

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, Abd. Rachman. 1993. Psikologi Pendidikan, Yogya: Tiara Wacana.
- Ardi, Fikri Rachmad. 2018. *Bicara Layar Kaca #3: Uang Kaget (2017)*. Diakses pada 28 Mei 2021, dari <https://fikirira.medium.com/bicara-layar-kaca-3-uang-kaget-2017-989d21af850d>.
- Astuti, Santi Indra. 2009. *Komodifikasi Khalayak (Audiens) dalam Rating Televisi*. Komunika, Vol. 8, Nomor 1.
- Azwar, Saifuddin. 2002. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Becker, H. 1973. *Outsiders*. New York: Free Press.
- Behaviour Works Australia. *The Elaboration Likelihood Model of Persuasion*.
- Berger Peter dan Luckman, Thomas. 1990. Tafsiran Sosial Atas Kenyataan Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan. Jakarta: LP3ES.
- Bungin, Burhan. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Demartoto, Argyo. 2013. Teori Konstruksi Sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Diakses pada 1 Agustus 2021, dari <https://argyo.staff.uns.ac.id/2013/04/10/teori-konstruksi-sosial-dari-peter-l-berger-dan-thomas-luckman/>
- Diction.id. (2017, Januari 17 & September 7). *Apa yang dimaksud dengan Teori Kemungkinan Elaborasi (Elaboration Likelihood Model)*. Diakses pada 18 Februari 2021, dari <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-teori-kemungkinan-elaborasi-elaboration-likelihood-model/4306>
- Fachruddin, Andi. 2012. *Dasar-Dasar Produksi Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Gtv.id. *Tentang GTV*. Diakses pada 28 Mei 2021, dari <https://www.gtv.id/tentang>.
- Griffin, E.M. 2003. *A First Look at Communication Theory, Fifth Edition*. New York: McGraw-Hill.

- Hill, Annette. 2005. *Reality TV: Audiences and Popular Factual Television*. London: Routledge.
- Idntimes. (2018, Juni 29). *Potret Kriss Hatta, si Mr. Money di Program Reality Show 'Uang Kaget'*. Diakses pada 28 Mei 2021, dari <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/asih-purwanti-toer/potret-kriss-hatta-si-mr-money-di-program-reality-show-uang-kaget-c1c2>.
- Kelaspintar. (2020, Februari 10). *Jenis-Jenis Teknik Pengumpulan Data Kualitatif*. Diakses pada 18 Februari 2021, dari <https://www.kelaspintar.id/blog/edutech/jenis-jenis-teknik-pengumpulan-data-kualitatif-3181/>
- Khairuddin, Miftahuddin. 2013. *Sikap dan Intensitas Mahasiswa/i Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga terhadap Program Chatting Dengan Yusuf Mansur di ANTV*. Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium 2*. Jakarta: Pertlindo.
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Public Relations Writing*. Jakarta: Prenada Media Grup
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lee, Monle & Carla Johnson. 2007. *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Liana Elviyanti Tan. 2013. *Sikap Pelanggan Mengenai Program CRM "Return Guest Program di Surabaya Plaza Hotel"*. Jurnal E-Komunikasi VOL I. NO.2. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Lubis, P. Djuara et al. 2010. *Dasar-Dasar Komunikasi*. Bogor: Sains KPM IPB Press.
- Luzar, Laura Christina. 2015. *Teori Konstruksi Realitas Sosial*. Diakses pada 1 Agustus 2021, dari <https://dkv.binus.ac.id/2015/05/18/teori-konstruksi-realitas-sosial/>

- Makassarkota.go.id. *Geografis*. Diakses pada 27 Mei 2021, dari <https://makassarkota.go.id/geografis/>.
- McQuail, Denis, (2012). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mead, George Herbert, Howard S. Becker. 2013. *Labeling Theory: Social Constructionism, Social Stigma, Deinstitutionalisation*. General Books LLC. ISBN 9781234583347.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3 Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi*. UI Press.
- Moleong, Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi; Individu Hingga Massa*. Jakarta; Kencana Prenada Media.
- Muhtadi, Asep Saiful. 2016. *Pengantar Ilmu Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Musthopa, R. M. A. Tubagus. 2017. *Pemberitaan tentang serangan Paris di media online Arrahmah.com (analisis framing Robert M. Entman)*.
- Nielsen.com. (2020, Maret 23). *Press release, COVID-19 dan Dampaknya Pada Tren Konsumsi Media*. Diakses pada 30 Juli 2021, dari <https://www.nielsen.com/id/id/press-releases/2020/covid-19-dan-dampaknya-pada-tren-konsumsi-media>.
- Nosarkos, Arya., Hafied, Canggara., & A., Alimuddin, Unde. 2013. *Komodifikasi Kemiskinan dalam Televisi Indonesia Studi Komparatif antara Program “Jika Aku Menjadi” Di Trans TV dengan Program “Bedah Rumah” Di RCTI*. Jurnal Komunikasi, Vol. 2, Nomor 2.
- Onong, Effendy. 2003. *Ilmu, Teori, Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra.
- Pakarkomunikasi.com. (2017, Juni 23). *Karakteristik Media Massa dan Fungsinya*. Diakses pada 17 Mei 2021, dari <https://pakarkomunikasi.com/karakteristik-media-massa>.
- Peters, John Durham (1999). *Speaking into the Air*. University of Chicago Press. ISBN 9780226662763.

- Rakhmat, Jalaluddin. 2002. *Metode penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosada Karya.
- Romadhoni, Nur Arifin. 2013. *Pengaruh Pesan Iklan Televisi terhadap Respon Konsumen (Studi pada Iklan Ades “Langkah Kecil Memberikan Perubahan” di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Angkatan 2011)*. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Santoso, Edi dan Mite Setiansah. 2010. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sosiologis. (2018, Juni 15). *Jenis Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Mix Method*. Diakses pada 18 Februari 2021, dari <http://sosiologis.com/jenis-metodologi-penelitian>,
- Subandy, Dede Lilis. 2009. *Idealisasi Anak dalam Wacana Rubrik Nonfiksi Majalah Bobo*. MIMBAR, Vol. XXV, Nomor 1.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suparno. 1997. “Filsafat Konstruktivisme dalam Pendidikan”. Yogyakarta: Kanisius.
- Suprpto, T. 2006. *Berkarier di Bidang Broadcasting Media*. Pressindo.
- Surahman. 2005. *Teori Komunikasi dalam Perspektif Mazhab Frankfurt*. Mediator, Vol. 6, Nomor 1.
- Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss. 2011. *Teori komunikasi, Theorie of Human Communication*. Jakarta: Salemba.
- Syah, Muhibbin. 2004. *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Totona, Saiful. 2010. *Miskin Itu Menjual, Representasi Kemiskinan Sebagai Komodifikasi Tontonan*. Yogyakarta: Resist Book.
- Usman, Tri Handayani. 2012. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen Melalui Iklan terhadap Keputusan Pembelian Speedy di Makassar*. Program Studi Manajemen Universitas Hasanuddin Makassar.

Yin, Robert K. 2008. *Case Study Research: Design and Methods (Applied Social Research Methods)*. Illinois: Sage Publications.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Profil Penulis



Nama : M. Affan Afif I
NIM : E021171513
Tempat, Tanggal Lahir : Makassar, 09 Juli 1998
Alamat : Jalan Borong Raya, Kompleks Graha Jannah
Nama Ayah : Ismunandar Ali
Nama Ibu : Mukarramah Machmud
Riwayat Pendidikan :
1. SD: SDN ISOLA 2 Bandung
2. SMP: SMPIT Wahdah Islamiyah Makassar
3. SMA: SMAN 5 Makassar
4. Universitas Hasanuddin

Lampiran 2

Pedoman Wawancara

“ANALISIS KOMODIFIKASI KEMISKINAN DALAM TAYANGAN DUIT

KAGET DI MAKASSAR”

1. Nama Informan
2. Umur Informan
3. Pekerjaan Informan
4. Jenis Kelamin Informan
5. Biasanya berapa lama anda mengikuti satu episode tayangan “duit kaget”?
6. Dalam seminggu seberapa sering anda menonton tayangan “duit kaget”?
7. Mengapa anda menonton tayangan tersebut?
8. Mohon ceritakan adegan yang anda ingat tentang tayangan duit kaget?
9. Menurut anda apakah tayangan tersebut asli/settingan? (kalo settingan, anda tau darimana?)
10. Bagian apa dari tayangan tersebut yang membuat anda tertarik untuk tetap menonton?
11. Bagaimana perasaan yang anda rasakan Ketika menonton tayangan tersebut?
12. Dari tayangan tersebut apa yang dapat anda pelajari? (apakah informan melihat tontonan tersebut sebagai pelajaran hidup/tontonan yang tidak mendidik?)
13. Apakah anda mengetahui istilah komodifikasi?

14. Apakah anda sadar akan terjadinya komodifikasi kemiskinan dalam tayangan duit kaget?
15. Menurut anda bagaimana bentuk-bentuk komodifikasi kemiskinan yang dilakukan dalam tayangan uang kaget?
16. Apa pendapat anda akan komodifikasi kemiskinan yang dilakukan dalam tayangan duit kaget?
17. Setelah mengetahui tayangan ini, apakah anda mendukung atau tidak jika tayangan reality show yang membahas tentang orang miskin semakin banyak di Indonesia? Jika mendukung kenapa mendukungnya? Jika tidak, Bagaimana format tayangan yang sebaiknya hadir menurut anda jika tontonan tersebut menampilkan orang miskin?
18. Pada saat menonton, apa kesan yang anda dapatkan saat itu? (sedih, haru, senang, bersyukur)
19. Setelah menonton tayangan tersebut, apakah ada perubahan di diri anda yang anda rasakan? (misal : jadi sering amal, jadi semakin bersyukur, jadi takut miskin?)
20. Menurut anda, apakah hal yang dilakukan pihak tim produksi tayangan duit kaget sudah benar dan sesuai dengan kode etik penyiaran yang telah ada?
21. Apakah anda memiliki pesan tersendiri yang ingin anda sampaikan kepada para pihak tim produksi duit kaget ataupun kepada para penonton pelaku media?

22. Jika mendapat kesempatan menjadi tamu/penerima bantuan dalam acara
duit kaget, apakah anda akan menerima kesempatan tersebut?

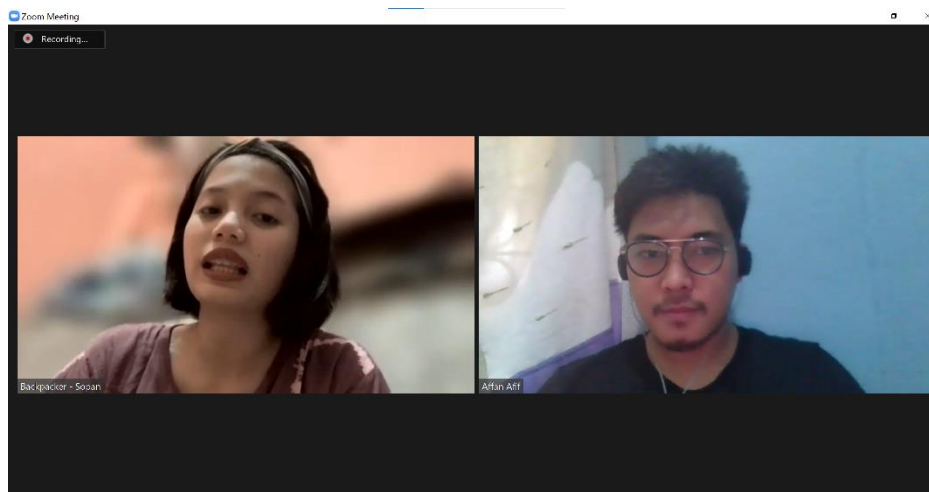
Lampiran 3

Dokumentasi

1. Proses Wawancara dengan Informan 1 pada, Rabu 2 Juni 2021



2. Proses Wawancara dengan Informan 2 pada, Selasa 8 Maret 2021



3. Proses Wawancara dengan Informan 3 pada, Rabu 9 Maret 2021



4. Proses Wawancara dengan Informan 4 pada, Senin 21 Maret 2021



5. Proses Wawancara dengan Informan 5 pada, Jumat 13 Agustus 2021

