkembangan dari bidang ilmu komunikasi. Ilmu komunikasi adalah ilmu yang mempelajari usaha manusia dalam menyampaikan isi pernyataan kepada manusia lain untuk dapat menghubungkan apapun yang akan dilakukan manusia terhadap manusia lainnya. Ilmu komunikasi merupakan bidang ilmu pengetahuan yang bersifat *multidisipliner*, ilmu komunikasi berkembang melalui beberapa pendekatan disiplin ilmu lain seperti psikologi, politik, filsafat, antropologi, sosiologi, dan lain sebagainya.

Dalam perkembangan di berbagai aspek komunikasi seperti media yang digunakan sebagai sarana dalam proses penyampaian pesan mendorong kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa dampak positif bagi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi seluruh dunia. Jika pada saat zaman dahulu manusia hanya bisa melakukan komunikasi melalui surat menyurat sebagai alat komunikasi dan pertukaran informasi, jauh berbeda dengan sarana sekarang komunikasi semakin berkembang pesat dan memberikan berbagai kemudahan bagi manusia sebagai penggunanya.

Kemudahan mengakses informasi saat ini erat kaitannya dengan perkembangan teknologi komunikasi yang sedang berjalan saat sekarang. Dengan perkembangan teknologi komunikasi media massa tidak hanya terjadi pada media baru saja yaitu internet, akan tetapi perkembangan juga terjadi di media lama seperti media cetak yang meliputi (surat kabar, majalah, dan koran) dan media elektronik (televisi dan radio). Dari perkembangan tersebut semua informasi yang kita inginkan akan dengan mudah untuk di dapatkan baik itu informasi yang bersifat lokal, nasional, bahkan internasional sekalipun semuanya akan tersedia berkat dampak kemajuan teknologi. Semua informasi dalam bentuk koran, majalah, tabloid, atau

melalui media elektronik seperti radio dan televisi, atau juga melalui media internet semuanya dikemas dengan semenarik mungkin dalam berbagai bentuk agar pembaca atau penikmatnya dapat merasakan kepuasan saat mengonsumsi informasi yang mereka inginkan.

Semua kemajuan saat ini dampak dari globalisasi media massa mempunyai dampak di bidangnya masing-masing karena kemajuan teknologi yang sangat pesat seperti saat sekarang. Pesatnya perkembangan teknologi mempermudah kita menyerap media televisi dalam kehidupan sehari-hari memang menghasilkan suatu peradaban, khususnya dalam proses komunikasi dan informasi setiap jenis media massa melahirkan suatu efek sosial yang bermuatan perubahan sosial dan budaya, (Kuswandi, 1996:22).

Media massa televisi salah satunya menjadi bagian yang tidak bisa ditinggalkan dari kehidupan manusia saat ini. Media massa televisi dijadikan masyarakat untuk mencari informasi yang lebih akurat dikarenakan media internet saat ini sangat rentan akan berita yang tidak valid atau hoaks yang dengan mudahnya menyebar. Karena itu media televisi memegang peranan yang sangat penting dalam menyediakan berita atau tayangan-tayangan yang akurat. Televisi merupakan media massa yang sangat berbeda dengan media massa lainnya. Televisi dapat dengan mudah menjangkau ruang dan waktu karena pesan dan informasi yang disampaikan melalui gambar dan suara secara bersamaan.

Televisi adalah sarana komunikasi yang utama di kehidupan masyarakat Indonesia maupun masyarakat luar negeri. Saat tidak ada media lain yang dapat menandingi televisi dalam hal volume teks budaya populer yang diproduksi sehingga banyaknya penonton. Peran media massa televisi mempunyai relevansi terhadap pengaruh publik atau masyarakat. Dahulu televisi hanya berfungsi sebagai institusi sosial, kini televisi dihadapkan sebagai institusi bisnis yang harus mulai berpikir bagaimana agar mendapatkan keuntungan. Mereka para pemilik modal melirik stasiun televisi sebagai lahan bisnis yang menggiurkan, namun dalam hal ini yang perlu dikaji dengan seksama adalah bagaimana agar suatu tayangan di televisi bukan hanya agar menguntungkan para pemilik modal semata akan tetapi untuk lebih memberikan suatu motivasi dalam perubahan hidup baik sikap, perilaku maupun perubahan terhadap khalayak (Morrisan, 2009 : 340-341).

Khalayak mulai dari anak-anak, remaja, dewasa bahkan orang tua yang terdiri dari berbagai profesi seperti pelajar, karyawan, pegawai negeri, dan mahasiswa yang menjadikan televisi sebagai sumber informasi dan sarana hiburan yang tidak bisa mereka tinggalkan meskipun ditengah kemajuan sarana-sarana informasi yang lainnya.

Bukanlah hal yang aneh dalam kehidupan mahasiswa bahwa kehadiran televisi saat ini memberikan pengaruh yang sangat besar dalam menyebarluaskan informasi kepada

masyarakat dalam hal ini mahasiswa baik itu berupa informasi kriminalitas, hiburan, musik, tayangan olahraga, dan lain sebagainya yang bermanfaat bagi masyarakat luas. Media massa televisi dalam menyampaikan pesannya dengan bentuk gambar dan disertai dengan suara atau audio-visual dapat merubah perilaku, sikap, persepsi, dan perasaan pemirsa. Hal ini merupakan suatu yang sangat wajar televisi mempengaruhi psikologis sekan-akan menghipnotis pemirsa sehingga pemirsa terpaku berjam-jam di depan televisi yang membuat mereka terbawa suasana haru dan terpesona sehingga memberikan dampak terhadap kehidupan mahasiswa yang menyaksikan televisi.

Televisi sebagai salah satu media massa yang ada, dan media yang paling mempengaruhi kehidupan khalayak yang dikemas dalam bentuk program acara yang berbeda-beda salah satunya adalah program acara ulasan tentang sepak bola. Program acara yang disajikan kepada khalayak karena adanya faktor yang membuat audiens untuk tertarik mengikuti program atau siaran yang dipancarkan melalui stasiun penyiaran apakah itu radio atau televisi. Dalam penyajian acara-acara seperti acara talk show, olahraga, film, dan informasi mengenai dunia olahraga adalah acara yang digemari atau yang sering mendominasi di stasiun televisi.

Banyaknya masyarakat Indonesia yang menyukai sepak bola membuat berbagai program tayangan ulasan olahraga di televisi semakin bermunculan. Untuk menarik minat penonton program tayangan ulasan olahraga ini terus dikembangkan dan dikemas semenarik mungkin. Karena kemajuan dan keberagaman program acara televisi memang menjadi hal yang penting di negara kita Indonesia (Baksin, 2006: 45).

Meskipun prestasi Tim Nasional Sepak Bola Indonesia di kanca Asia maupun Tingkat Internasional masih belum banyak menorehkan prestasi seperti cabang olahraga lainnya akan tetapi masyarakat Indonesia tetap menjadikan olahraga sepak bola ini sebagai tontonan yang paling banyak diminati dari dahulu hingga saat ini.

Akan tetapi masyarakat Indonesia juga menggemari pertandingan olahraga yang dari dahulu hingga saat ini selalu menorehkan prestasi baik di tingkat Asia maupun Internasional yang selalu membawa nama harum Indonesia di kanca internasional yang juga menjadi cabang olahraga kebanggaan rakyat Indonesia yaitu, olahraga bulu tangkis. Tak hanya orang dewasa sama halnya dengan sepak bola olahraga bulu tangkis ini hampir digemari oleh setiap kalangan. Hal tersebut terbukti dalam pergelaran Asian games 2018 bahwa pertandingan bulu tangkis memperoleh rating tertinggi kedua setelah sepak bola dengan jumlah penonton yang akan dijabarkan sebagai berikut.

Tabel 1.1
Rating Pertandingan Sepak Bola dan Bulu Tangkis Pada Pergelaran Asian Games 2018
di Indonesia

No	Pertandingan	Rating	Share
1.	Sepak Bola Indonesia vs Hong Kong	9,4%	35,6%
2.	Sepak Bola Indonesia vs Laos	9,1%	37%
3.	Sepak Bola Indonesia vs Palestina	8%	33,2%
4.	Sepak Bola Indonesia vs Tiongkok	7,8%	31,1%
5.	Bulu Tangkis Indonesia vs Jepang	5,5%	23,6%
6.	Bulu Tangkis Indonesia vs Tiongkok	7,9%	35,6%

Sumber : (<https://m.dream.co.id/>) diakses pada 29 November 2019. Pukul 22.03 WIB

Dari hasil tabel tersebut dapat dilihat bahwa rating dari pertandingan sepak bola lebih mendominasi yang artinya meskipun bulu tangkis adalah olahraga dengan segudang prestasi yang dimiliki Indonesia akan tetapi pertandingan sepak bola tetap diminati oleh masyarakat Indonesia itulah mengapa peneliti lebih memilih tayangan ulasan tentang sepak bola untuk diteliti.

Selain banyaknya masyarakat Indonesia yang menyukai tayangan sepak bola alasan lainnya karena setiap pertandingan yang digelar selalu mempunyai daya tariknya masing-masing. Mulai dari rivalitas setiap klub yang berlaga, adu gengsi klub dan setiap pemain bintang yang bertemu baik itu dalam laga perburuan gelar juara dan bahkan untuk mendapatkan penghargaan individu yang menjadikan setiap pertandingan semakin menarik dari pertandingan lainnya. Itulah beberapa alasan mengapa tayangan olahraga pertandingan sepak bola menjadi olahraga favorit masyarakat Indonesia dan juga menjadi olahraga yang paling banyak penontonya di dunia.

Salah satu acara yang disenangi oleh para khalayak khususnya mahasiswa laki-laki adalah acara ulasan tentang sepak bola. Acara ulasan tentang sepak bola banyak digemari oleh para mahasiswa yang dimana waktu mereka lebih kebanyakan digunakan untuk belajar. Dengan meluangkan waktu sekitar 30-60 menit di depan televisi mereka dapat memperoleh berbagai informasi yang aktual tentang dunia sepak bola melalui berbagai acara sebagai berikut:

Tabel 1.2
Daftar Acara Ulasan Tentang Sepak Bola di Televisi

No	Nama Acara	Jam Tayang	Hari Tayang	Stasiun Televisi
1.	One Stop Football	13.00 – 13.30 WIB	Setiap Minggu	Trans 7
2.	Sport 7 Malam	00.30 – 01.00 WIB	Senin – Jum'at	Trans 7
3.	Kabar Arena Pagi	06.00 – 06.30 WIB	Setiap Hari	TVONE
4.	Kabar Arena	23.00 – 23.30 WIB	Senin - Jum'at	TVONE
5.	Kompas Sport	23.00 – 23.30 WIB	Setiap Hari	Kompas TV
6.	MetroSport	23.05 – 23.30 WIB	Setiap Hari	MetroTv
7.	Soccer Time	22.30 – 23.30 WIB	Setiap Jum'at	MetroTv
8.	NET Soccer	00.30 – 01.00 WIB	Setiap Hari	NET.
9.	HIGHLIGHT Premier League	21.30 – 22.30 WIB	Setiap Senin	TVRI
10.	Olahraga Kampung	11.30 – 12.00 WIB	Setiap Senin	TVRI
11.	Salam Olahraga	07.00 – 08.00 WIB	Setiap Hari	TVRI
12.	Kick OFF	11.30 – 12.00 WIB	Setiap Rabu	TVRI
13.	Di Balik Sang Juara	11.30 – 12.30 WIB	Setiap Selasa	TVRI

Sumber : (<http://tvri.go.id/tvprogram?no=3>, <http://www.netmedia.co.id/home>, <https://www.metrotvnews.com/>, <https://www.tvonenews.com/schedule>, <https://www.trans7.co.id/schedule>) Diakses pada 07 November 2019.
Pukul 21.04 – 21.35 WIB

Oleh karena itu para pemilik stasiun televisi swasta maupun negeri berlomba lomba untuk memberika tayangan-tayangan yang sangat menarik untuk dihadirkan kepada pemirsa setianya agar tidak jenuh dalam menyaksikan tayangan yang ada

Karena itulah tayangan ulasan tentang sepak bola di televisi merupakan tayangan yang memberikan daya tariknya tersendiri untuk menyedot perhatian publik. Tayangan ulasan tentang sepak bola tidak hanya menayangkan highlight pertandingan secara terus menerus akan tetapi juga menayangkan mengenai outfit/pakaian yang dikenakan pemain, harga dan penjualan jersey tim, peristiwa-peristiwa yang terjadi di lapangan, seperti profil tim, formasi permainan yang digunakan, profil para pemain yang berlaga, sejarah tim, kiprah pelatih, gaji atau jumlah kontrak pemain yang sangat mahal, dan bahkan mengenai wasit dan gosip para pemain bintang yang menjadai sesuatu yang menarik untuk di bicarakan, hal inilah yang membuat tayangan tentang ulasan sepak bola untuk sulit ditinggalkan oleh para penggemarnya di kalangan mahasiswa. Terkadang tertinggal satu acara ulasan tentang sepak bola saja membuat para pencinta sepak bola merasa sangat rugi baginya. Mereka rela bergadang demi

menyaksikan tayangan-tayangan ulasan tentang sepak bola yang di tayangan oleh televisi swasta maupun negeri yang ada di Indonesia.

Kini tayangan ulasan tentang sepak bola di televisi adalah suatu keharusan yang tidak boleh ditinggalkan untuk di saksikan di tengah kehidupan mahasiswa yang waktunya dipergunakan untuk lebih banyak belajar sehingga akan lebih memilih tayangan ulasan tentang sepak bola yang hanya meluangkan waktu 30-60 menit dari pada menyaksikan tayangan pertandingan sepak bola yang dapat memakan waktu yang lebih banyak.

Tayangan ulasan tentang sepak bola seakan menjadi bagian dari gaya hidup di kalangan mahasiswa ataupun masyarakat luas. Gaya rambut, pakaian, tas, sepatu, mobil, jas, minuman, makanan, olahraga rekreasi, bahkan orientasi terhadap serangan-serangan atau bencana yang terjadi di dunia adalah sebuah isu yang kini ikut diolah oleh ulasan tentang sepak bola. Para penggemar bola sering sekali meluangkan waktunya demi menyaksikan tayangan ulasan tentang sepak bola di televisi, tak jarang mereka mencari informasi mengenai perkembangan sepak bola melalui tayangan ulasan sepak bola baik itu luar ataupun dalam negeri melalui televisi.

Perkembangan media massa televisi mempunyai efek yang memberikan pengaruh-pengaruh terhadap berbagai kehidupan manusia, baik itu pengaruh dalam bidang politik, sosial budaya, ekonomi, bahkan pertahanan serta keamanan negara. (Kuswandi, 1993: 7). Namun sebagai media massa, televisi tidak hanya berfungsi untuk menghibur (*to entertain*) semata, melainkan juga menyiarkan informasi (*to inform*) kepada masyarakat dan yang paling penting televisi memiliki fungsi untuk mendidik (*to educate*). TV merupakan media massa yang kuat sekali pengaruhnya pada pembentukan pengetahuan, pola pikir, dan sikap masyarakat.

Di Indonesia kebanyakan televisi memberikan tayangan yang bersifat mempengaruhi cara dan pola berpikir dalam kehidupan orang untuk melihatnya, televisi dapat menjadi yang paling utama ketika sudah menghadirkan tayangan favorit seperti ulasan tentang sepak bola yang membuat khalayak antusias untuk menyaksikan tayangan ulasan tentang sepak bola tersebut. Tak hanya masyarakat secara luas mahasiswa sebagai agen perubahan merasakan atmosfer kecanggihan media massa melalui tayangan televisi berupa ulasan tentang sepak bola yang membuat mahasiswa terpengaruh sehingga mereka berbondong-bondong untuk pergi ketempat kopian hanya sekedar ingin menyamakan diri dengan para-pemain-pemain sepak bola yang di tayangan di ulasan tentang sepak bola.

Kehadiran media massa televisi yang tampil dengan program-program favorit yang menjadi konsumsi yang paling diminati khalayak yang juga berdampak terhadap pola dan gaya hidup mahasiswa yang dalam keadaanya jauh dari jangkauan orang tua dan dapat dikatakan mandiri seakan mereka bebas dalam berekspresi dan berperilaku semaunya, lebih jauh

bagaimana pola gaya hidup mahasiswa dalam belajar yang nantinya akan berdampak terhadap tujuan pendidikan mereka.

Mahasiswa menjadi siklus yang besar ketika berbicara tentang program pertelevisian yang notabennya adalah masyarakat pelajar yang jauh dari orang tua, yang tugas utamanya adalah belajar dan belajar namun dengan adanya program televisi maka pelajarannya dapat tertinggal. Apalagi ketika tayangan ulasan tentang sepak bola menayangkan mengenai gaya hidup hedonis para pemain sepak bola seperti outfit/pakaian yang mereka kenakan, alat komunikasi yang mereka gunakan, kendaraan, dan bahkan kehidupan seperti nongkrong dan swa foto ditempat-tempat mewah yang jauh kesannya dari kehidupaan mahasiswa. Hal tersebut dapat membuat kehidupan mahasiswa yang menyaksikan tayangan tersebut untuk mulai berpikir bagaimana caranya agar bisa seperti para pemain sepak bola yang mereka saksikan. Akibatnya dengan cangkruk dan pergi ketempat kopian serta membeli berbagai outfit/pakaian menjadikan itu sebagai gaya hidup dari mereka karena selalu terpapar dengan tayangan yang mereka saksikan.

Gaya hidup merupakan suatu gambaran pola seseorang dalam menjalani kehidupan yang meliputi kegiatan, keinginan, dan opini seseorang (Petter dan Olsan 2005: 187). Sedangkan menurut Nuvita (2015: 10) bahwa gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di lingkungan yang diekspresikan dalam kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup juga menggambarkan keseluruhan hidup seseorang dalam melakukan interaksi dengan lingkungannya.

Sedangkan gaya hidup hedonis menurut Solomon (2007: 131) merupakan perilaku atau kebiasaan seorang individu yang ditunjukkan dengan menghabiskan waktunya luangnya hanya demi bersenang-senang bersama rekan-rekan sepermainan agar keinginan untuk menjadi pusat perhatian di lingkungannya dapat terwujud.

Saat ini di Palembang terdapat banyak komunitas-komunitas fans klub sepak bola ternama dunia yang banyak di gandrungi oleh para mahasiswa, karyawan, dan masyarakat umum. Hal tersebut membuktikan bahwa banyaknya pecinta sepak bola yang ada di Palembang mulai dari masyarakat umum, pegawai/karyawan, dan para mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Palembang. Peneliti memilih mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Angkatan 2016-2017 Universitas Sriwijaya Kampus Palembang sebagai tempat penelitian dikarenakan dari hasil pra-survei peneliti mendapatkan bahwa mahasiswa Angkatan 2016-2017 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya memiliki jumlah penonton tayangan sepak bola premier league yang cukup banyak. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya jumlah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial

dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya kampus Palembang dari berbagai jurusan seperti Ilmu Komunikasi, Administrasi Negara, Sosiologi, dan Hubungan Internasional.

Karena itu ada beberapa alasan yang melatarbelakangi penelitian tentang pengaruh menonton tayangan ulasan tentang sepak bola terhadap gaya hidup hedonis, sebagai berikut :

1. Banyaknya Jumlah Mahasiswa Laki-Laki Menonton Tayangan Ulasan Tentang Sepak Bola di Televisi
2. Penggunaan Media Massa Yang Mempengaruhi Gaya Hidup Hedonis
3. Harga Jersey dan Equipment Yang Dibeli Mahasiswa Penonton Tayangan Ulasan Tentang Sepak Bola di Televisi
4. Kebiasaan Kumpul dan Nobar di Cafe-Cafe

1.1.1 Banyaknya Jumlah Mahasiswa Laki-Laki Penonton Tayangan Ulasan Tentang Sepak Bola di Televisi

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia setelah Tiongkok, India, dan Amerika Serikat. Dengan jumlah penduduk yang banyak tersebut tentu membuat masyarakat Indonesia mempunyai berbagai macam kebudayaan dan kebiasaan yang berbeda-beda. Seperti halnya dalam menyaksikan tayangan yang ada di televisi yang berbentuk gambar dan video suara. Mulai dari menonton tayangan seperti sinetron, talkshow, kuis, dan tayangan-tayangan olahraga yang semuanya merupakan tayangan hiburan yang mendominasi siaran yang ada di televisi.

Tayangan yang disukai hampir semua lapisan masyarakat mulai dari kelas bawah sampai kalangan atas terkhususnya laki-laki maupun perempuan adalah tayangan yang berhubungan dengan olahraga. Dimana tayangan olahraga seperti ulasan tentang sepak bola dapat membuat para penontonya dapat mengetahui dan merasakan bagaimana atmosfer yang terjadi di lapangan dan di luar lapangan sepak bola. Karena tayangan ulasan tentang sepak bola ini adalah tayangan yang menguntungkan bagi mereka yang tidak mempunyai kesempatan untuk menyaksikan pertandingan sepak bola dan tak sedikit menjadikan tayangan sepak bola sebagai referensi dalam cara berpakaian.

Tak hanya satu tayangan ulasan tentang sepak bola yang menyedot perhatian khalayak, akan tetapi banyak sekali tayangan tentang ulasan sepak bola yang digemari oleh khalayak khususnya mahasiswa. Hampir setiap stasiun televisi nasional baik itu swasta atau negeri menayangkan acara ulasan tentang sepak bola. Khalayak khususnya mahasiswa ternyata hampir semuanya menonton tayangan ulasan tentang sepak bola, karena jam tayang setiap acaranya berbeda. Oleh karena itu peneliti melakukan pra penelitian melalui penyebaran kuisioner

kepada para mahasiswa laki-laki Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Palembang untuk mengetahui jumlah penonton tayangan ulasan tentang sepak bola di kalangan mahasiswa sebagai berikut.

Tabel 1.3

Tabel hasil survei pra penelitian menggunakan Google form dengan pertanyaan “Dari 13 Tayangan ulasan tentang Sepak Bola yang ada di bawah tayangan manakah anda saksikan di Televisi ?”

Nomor	Nama Tayangan	Jumlah Penonton	Stasiun Televisi
1.	One Stop Football	70 Orang	Trans 7
2.	Highlight Premier League	45 Orang	TVRI
3.	Soccer Time	15 Orang	Metro TV
4.	Kabar Arena	35 Orang	TVONE
5.	Kabar Arena Pagi	25 Orang	TVONE
6.	Sport 7 Malam	41 Orang	Trans 7
7.	Metrosport	30 Orang	Metro TV
8.	Net Soccer	29 Orang	NET.
9.	Kompas Sport	45 Orang	Kompas Tv
10.	Salam Olahraga	20 Orang	TVRI
11.	Kick OFF	15 Orang	TVRI
12.	Olahraga Kampung	15 Orang	TVRI
13.	Di Balik Sang Juara	15 Orang	TVRI

Sumber : Diolah peneliti berdasarkan survei pra penelitian (05 Desember – 24 Desember 2019)

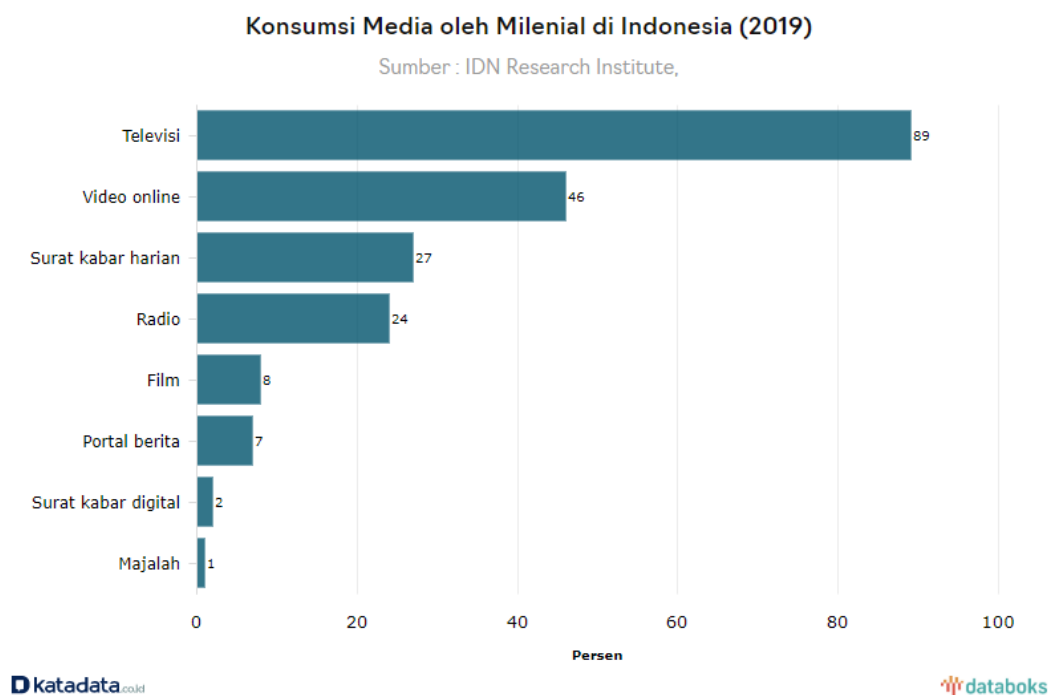
Berdasarkan data dari hasil pra penelitian survei dengan pertanyaan “Dari 13 Tayangan ulasan tentang Sepak Bola yang ada di bawah tayangan manakah anda saksikan di Televisi?” terhadap 400 orang mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Palembang, maka di dapatilah hasil sebagai berikut. Sebanyak 45 orang atau (11%) menonton Highlight Premier League, 70 orang atau (17%) menonton One Stop Football, 41 orang atau (10%) menonton Sport 7 Malam, Lalu 29 orang atau (7%) menonton NET Soccer,

Kemudian 25 orang atau (6%) menonton Kabar Arena Pagi, Kemudian 35 orang atau (9%) menonton Kabar Arena, Lalu 45 orang atau (11%) menonton Kompas Sport, Kemudian 15 orang atau (4%) menonton Olahraga Kampung, Lalu 20 orang atau (5%) menonton Salam Olahraga, 15 orang atau (4%) menonton Kick OFF, Kemudian 15 orang atau (4%) menonton Di Balik Sang Juara, 30 orang atau (8%) menonton MetroSport, 15 orang atau (4%) menonton Soccer Time.

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan kepada 400 Responden oleh peneliti semua menyaksikan tayangan ulasan tentang sepak bola di berbagai macam televisi nasional. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kebanyakan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Angkatan Universitas Sriwijaya Kampus Palembang menonton tayangan ulasan tentang sepak bola Televisi.

Seperti data berikut ini yang dikutip dari databoks bahwa televisi masih menjadi media massa yang banyak digemari oleh para milenial.

Gambar 1.1
Televisi Sebagai Media Paling Banyak Dikonsumsi Milenial Indonesia



Sumber : (<https://databoks.katadata.co.id/>) diakses pada 29 Mei 2020. Pukul 20.24 WIB

Dari hasil data tersebut, dapat dilihat bahwa televisi masih menjadi media yang paling banyak dikonsumsi oleh milenial di Indonesia dengan jumlah sebesar 89%. Kemudian diikuti video online, seperti youtube dan Instagram yang menempati peringkat berikutnya dengan jumlah 46%.

Sementara itu, untuk milenial yang membaca berita dan memperoleh informasi dari surat kabar harian (27%) saja, sedangkan membaca melalui portal berita online hanya (7%), diikuti surat kabar digital (2%), dan majalah (1%).

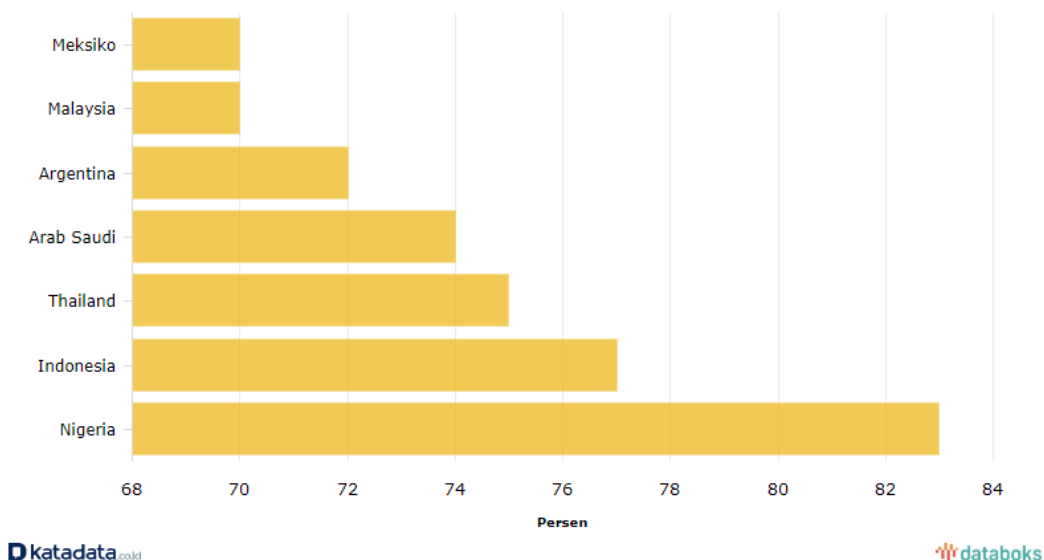
Meskipun demikian milenial yang mendengarkan radio (24%) dan film (8%) sebagai sumber berita dan informasi bagi mereka.

Dalam hal ini peneliti juga memaparkan data bahwa Indonesia adalah negara ke dua dengan penggemar sepak bola terbanyak di dunia sebagai berikut :

Gambar 1.2

Indonesia Penggemar Bola Nomor Dua di Dunia

Sumber : Bloomberg L.P., 2014



Sumber : (<https://databoks.katadata.co.id/>) diakses pada 29 Mei 2020. Pukul 20.28 WIB

Dari gambar 1.2 tersebut dapat dilihat bahwa Indonesia masuk dalam beberapa jajaran negara penggemar sepak bola yang ada di dunia. Berdasarkan survei dari Repucom Indonesia yang sekarang telah berganti nama menjadi Nielsen Sports dimana Indonesia menempati urutan kedua sebagai salah satu negara yang paling mencintai sepak bola. Dengan jumlah sebanyak 77% penduduk Indonesia menggemari sepak bola.

Kemudian ada Nigeria menjadi negara paling gemar sepak bola. Negara yang berada di benua Afrika ini ada 83% penduduknya yang gemar olahraga menggocek si kulit bundar ini. Selain menggemari sepak bola, penduduk Nigera juga termasuk suka bermain sepak bola di lapangan. Sebanyak 65 persen penduduk Nigeria paling tidak sepekan sekali bermain bola di lapangan.

Seperti yang dilansir bloomberg.co, survei Repucom ini dilakukan pada 2013. Penelitian ini menggunakan sampel seribu penduduk dengan usia 16-69 tahun di setiap negara.

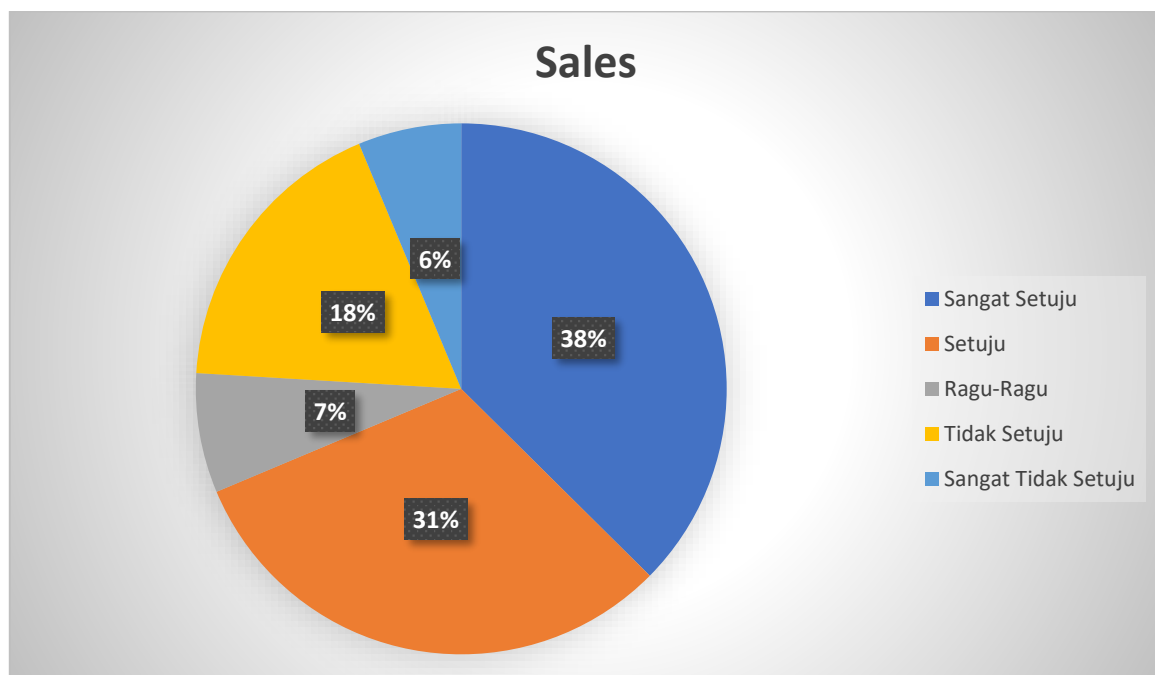
1.1.2 Penggunaan Media Massa Yang Mempengaruhi Gaya Hidup Hedonis

Dalam setiap penggunaan media massa yang dilakukan oleh khalayak khususnya mahasiswa baik itu media massa, media cetak, media online tentu banyak alasan dan motif yang berbeda dari setiap khalayak yang menggunakannya. Tentunya mereka mengharapkan dampak positif dari penggunaan suatu media yang dilakukan secara baik dan tidak berlebihan. Namun, akan tetapi apabila mengkonsumsi informasi dari media massa yang dilakukan secara tidak baik maka mengakibatkan atau menimbulkan suatu efek negatif terhadap penggunanya.

Setelah peneliti melakukan pengembangan dari pra penelitian yang telah dilakukan yang mendapatkan hasil ada 400 mahasiswa laki-laki yang menyaksikan tayangan ulasan tentang sepak bola. Oleh karena itu untuk mengetahui apakah media itu memberikan pengaruh atau tidak maka dilakukan pra penelitian kepada 400 mahasiswa yang menonton tayangan ulasan tentang sepak bola melalui penyebaran kuisioner menggunakan Google form kepada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya kampus Palembang. Berikut adalah hasil penyebaran kuisioner yang telah dilakukan.

Gambar 1.3

Diagram hasil survei pra penelitian menggunakan Google form dengan pertanyaan “Apakah gaya hidup anda dipengaruhi oleh tayangan yang anda da saksikan?”



Sumber : Diolah peneliti berdasarkan survei pra penelitian (05 Desember – 24 Desember 2019)

Berdasarkan data dari hasil pra penelitian survei dengan pertanyaan “Apakah gaya hidup anda dipengaruhi oleh tayangan yang anda saksikan?” terhadap 400 orang mahasiswa penonton tayangan ulasan tentang sepak bola di televisi, di dapati hasil sebagai berikut. Sebanyak 38% atau 150 orang menjawab sangat setuju. Lalu sebanyak 31% atau 125 orang menjawab setuju. Kemudian 7% atau 29 orang menjawab ragu-ragu. Kemudian 18% atau 71 orang menjawab tidak setuju dan 6% atau 25 orang menjawab sangat tidak setuju. Jadi, berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan oleh peneliti mayoritas jawaban yang di dapatkan adalah setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa menonton tayangan ulasan sepak bola di televisi dapat mempengaruhi gaya hidup hedonis mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.

Berdasarkan data yang telah di paparkan diatas mengenai penggunaan media massa yang terlalu berlebihan mempunyai dampak terhadap khalayak khususnya mahasiswa yang menonton tayangan ulasan tentang sepak bola di televisi dengan tidak mengontrol waktu dan meninggalkan kepentingan serta menganggap apa yang di saksikan harus bisa terjadi kepada diri sendiri maka akan mempengaruhi dan berdampak pada kehidupan individu maupun orang lain. Oleh karena itu peneliti ingin memastikan dan mengetahui lebih dalam apakah pengaruh menonton tayangan ulasan tentang sepak bola dapat mempengaruhi gaya hidup hedonis terhadap mahasiswa laki-laki yang menonton.

1.1.3 Mahalnya Harga Jersey dan Equipment yang Dibeli Mahasiswa Penonton Tayangan Ulasan Tentang Sepak Bola di Televisi

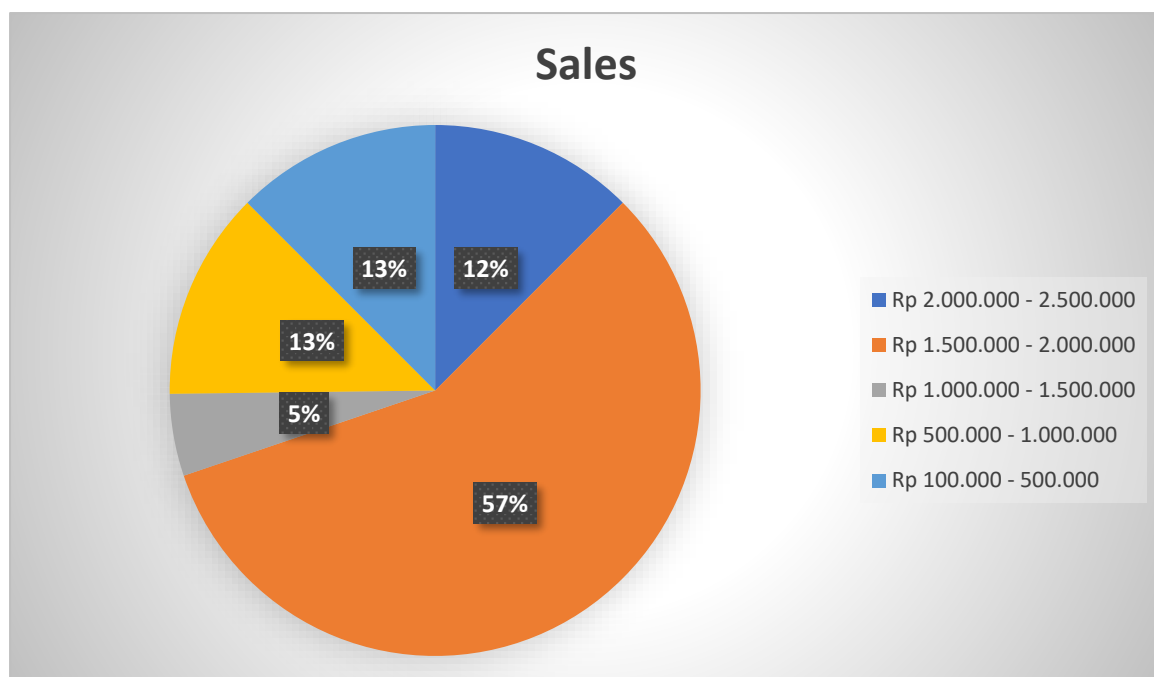
Mahasiswa merupakan bagian penting dari masyarakat yang tidak bisa lepas melalui lingkungannya untuk menemukan adanya pergaulan masyarakat di kota besar yang akan mengarah pada pemenuhan kebutuhan hidup mahasiswa. Fenomena tersebut mempunyai kaitan yang sangat erat dengan kehidupan lingkungan kampus, yang dimana dalam bersosialisai banyak sekali keanekaragaman sosial dan budaya yang menjadi tantangan tersendiri dalam beradaptasi agar dapat menyesuaikan diri dengan baik di lingkungan yang ia tinggal. Kebanyakan dari mahasiswa sebagian besarnya mereka para perantau, hal inilah yang membuat mereka sangat mudah terpengaruhi oleh lingkungan baru tempat ia tinggal, dengan berbagai alasan seperti harga diri yang tinggi dan karena jauh dari pantauan orang tua mereka. Akibatnya fenomena tersebut mengakibatkan terjadinya alasan untuk pemenuhan kebutuhan semakin banyak dari biasanya yang mengarahkan mahasiswa yang merupakan para mereka yang mempunyai kategori usia muda yang membuat prilakunya yang berlebihan (Tambunan, dalam Fardhani dan Izzati, 2013).

Lubis dalam Fardhani dan Izzati (2013) menyatakan bahwa, pembelian karena mengikuti dorongan-dorongan keinginan untuk memiliki dan bukan didasarkan pada kebutuhan itulah yang disebut gaya hidup hedonis.

Dalam hal ini peneliti melakukan pra penelitian terhadap mahasiswa laki-laki penonton tayangan ulasan tentang sepak bola di televisi dengan pertanyaan Berapa kisaran harga jersey dan barang-barang lainnya yang anda beli setelah menyaksikan ulasan tentang sepak bola. Berikut hasil pra penelitian tentang kisaran harga yang jersey dan barang-barang lainnya yang dibeli oleh mahasiswa laki-laki Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.

Gambar 1.4

Diagram hasil survei pra penelitian menggunakan Google form dengan pertanyaan “Berapa kisaran harga jersey dan barang-barang lainnya yang anda beli setelah menyaksikan ulasan tentang sepak bola ?”



Sumber : Diolah peneliti berdasarkan survei pra penelitian (05 Desember – 24 Desember 2019)

Berdasarkan data dari hasil pra penelitian survei dengan pertanyaan “Berapa kisaran harga jersey dan barang-barang lainnya yang anda beli setelah menyaksikan ulasan tentang sepak bola ?” terhadap 400 orang mahasiswa penonton tayangan ulasan tentang sepak bola di televisi, di dapati hasil sebagai berikut. Sebanyak 12% atau 50 orang menjawab dengan kisaran harga Rp 2.000.000 - 2.500.000. Lalu sebanyak 57% atau 229 orang menjawab dengan kisaran harga Rp 1.500.000 - 2.000.000. Kemudian 5% atau 20 orang menjawab dengan kisaran harga

Rp 1.000.000 - 1.500.000. Kemudian 13% atau 51 orang menjawab dengan kisaran harga 500.000 - 1.000.000 dan 13% atau 50 orang menjawab Rp 100.00 - 500.000.

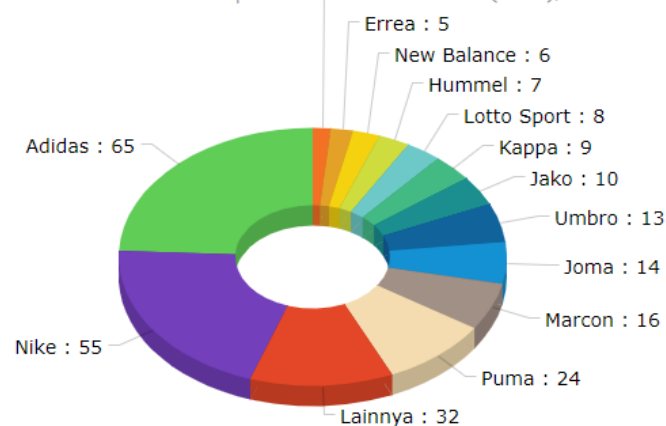
Amstrong (2003: 15) mengatakan bahwa gaya hidup hedonis merupakan suatu pola hidup yang aktivitasnya hanyalah digunakan untuk pemenuhan kesenangan hidup, seperti menghabiskan banyak waktu diluar rumah, banyak bermain, menyenangi keramaian kota, mempunyai kesenangan membeli barang mahal yang di inginkannya dan ingin selalu menirukan penampilan figure yang disenanginya serta bergaya hidup hedonisme.

Seperti yang disebutkan di atas bahwa memang equipment atau barang-barang yang berkaitan dengan sepak bola menjadi langganan perburuan oleh para konsumen yang gemar akan sepak bola. Seperti data berikut ini yang menunjukkan 2 apparel/pakaian yang terkenal di dunia yang mendominasi pangsa pasar kostum sepak bola eropa musim 2015/2016.

Gambar 1.5

Pangsa Pasar Kostum Sepakbola Eropa Musim 2015/2016

Sumber : Union of European Football Associations (UEFA), 2016



Satuan : Tim

katadata.co.id

databoks

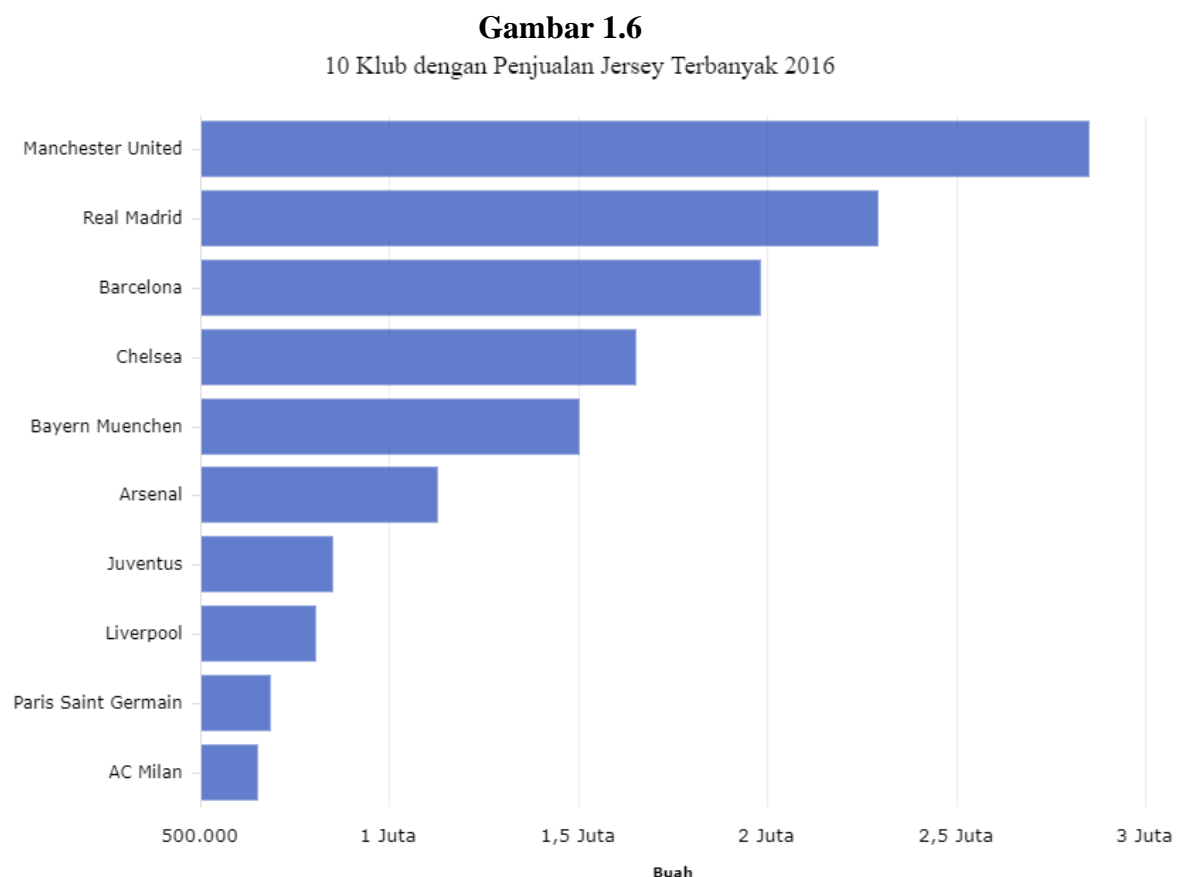
Sumber : (<https://databoks.katadata.co.id/>) diakses pada 29 Mei 2020, Pukul 20.32 WIB

Data diatas berasal dari databoks yang menyebutkan pada musim 2015/2016, perusahaan apparel dunia Adidas dan Nike menguasai lebih dari 42 persen pangsa pasar kostum tim sepakbola Eropa. Dalam data tersebut Adidas mampu menyuplai kostum untuk 65 tim-tim besar, seperti Real Madrid, Bayern Munchen, Chelsea dan Manchester United. Sedangkan Nike yang merupakan pesaing terkuat Adidas menyuplai kostum untuk 55 tim diantaranya Barcelona

dan Paris Saint Germain. Sisa pangsa pasar lainnya diisi oleh berbagai merek seperti Kappa, Puma, Umbro, Marcon, dan lainnya.

Bisa kita lihat bahwa bisnis kostum bagi sebuah klub sepakbola menjadi pasar yang mempunyai nilai tinggi yang dapat memberikan keuntungan bagi sebuah klub. Contohnya saja kerja sama Manchester United dengan Adidas pada musim 2016 menghasilkan nilai yang cukup fantastis dengan angka 750 juta poundsterling untuk 10 musim. Artinya, Adidas sebagai apparel terkenal yakin kalau setiap tahun mereka akan mendapatkan keuntungan dengan jumlah nilai yang sama bahkan lebih besar dari penjualan jersey dan aksesoris lainnya yang ada di took-toko resmi mereka.

Kemudian ada beberapa Klub sepak bola yang memperoleh keuntungan dari penjualan jersey di dunia sebagai berikut.



Dari data yang telah disugukan di atas dapat dilihat bahwa penjualan jersey Manchester United pada tahun 2016 berhasil menyentuh dengan yang cukup besar yaitu, 2,85 juta buah penjualan. Angka ini merupakan angka tertinggi dibanding dengan klub-klub besar Eropa lainnya seperti Real Madrid dan Barcelona. Keberhasilan meraih angka penjualan yang fantastis ini didorong kuat karena kedatangan dua bintang ternama seperti Zlatan Ibrahimovic dan juga Paul Pogba ke Old Trafford.

Sedangkan dua raksasa Spanyol yang selalu menjadi langganan juara baik kejuaraan liga domestik dan non domestik yakni, Real Madrid dan Barcelona yang berada di peringkat kedua dan ketiga. El Real berhasil menjual sebanyak 2,29 juta jersey, sedangkan El Barca berhasil menjual 1,98 juta jersey.

Di posisi keempat ada The Blues Chelsea yang kemudian diikuti raksasa Bundes Liga dengan penjualan jersey terbanyak, yakni Bayern Muenchen yang menduduki peringkat kelima. Di peringkat keenam dan ketujuh ada Arsenal dan Juventus yang mengungguli Liverpool dan Paris Saint Germain pada posisi delapan dan Sembilan. Serta ada Ac Milan yang berada di posisi terakhir pada 10 Klub dengan jumlah penjualan jersey terbanyak di tahun 2016.

1.1.4 Kebiasaan Kumpul dan Nobar di Cafe-Café

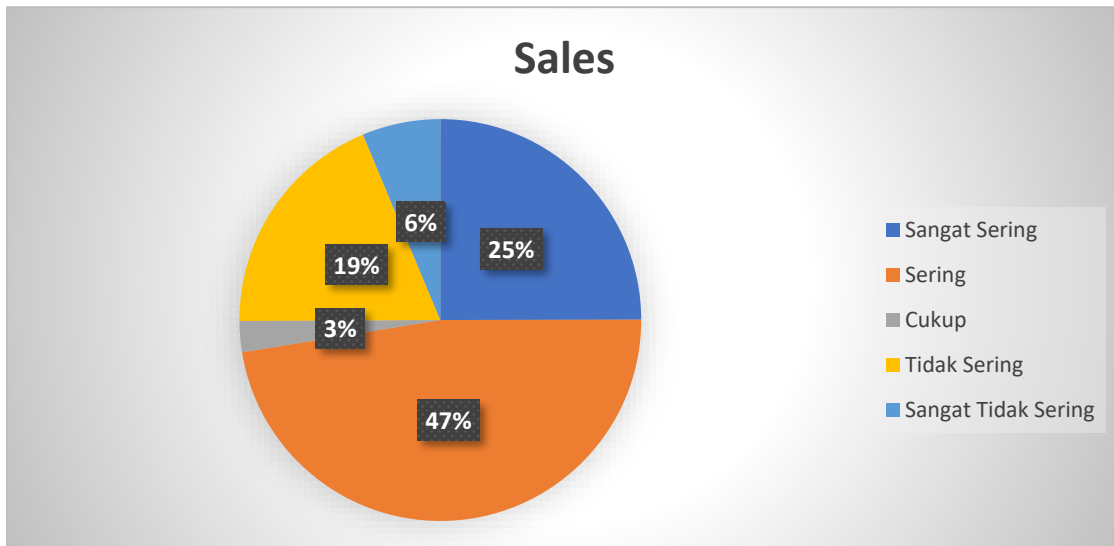
Interaksi sosial merupakan hal yang tidak dapat dihindari dan ditolak keberadaannya, mau tidak mau itu terjadi pada siapa pun. Banyak menyangkut berbagai aspek kehidupan manusia, seperti suku bangsa, adat istiadat dan interaksi adalah salah satu hal dasar yang menjadi pola dalam segala aktivitas manusia.

Mahasiswa dalam melihat sebagai suatu sistem bertindak dalam usaha memuaskan tujuan-tujuan sosial. Sistem seperti ini biasanya terwujud melalui interaksi atau komunikasi timbal balik antar anggota dalam berbagai bentuk. Juga sebagai mengekspresikan diri guna untuk mencari jati diri mereka.

Dalam hal ini peneliti melakukan pra penelitian terhadap mahasiswa laki-laki penonton tayangan ulasan tentang sepak bola di televisi dengan pertanyaan Seberapa sering anda nongkrong dan nonton bareng pertandingan sepak bola di cafe-cafe . Berikut hasil pra penelitian tentang seberapa sering mahasiswa laki-laki penonton tayangan ulasan tentang sepak bola di televisi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang kumpul dan nobar Bersama di cafe-cafe.

Gambar 1.7

Diagram hasil survei pra penelitian menggunakan Google form dengan pertanyaan “Seberapa sering anda nongkrong dan nonton bareng pertandingan sepak bola di cafe-cafe ?”



Sumber : Diolah peneliti berdasarkan survei pra penelitian (05 Desember – 24 Desember 2019)

Berdasarkan data dari hasil pra penelitian survei dengan pertanyaan “Seberapa sering anda nongkrong dan nonton bareng pertandingan sepak bola di cafe-cafe?” terhadap 400 orang mahasiswa penonton tayangan ulasan tentang sepak bola di televisi, di dapati hasil sebagai berikut. Sebanyak 25% atau 100 orang menjawab sangat sering. Lalu sebanyak 47% atau 190 orang menjawab sering. Kemudian 3% atau 10 orang menjawab cukup. Kemudian 19% atau 75 orang menjawab tidak sering dan 6% atau 25 orang menjawab sangat tidak sering.

Karakteristik individu yang memiliki gaya hidup yang hedonis ditunjukkan dengan lebih senangnya individu mengisi waktu luang mereka dengan cara bersantai dan bersenang-senang di cafe meskipun tidak selalu identik dengan menikmati minuman beralkohol, namun akan tetapi lebih pada menghabiskan waktu luang mereka untuk bersantai serta menikmati sesuatu namun juga dapat sekaligus menunjukkan symbol status yang dimiliki (Susanto, 2001: 33).

Berdasarkan data yang telah di paparkan diatas mengenai penggunaan media massa televisi Oleh karena itu peneliti ingin memastikan dan mengetahui lebih dalam apakah pengaruh menonton tayangan ulasan tentang sepak bola di televisi dapat mempengaruhi gaya hidup hedonis terhadap mahasiswa laki-laki penonton tayangan ulasan tentang sepak bola di televisi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di dikemukakan diatas, maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Terdapat Pengaruh Menonton Tayangan Ulasan Tentang Sepak Bola di Televisi Terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Palembang ?
2. Seberapa Besar Pengaruh Menonton Tayangan Ulasan Tentang Sepak Bola di Televisi Terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Palembang ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh menonton tayangan ulasan tentang sepak bola terhadap gaya hidup hedonis mahasiswa
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh menonton tayangan ulasan tentang sepak bola terhadap gaya hidup hedonis mahasiswa

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak baik secara teoritis maupun secara praktis.

1.4.1 Secara Teoritis

1. Manfaat teoritis dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi khususnya dibidang ilmu komunikasi yang berhubungan tentang komunikasi massa salah satunya pengaruh menonton dan gaya hidup hedonis
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti dan juga orang lain, terutama mengenai hal yang berhubungan dengan pengaruh menonton terhadap gaya hidup hedonis

1.4.2 Secara Praktis

Hasil ini diharapkan untuk menjadi informasi bagi masyarakat khususnya para penonton tayangan ulasan tentang sepak bola. Kemudian, hasil dari penelitian ini diharapkan agar dapat menambah pemahaman dan pengetahuan tentang pengaruh menonton tayangan ulasan tentang sepak bola dan gaya hidup hedonis mahasiswa.

Daftar Pustaka

Buku :

- Aan Komariah, Djam'an Satori. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabet.
- Alma, Buchari. 2005. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta
- Amri, Jahi. 1988. *Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara Negara Dunia Ketiga*. Jakarta: PT Gramedia
- Anis Chariridan Imam Ghozali. 2003. *Teori Akuntansi*. Semarang: BP UNDIP.
- Andi, Mappiare. 1982. *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Amstrong, Michael. 2003. *Strategic Resource Managemant. Terjemahan Atit Cahayani*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Simbosa Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Simbosa Rekatama Media
- Ardianto, Elvinaro, dkk. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arsyad, Azhar. 2002. *Media Pembelajaran*, edisi 1. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Azwar, Saifuddin. 2007. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Baksin, Askurifai. 2006. *Jurnalistik Televisi : Teori dan Praktek*. Bandung : Simbiosis.
- Bungin, Burhan. 2007. *Sosiologi Komunikasi Teori Pardigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Burhan Bungin. 2009. *Analisis Penelitian Data Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Budi, Triton Prawira. 2006. *SPSS13.0 Terapan; Riset Statistik Parametrik*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Davis, B, Gordon. 1991. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: PT Pustaka Binaman Pressindo.
- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran* (cetakan 2). Bandung : Tutorial Nurani Sejahtera.
- Danim, Sudarwan. 2004. *Motivasi Kepemimpinan & Efektivitas Kelompok*. Jakarta: PT Rineka Cipta

- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Engel. James F., Roger D. Blackwell, Paul .W Miniad.1993. *Perilaku Membeli*, edisi ke 6 jilid pertama . Jakarta : Binarupa Aksara
- Hartono, Jogiyanto. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Edisi 2007. Yogyakarta : BPFE.
- Jalaluddin, Rakhmat. 1994. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- J. Setiadi, Nugroho, SE., MM., (2003). “ *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*”. Jakarta: Kencana.
- Khadijah Nyayu. 2014. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 1996. “ *Manajemen Pemasaran : Maketing Management 9e*” , Jakarta: PT. Prenhallindo
- Kuswandi. 1993. *Komunikasi Massa*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Kuswandi, Wawan. 1996 .*Komunikasi Massa Sebuah Analisi Media Televisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kriyanto, Rakhmat. 2008. *Teknik Praktik Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- M.A, Morissan. 2009. *Teori Komunikasi Organisasi*. Bandung : Ghalia Indonesia
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan, M. A., 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Morley. (1995). *Pemilihan dan Pengembangan media Video Pembelajaran*. Jakarta : Grafindo Pers.
- Mulyana, Deddy. 2004. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya

- Nurudin.(2009). Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: Rajawali Pers.
- Peter J. P. & Olson, J.C. 2005. *Consumer Behavior & Marketing Strategy. Seventh Edition*. New York: Mc Grawhill Company.
- P, Kotler. 1996. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. Ninth Edition. New York: Prentice Hall, inc.
- Rakhmat, J. 1985. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Radja Karya.
- Rakhmat, Jalaludin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Rosdakarya
- Reese, Pamela J Shoomaker and Stephen D. 1996. *Mediating The Message, Theories Of Influence on Mass Media Content*, New York, USA : Longman Publisher
- Riduwan. 2010. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rolnicki, Tom E. 2008. *Pengantar Dasar Jurnalisme (Scholastic Journalism)*. Kencana. Jakarta
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Royan. 2005. *Marketing Celebrities*, Jilid 1, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kasali, Rhenald. 2003. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT. Pusaka Utama Grafiti.
- Sani, Mastoni, Sumarto Prayitno. 1994. *Dasar – dasar Komunikasi Penyuluhan*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Singgih, Santoso. 2012. *Panduan Lenkap SPSS Versi 20*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Solomom, M.R. 2007. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being Eight Edition*. New Jersey: Pearson-Prentice Hall.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta CV.
- Susanto, B.A. (2001). *Potret-Potret Gaya Hidup Metropolis*. Jakarta: Kompas.
- Sunarto. 2000. *Perilaku Organisasi*. Edisi 2. Yogyakarta: Amus.
- Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan. Televisi*. Bandung : Alfabeta
- Sudarman, Paryati. 2008. *Menulis di Media Massa*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
- Uchyana, Effendi Onong. 1993. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Rosdakarya.
- Wheeler, Alina. 2006. *Designing Brand Identity. A Complete Guide to Creating*.

Skripsi dan Jurnal :

- Amstrong. 2014. “Studi Kasus Tentang Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas Ahmad Dahlan”. Trimartani. Vol. 3, No.1
- Fardhani, Priaz dan Izzati, Umi Anugrah. 2013. *Hubungan Antara Konformitas dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja (Studi Pada Siswa Kelas XI SMA Trimurti Surabaya*. Volume 01, Nomor 02.
- Nugraheni, P.N.A. 2003. “*Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal*”. Skripsi. Psikologi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.
- Nurvita, Agnes Lestari. 2015. “*Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Jurusan Ppb 2013 FIP UNY*”. Skripsi. Ilmu Pendidikan, Psikologi Pendidikan dan Bimbingan, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Putra, Fatwa Gunawan. 2008. *Tayangan Bioskop Trans TV dan Minat Menonton Film (Studi Korelasi tentang Pengaruh Tayangan Bioskop Trans TV Terhadap Minat Menonton Film Dikalangan Mahasiswa USU)*. Medan: Skripsi Universitas Sumatera Utara (Tidak Diterbitkan).
- Triwardani, R. Wicandra, O.B. 2007. *Kajian krisis praktik anak menonton film kartun di televise dalam aktivitas keseharian*. Nirmana. Vol,9, No, 1, Januari: 46-56.

Sumber Internet :

<https://docplayer.info/49632196-Bab-ii-tinjauan-pustaka-pengaruh-menurut-kamus-besar-bahasa-indonesia-2016-849.html> (Suhendra Pranata : 2017) diakses pada 28 Oktober 2019. Pukul 20.09 WIB

<http://repository.fisipuntirta.ac.id/913/1/PENGARUH%20TAYANGAN%20CITIZEN%20JOURNALIST%20NET%20TV%20TERHADAP%20MINAT%20MAHASISWA%20MENJADI%20JURNALIS%20WARGA%20Copy.pdf> (Fauziah Nur Utami : 2016) diakses pada 21 Oktober 2019. Pukul 20.23 WIB

<https://gaya.tempo.co/read/1090235/menonton-televisi-membuat-tidak-bahagia-cek-risetnya> (Susandijani : 2018) diakses pada 03 Oktober 2019. Pukul 14.32 WIB

<https://www.penajailmu.id/2013/03/teori-intensitas-menonton.html> (Nikiwulansari : 2013) diakses pada 20 November 2020. Pukul 13.09 WIB

<http://tvri.go.id/tvprogram?no=3>, Diakses pada 07 November 2019. Pukul 21.04 – 21.35 WIB

<http://www.netmedia.co.id/home>, Diakses pada 07 November 2019. Pukul 21.04 – 21.35

WIB

<https://www.metrotvnews.com/>, Diakses pada 07 November 2019. Pukul 21.04 – 21.35 WIB

<https://www.tvonenews.com/schedule>, Diakses pada 07 November 2019. Pukul 21.04 – 21.35

WIB

<https://www.trans7.co.id/schedule>) Diakses pada 07 November 2019. Pukul 21.04 – 21.35

WIB

http://repository.uin-suska.ac.id/11042/1/2010_2010117KOM.pdf (Tamri Kardo : 2010)

diakses pada 29 September 2019. Pukul 13.45 WIB

<https://eprints.uns.ac.id/2348/1/99250209200908261.pdf> (Agung Nugroho : 2009) diakses

pada 25 September 2020. Pukul 09.08 WIB

<https://m.dream.co.id/> diakses pada 29 November 2019. Pukul 22.03 WIB

<https://databoks.katadata.co.id/> diakses pada 29 Mei 2020. Pukul 20.24 WIB

