**BAB I**

**PENDAHULUAN**

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Media massa sebagai sarana informasi menjadi bagian terpenting dalam kehidupan manusia. Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal atau menyeluruh. Komunikasi ini tentunya sangat dibutuhkan setiap individu agar bisa berinteraksi dan memperoleh informasi yang dibutuhkan. Dewasa ini informasi selalu ditunggu dan dibutuhkan oleh masyarakat. Dengan segala kesibukan yang dimiliki oleh setiap individu, tentu saja tidak semua informasi yang terjadi bisa dicari sendiri.

 Peran komunikasi melalui media massa disebut dengan komunikasi massa. Komunikasi massa dapat menyebarkan suatu informasi secara bersamaan tanpa batasan waktu ke hadapan khalayak. Khalayak tentu saja dapat menerima suatu informasi maupun berita tanpa harus melakukan tatap muka. komunikasi massa merupakan bentuk pengiriman pesan kepada komunikan dalam jumlah yang banyak melalui media massa. Di dalam komunikasi massa ini banyak alat atau media untuk menyampaikan pesan tersebut. Seperti surat kabar, radio, televisi dan film bioskop.

Bentuk komunikasi adalah kegiatan komunikasi massa dengan menggunakan media massa elektronik yaitu televisi sebagai saluran komunikasi massa tersebut. Televisi adalah salah satu hasil produk teknologi komunikasi, yang sangat mendominasi saat ini. Dampak kehadiran televisi dengan daya tarik yang dimilikinya, sebagai media massa elektronik. Televisi mampu melahirkan pola peradaban baru, sebagai efek dari komunikasi massa yang dijalankan oleh televisi. Sebagai media elektronik yang menjalankan kegiatan komunikasi massa, televisi juga mempunyai fungsi komunikasi massa, yaitu menyiarkan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertaint*).

Perkembangan pertelevisian setelah era reformasi di tahun 1998 telah mendorong media massa pada arah perubahan secara fundamental seperti dibuatkan dan diberlakukunnya peraturan UU 99 nomor 40 mengenai kebebasan pers di Indonesia. Hal ini memperlihatkan peranan pers di Indonesia telah memberikan suatu perubahan dengan memberikan kesempatan tentang pengembangan media informasi dengan mendukung pada arah kemajuan dunia informasi khususnya berita yang akan diberikan kepada khalayak. Lahirnya Undang-undang Republik Indonesia nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran, menjadi suatu inspirasi bagi masyarakat Indonesia untuk kembali menghadirkan media yang bertujuan untuk memperkukuh integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertaqwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia. (Pasal 3 UU TI No.32 Tahun 2002 tentang penyiaran)

Dalam perkembangan televisi tidak hanya sebatas mengenal televisi nasional, pemerintah mendorong di setiap daerah diwajibkan untuk membuat untuk membuat stasiun televisi lokal untuk mengetahui kondisi sosial, ekonomi, politik dan budaya masing-masing, hal ini dikarenakan penyiaran tentang kondisi daerah di stasiun televisi nasional jarang sekali disiarkan. Dengan adanya Otonomi Daerah (OTDA) dan peraturan dari Departemen Informasi dan Teknologi dalam pengembangan sistem teknologi dan informasi untuk memperlihatkan bahwa televisi lokal bisa didirikan dengan dasar pengembangan daerah yang modern dan dinamis.

Perusahaan pertelevisian lokal I Channel Tv ini bentuk dari implementasi pasal 3 UU TI No.32 Tahun 2002 tentang penyiaran dimana perusahaan televisi lokal ini bisa memberikan informasi seputar wilayah Bandung dan Jawa Barat tentang aspek sosial, ekonomi, budaya, dan politik yang berkembang di masyarakat, sistem manajemen dalam pengolahan program acara I Channel Tv sesuai dengan ketentuan yang biasa digunakan oleh televisi nasional.

Kelebihan Tv lokal adalah memiliki pemirsa yang jelas dan berdampak pada target pasar yang jelas pula, tayangan program acara di stasiun Tv lokal lebih apresiasif menggambarkan keinginan masyarakat lokal dan mengangkat fenomena kehidupan masyarakat setempat. Sebuah stasiun televisi lokal tentunya memliki unsur kedekatan dengan masyarakat lokal, sehingga cara mereka mengamati masalah, mengangkat ke layar televisi, mengemas program, memperhitungkan rating dan iklan mengatur jam-jam tanyangan utama tetaplah sesuai dengan visi dan misi yang dirumuskan, ini merupakan perwujudan dari perpaduan antara dua kepentingan yang berbeda, yaitu idealisme sebagai sebuah televisi komunitas dan komersialisme sebagai industri yang memang tidak akan dapat terlepas dari keberadaan stasiun televisi.

Kekurangan televisi lokal terletak pada pada jangkauan area yang terbatas, memiliki keteebatasan finansial pada kegiatan operasional sehingga berpengaruh terhadap hasil kualitas siaran, kurangnya dan terbatasnya SDM juga menjadi salah satu faktor yang menghambat program pada stasiun televisi lokal, ketika jumlah stasiun televisi swasta semakin banyak dan makin bersaing untuk menarik minat pemirsa, untuk itu stasiun Tv lokal harus mampu bersaing agar tetap bertahan dengan mengembangkan program yang kreatif dan inovatif dan juga strategi dalam memahami kebutuhan masyarakat agar tetap dicintai oleh pemirsa.

Program merupakan sesuatu yang ditawarkan pada pemirsa dan menjadi senjata dalam persaingan, program merupakan sesuatu yang dilihat langsung dengan pemirsa sehingga program menjadi jembatan nyata antara stasiun televisi dengan khalayak pemirsanya. Para praktisi penyiaran televisi berlomba menayangkan program menarik mulai dari format berita, kesenian, hiburan, kuis, musik, drama, sinetron, komedi dan lain-lain. Kreatifitas program tersebut terus dikembangkan oleh para praktisi penyiaran televisi sesuai dengan keinginan dan kebutuhan akan khalayak.

Fungsi media massa televisi adalah sebagai alat penyampaian informasi yang mampu menciptakan budaya dan dapat mendorong masyarakat untuk tertarik pada dunia informasi maupun hiburan. Perusahaan industri televisi bersaing untuk memasarkan program acaranya agar diminati dan di tonton masyarakat/pemirsa melalui promosi yang terus-menerus untuk mempengaruhi *mindset* (pola pikir) mereka. Perusahaan-perusahaan tersebut akan menerapkan fungsi promosi guna menawarkan program mereka. Berbagai strategi promosi dilakukan untuk memperkenalkan dan memasarkan program yang dimiliki dalam menunjang tercapainya berbagai tujuan yang telah ditetapkan. Peningkatan kualitas dari suatu program tayangan serta menonjolkan ciri khas dan kelebihannya merupakan salah satu upaya untuk memikat pemirsanya.

I-Channel Tv Bandung lahir sebagai wujud kesadaran perlunya sistem pertelevisian yang mendukung kebhinekaan dan kekayaan budaya bangsa. Dibawah badan hukum PT. Bandung Media Visual, I-Channel mendapat izin Penyelenggaraan Penyiaran yang sah dengan nomor: 44/KEP/M.KOMINFO/02/2011 tanggal 2 Februari 2011 dengan Zona/saluran/kanal : 26 UHF di wilayah Kabupaten Bandung Barat yang diterbitkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.

I-Channel Tv berusaha menjadi stasiun televisi lokal yang menyajikan program - program inspiratif dan mencerdaskan, serta relevan dengan masyarakat setempat. Kehadiran I-Channel Tv diharapkan menjadi alternatif terbaik bagi masyarakat Bandung dalam upaya pengembangan budaya sebagai bagian Sistem Budaya Masyarakat Indonesia. Ciri lokalitas yang ditampilkan diharapkan menjadi sebuah modal yang tidak hanya bermanfaat bagi Masyarakat Bandung Raya tetapi juga bagi keanekaragaman Sistem Budaya Indonesia.

Program Info 19 dibuat di Kota Bandung, sesuai dengan slogan “Faktual dan Aktual “Info 19” bertujuan memberikan informasi maupun peristiwa berdasarkan kenyataan dan mengandung kebenaran dan juga terkini, mengangkat berita yang tengah menjadi pembicaraan orang banyak yang terjadi seputar Bandung, Cimahi, Kabupaten Bandung, Sumedang, Majalengka, Dalam Negeri maupun Luar Negeri.

 Berdasarkan penjajakan yang dilakukan oleh peneliti pada pemirsa program Info 19 dan juga di I Channel Tv Bandung, menunjukkan masih terdapat masalah yaitu:

1. Program Info 19 dalam menyampaikan informasi masih kurang mendetail dan mendalam mengenai berita yang disampaikan pada masyarakat sehingga masyarakat menilai bahwa program tersebut masih kurang untuk dipahami secara lengkap dan presenter terkesan hanya menyajikan dan tidak mengulas berita tersebut.

Contoh: Materi berita disampaikan presenter terkesan hanya menyajikan berita saja tanpa mengulas suatu permasalahan lebih mendalam atau memberikan pandangannya mengenai berita tersebut.

2. Dengan banyaknya materi berita yang disajikan program info 19, program Info 19 dinilai masih kurang untuk memenuhi kebutuhan informasi khalayak. terutama untuk berita lokal dan regional. sehingga masyarakat hanya mengetahui informasi yang dirangkum yang dianggap penting saja oleh program tersebut tanpa mendapat informasi-informasi tambahan lainnya.yang merasa masih kurang menerima informasi.

Contoh: Dengan durasi setengah jam masyarakat hanya menerima informasi yang dirangkum oleh program Info 19 tanpa penjelasan secara lengkap dan informasi tambahan lainnya.

Berdasarkan pengamatan peneliti permasalahan tersebut disebabkan karena faktor- faktor sebagai berikut:

1. Pembahasan materi berita memang dipersingkat dan disederhanakan, hal ini dikarenakan keterbatasan waktu penayangan program. dan Presenter dalam Program Info 19 dinilai masih kurang menguasai materi berita atau permasalahan yang disampaikan hal ini berkaitan dengan prosedur konsep program Info 19, presenter memang hanya menyajikan berdasarkan skenario dan untuk penyampaian berita presenter hanya membaca naskah teks berita dari teleprompter sesuai dengan tema yang dibawakan.

2. Dilihat dari waktu penayangannya mulai dari jam 19.00 - 19.30. program Info19 hanya berdurasi setengah jam, dengan 4 segmen mulai dari konten lokal, regional, berita nasional dan juga mancanegara. jadi informasi berita tidak memungkinkan untuk memberikan penjelasan secara lengkap dan memberikan informasi tambahan lainnya. hal ini juga dikarenakan program Info 19 masih tergolong baru.

## 1.2 Identifikasi Masalah

 Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, peniliti mengidentifikasi masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Fungsi Program Info 19 Dalam Meningkatkan Pengetahuan Pemirsa I Channel Tv Bandung melalui tayangan program berita televisi.
2. Hambatan - hambatan apa saja yang dihadapi oleh Program Info 19 Dalam Meningkatkan Pengetahuan Pemirsa I Channel Tv Bandung.
3. Usaha - usaha apa saja yang dilakukan dalam menghadapi hambatan – hambatan yang terjadi dalam penyajian Program Info 19 Dalam Meningkatkan Pengetahuan Pemirsa Di I Channel Tv Bandung.

## 1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai syarat ujian sidang strata satu (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung, Sedangkan tujuan lainnya yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui Bagaimana Fungsi Program Info 19 Dalam Meningkatkan Pengetahuan Pemirsa I Channel Tv Bandung melalui tayangan program berita televisi.
2. Mengetahui Hambatan - hambatan apa saja yang dihadapi oleh Program Info 19 Dalam Meningkatkan Pengetahuan Pemirsa I Channel Tv Bandung.
3. Mengetahui Usaha - usaha apa saja yang dilakukan dalam menghadapi hambatan - hambatan yang terjadi dalam penyajian Program Info 19 Dalam Meningkatkan Pengetahuan Pemirsa Di I Channel Tv Bandung.

**1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Secara umum, peneliti mengharapkan dapat memberi manfaat khususnya dalam pengembangan ilmu komunikasi. Kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

### 1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Hasil dari Penelitian ini sebagai pengembangan ilmu komunikasi khususnya megenai konsentrasi bidang jurnalisitik.
2. Hasil dari penelitian ini dapat melengkapi kepustakaan bidang disiplin ilmu komunikasi khususnya bidang jurnalistik.
3. Sebagai bahan informasi serta materi bacaan bagi pihak lain yang berkepentingan dengan masalah yang diteliti.

### 1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai kegiatan komunikasi terutama mengenai Fungsi Program Info 19 Dalam Meningkatkan Pengetahuan Pemirsa I Channel Tv Bandung.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran serta masukan khususnya terhadap Program Info 19 Dalam Meningkatkan Pengetahuan Pemirsa I Channel Tv Bandung.

## 1.5 Kerangka Pemikiran

Media massa sebagai salah satu bagian dari komunikasi massa kerap menggunakan teori penentuan agenda ini dalam aktivitas komunikasinya. Teori ini lahir sebagai kritik terhadap teori *uses and gratification* karena hanya melebihkan rasionalitas, aktivitas komunikan, dan melupakan karakteristik *stimuli*. Teori ini berasumsi bahwa segala sesuatu yang dianggap penting oleh media, maka akan dianggap penting juga oleh masyarakat atau khalayak.

Adanya dugaan semacam itu, pada prosesnya akan membentuk persepsi khalayak tentang apa yang dianggap penting tersebut. Oleh karenanya, *agenda* *setting* secara tidak langsung sedang menghidupkan kembali model jarum hipodermik tetapi dengan fokus yang telah bergeser, dari tujuan afektif ke kognitif, dari sikap ke kesadaran, dan dari pendapat ke pengetahuan.

Menurut **Rakhmat** dalam bukunya **Psikologi Komunikasi** mengatakan bahwa:

**Teori *agenda setting* dimulai dengan suatu asumsi bahwa media massa menyaring berita, artikel, atau tulisan yang akan disiarkannya. Secara selektif, seorang *“gatekeepers”* seperti penyunting, redaksi, bahkan wartawan menentukan sendiri mana berita yang pantas untuk diberitahukan dan mana yang pantas untuk disembunyikan. Setiap kejadian atau isu diberi bobot tertentu dalam penyajiannya. (1992:229)**

**Cohen** pada bukunya yang berjudul ***The Press and Foreign Policy*** menyebutkan dua asumsi dasar yang paling mendasari teori *agenda setting* atau penentuan agenda ini. Menurutnya, bahwa:

1. **Masyarakat pers dan media massa tidak mencerminkan kenyataan; mereka membentuk dan menyaring isu,**
2. **Konsentrasi media massa hanya pada beberapa masalah masyarakat untuk ditayangkan sebagai isu-isu yang lebih penting daripada isu-isu lain. (1963:120).**

Cohen menambahkan, salah satu aspek penting dalam konsep *agenda setting* adalah peran fenomena komunikasi massa, berbagai media massa memiliki penentuan agenda yang potensial berbeda termasuk intervensi dari pemodal. “**Pers mungkin tidak berhasil banyak waktu dalam menceritakan orang-orang berpikir, tetapi berhasil mengalihkan para pemirsa dalam berpikir tentang apa**. (**1963:120)**”

**Gambar 1.1**

 **Model Agenda Setting**

|  |
| --- |
|  Variabel Variabel Variabel efek Variabel Efek Media Massa Antara Lanjutan* Panjang - Sifat Stimulus - Pengenalan - Persepsi
* Penonjolan - Sifat Khalayak - Salience - Aksi
* Konflik - Prioritas
 |

**Sumber Rakhmat, Metode Penelitian Komunikasi. (2002:69)**

1. **Variabel Media Massa.**

**Media massa diukur dengan analisa isi, dimana isi dari media disusun berdasarkan panjang (ruang dan waktu) penonjolan (ukuran, headline, lokasi, dan frekuensi), serta konflik (cara penyajian bahan).**

1. **Variabel Antara**

**Setelah media massa disusun, maka kondisi-kondisi antara yang mempengaruhi proses agenda setting yang mempengaruhi proses agenda setting juga diteliti melalui sifat-sifat stimulus menggunakan karakteristik issue termasuk jarak issue, lama terpaan, kedekatan geografis dan sumber. Selanjutnya sifat-sifat khalayak menunjukan variabel-variabel psikososial termasuk data demografi, keanggotaan dalam sistem, kebutuhan sikap, diskusi, interpersonal dan terpaan media.**

1. **Variabel Efek**

**Efek berkaitan dengan issue dalam pengenalan khalayak dari semua issue tersebut, mana yang dianggap terpenting oleh khalayak dan bagaimana issue itu dirangsang oleh responden sesuai dengan urutan prioritas.**

1. **Variabel Efek lanjutan**

**Efek lanjutan berupa persepsi, pengetahuan tentang peristiwa tertentu atau tindakan. (2002:69-70)**

Penelitian empiris tentang teori ini dikemukakan oleh **McCombs dan Shaw** ketika mereka meneliti pemilihan Presiden pada tahun 1972. Mereka menulis laporan yang kemudian dimuat dalam ***Public Opinion Quarterly***, dan ditulis ulang oleh **Rakhmat** dalam **Psikologi Komunikasi**,antara lain:

**Walaupun para ilmuwan yang meneliti perilaku manusia belum menemukan kekuatan media seperti yang disinyalir oleh pandangan masyarakat konvensional, belakangan ini mereka menemukan cukup bukti bahwa para penyunting dan penyiar memainkan peranan yang penting dalam membentuk realitas sosial kita, ketika mereka melakukan tugas keseharian mereka dalam memilih dan menonjolkan berita. Khalayak bukan saja belajar tentang isu-isu masyarakat dan hal-hal lain melalui media, mereka juga belajar sejauh mana pentingnya suatu isu atau topik dari penegasan yang diberikan oleh media massa. Misalnya, dalam merenungkan apa yang diucapkan kandidat selama kampanye, media massa tampaknya menentukan isu-isu yang penting. Dengan kata lain, media menentukan “acara” (agenda) kampanye.**

**Dampak media massa—kemampuan untuk menimbulkan perubahan kognitif di antara individu-individu—telah dijuluki sebagai fungsi *agenda setting*** **dari komunikasi massa. Di sinilah terletak efek komunikasi massa yang terpenting, kemampuan media untuk menstruktur dunia buat kita. (1992:229)**

Salah satu efek penting yang menandai penggunaan media massa oleh khalayak adalah munculnya kesadaran dan pengetahuan mengenai suatu topik atau persoalan munculnya kesadaran dan pengetahuan tersebut sering tidak disadari masyarakat sebagai suatu akibat yang memang diinginkan kalangan media massa melalui penyajian suatu topik tertentu.

Menurut teori agenda setting, media massa memang tidak dapat mempengaruhi orang untuk berubah sikap tetapi dengan fungsinya sebagai gate keeper (penjaga gawang atau penyaring) yang memilih suatu topik dan persoalan tertentu dan mengabaikan yang lain. Dengan menonjolkan suatu persoalan tertentu dan mengesampingkan yang lain, media membentuk citra atau gambaran dunia seperti yang disajikan dalam media massa, ini berarti media massa cukup berpengaruh terhadap apa yang dipikirkan orang dan mempengaruhi persepsi khalayak tentang yang dianggap penting.

Teori Agenda Setting menyatkan bahwa media massa berlaku merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa berlaku merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa untuk mentransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi agenda publik dengan mengarah dengan mengarahkan kesadaran publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa.

Judul dalam penelitian ini adalah **“ Fungsi Program Info 19 Dalam Meningkatkan Pengetahuan Pemirsa I Channel Tv Bandung ”.**

Berdasarkan judul tersebut, ada dua konsep yang dijabarkan, yaitu:

**1. Variabel bebas (x) : Program Info 19**

 Program lahir dari pemikiran, ide, dan gagasan seseorang atau kelompok untuk menciptakan suatu acara yang menarik agar dapat disiarkan. Secara sederhana program dapat diartikan sebagai susunan acara yang disajikan dalam bentuk siaran. **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Kamus Komunikasi** menjelaskanbahwa **program atau acara adalah rancangan penyiaran produksi siaran televisi atau radio. (1989:27)**

Menurut **Badjuri** dalam buku **Jurnalistik Televisi** menjelaskan indikator- indikator program berita adalah sebagai berikut:

1. **Pembawa acara**
2. **Menarik minat penonton**
3. **Penyampaian informasi**
4. **Frekuensi penyajian acara. (2010:97)**

Menurut **Badjuri** dalam buku **Jurnalistik Televisi** menjelaskan:

**Berita adalah informasi hangat dan aktual yang disajikan kepada umum mengenai apa yang sedang terjadi tentang apa yang harus dipikirkan dan bagaimana bertindak. (2010:73)**

Program berita yang dibuat oleh stasiun televisi haruslah sesuai dengan nilai kebenaran dan mempunyai nilai berita dan juga diminati oleh penonton. Hal yang paling penting adalah dalam setiap program adalah nilai jual, karena penonton akan mengharapkan sesuatu hal yang baru. Dalam menawarkan program berita kepada penonton televisi juga harus bisa mengemas program tersebut menjadi layak untuk disampaikan kepada penonton dan program berita yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhab masyarakat akan informasi.

**2. Variabel Terikat (Y) : Pengetahuan Pemirsa**

Manusia merupakan makhluk ciptaan Tuhan YME yang diberikan kehidupan dan pola berpikir yang berbeda–beda. Dengan demikian, manusia mempunyai rasa ingin tahu yang besar, sehingga mencari yang ingin diketahuinya secara langsung dengan kesadaran sendiri.

**Rakhmat** dalam buku **Psikologi Komunikasi**, menerangkan bahwa :

**Pengetahuan adalah alat utama dari jiwa (mind), jiwa menafsirkan pengalaman indrawi secara aktif: menciptakan, mengorganisasikan, menafsirkan, mendistorsi, dan mencari makna. (2001:26)**

Pengetahuan menjadi alat bagi manusia dalam menafsirkan informasi yang diterimanya dengan fungsi alat indera untuk menerima informasi dari lingkungan sekitarnya secara aktif kemudian menciptakan pengalaman yang akan berkaitan dengan perasaan seseorang terhadap suatu objek yang akhirnya manusia mampu menafsirkan atau menyimpulkan informasi yang telah diperolehnya.

Klasifikasi pengetahuan menurut **Rakhmat** dalam bukunya **Psikologi** **Komunikasi** terdiri dari :

1. **Sensasi adalah fungsi alat indera dalam menerima informasi dari lingkungan. Melalui alat indralah manusia memperoleh pengetahuan dan semua kemampuan untuk berinteraksi.**
2. **Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan – hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.**
3. **Berfikir adalah mengolah dan memanipulasikan informasi untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan respons. (2000:49)**

Pengetahuan adalah berbagai kekayaan psikologis atau mental yang didapatkan oleh manusia untuk memperkaya kehidupannya. Manusia yang bijaksana selalu berfikir, bersikap dan bertindak berdasarkan pengetahuan yang didapat. Untuk itu pengetahuan menjadi suatu hal yang penting dalam kehidupan manusia.

**Ardianto** dan **Erdinaya** dalam buku **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** menyatakan bahwa pengetahuan adalah : **“Kesadaran individu akan adanya inovasi dan pemahaman tertentu tentang bagaimana inovasi tersebut berfungsi. (2005:64)**

Pengertian diatas menjeaskan bahwa, jiwa *(mind)* itu menjadi alat utama dalam menafsirkan pengalaman indrawi secara aktif dan sadar, mengenai perubahan yang terjadi, dan bagaimana perubahan itu berfungsi dalam kehidupan manusia.

Pengetahuan merupakan hasil dari panca indra manusia, informasi yang disajikan melalui program *Info 19* di I Channel Tv Bandung diharapkan menambah pengetahuan pemirsa mengenai informasi berita maupun perkembangan terkini seputar Bandung dan Jawa Barat, Dalam Negeri dan Luar Negeri. Dan secara tidak langsung mengembangkan serta memenuhi kebutuhan mereka akan informasi-informasi yang diperoleh melalui program Info 19.

**Gambar 1.2**

 **Bagan Kerangka Pemikiran**

Fungsi Program Info 19 Dalam Meningkatkan

 Pengetahuan Pemirsa I Channel Tv Bandung

 Teori Agenda Setting

Variabel Variabel Variabel Variabel

Media massa Antara Efek Efek lanjutan

 Variabel X Variabel Y

 Program Info 19 Pengetahuan Pemirsa

 1. Pembawa Acara 1. Sensasi

 2. Menarik Perhatian 2. Persepsi

 3. Penyampaian Informasi 3. Berpikir

 4. Frekuensi Penyajian Acara

Indikator Indikator

 1. Pembawa Acara 1. Sensasi

 a. Berkarakter Positif a. Penerimaan informasi

 b. Menguasai Materi b. Penambahan pengetahuan

 c. Artikulatif 2. Persepsi

 2. Menarik Minat Penonton a. Pengalaman

 a. Relevan b. Perubahan pendapat

 b. Penting c. Perhatian

 c. Faktual 3. Berpikir

 3. Penyampaian Informasi a. Mengelola informasi

 a. Variasi Materi b. Memberikan respon

 b. Gaya Bahasa (Rakhmat. 2000:220)

 c. Ketajaman Pembahasan

 4. Frekuensi Penyajian Acara

 a. Intensitas Durasi

 b. Pengaturan Alokasi Waktu

 (Badjuri. 2010:97)