

**Terpaan Film Animasi Shiva Dalam Imitasi Perilaku Anak**  
**Di Desa Bojongloa Kecamatan Kasomalang Kabupaten Subang**  
**(Studi Deskriptif Kuantitatif Terpaan Film Animasi Shiva Dalam Imitasi Perilaku**  
**Anak Di Desa Bojongloa Kecamatan Kasomalang Kabupaten Subang)**

Irma Nurlela<sup>1</sup>, Akhmad Basuni<sup>2</sup>, Asep Awaludin<sup>3</sup>

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Subang

Email : [irmanurlela45@gmail.com](mailto:irmanurlela45@gmail.com) ,[akhmadbasuni@unsub.ac.id](mailto:akhmadbasuni@unsub.ac.id), [aswal@unsub.ac.id](mailto:aswal@unsub.ac.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah mengenai Terpaan Film Animasi Shiva Dalam Imitasi Perilaku Anak Di Ddesa Bojongloa Kecamatan Kasomalang Kabupaten Subang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana pendekatan kuantitatif menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Populasi dalam penelitian ini adalah anak-anak Di Desa Bojongloa yang berjumlah 72 orang anak. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling jenuh. Hasil penelitian menunjukkan rata-rata hasil dari ketiga indikator yakni : Frekuensi, durasi dan Atensi menunjukkan angka 78,21% setuju, bahwa adanya Terpaan film animasi shiva dalam imitasi perilaku anak.

Kata Kunci : Terpaan Media, Film Animasi, Imitasi Perilaku Anak

## PENDAHULUAN

Saat ini, seperti yang kita ketahui bersama, perkembangan teknologi media massa sangat pesat. Media massa memegang peranan penting dalam kehidupan terutama dalam penggunaan media online dalam kehidupan sehari-hari. Hampir setiap aspek aktivitas manusia, baik yang dilakukan secara individu maupun kolektif, erat kaitannya dengan aktivitas komunikasi, dan masyarakat tidak dapat melakukannya tanpa terpaan media massa.

Televisi merupakan media massa yang sangat populer dengan jangkauan yang luas. Sebagai media massa, televisi cenderung mempengaruhi dan memenuhi kebutuhan khalayak, termasuk anak-anak. Televisi populer karena teknologi audiovisual yang digunakannya yang memungkinkan pemirsa untuk menikmati suara dan melihat gambar. Sifat audiovisual ini

dapat mempengaruhi tumbuh kembang anak. Penyajian televisi begitu pragmatis sehingga tontonan yang disajikan dapat menjadi pedoman hidup (Darwanto, 2007).

Televisi mempunyai manfaat positif untuk menyebarkan informasi (informing), mendidik (education), menghibur (entertainment), dan mempengaruhi (influencing) masyarakat luas (Effendy, 2002). Potensi besar media televisi bagi kehidupan masyarakat telah menjadi kontroversi karena berdampak besar pada proses sosial anak. Bentuk umum dari proses sosial adalah interaksi sosial karena interaksi sosial merupakan syarat utama terjadinya aktivitas sosial (Soekanto, 2017).

Televisi memungkinkan anak-anak untuk menonton semua program yang mempertunjukkan berbagai bentuk interaksi sosial, mulai dari bentuk interaksi sosial asosiatif (seperti nilai persahabatan, gotong

royong, toleransi, dan perilaku prososial lainnya) hingga interaksi sosial disjungtif seperti kekerasan (tawuran). Saat ini, dalam berbagai jenis film yang ditayangkan, terdapat unsur-unsur vulgar seperti pertengkaran, konflik, kekerasan, pornografi, dan lain-lain, yang dapat dilihat dan ditiru oleh anak-anak. Banyak acara TV yang dibuat hanya untuk hiburan dan tidak membekali anak dengan nilai etika yang baik. Potensi anak-anak sebagai penonton Televisi sangat luas. Kenaikan terlihat pada Program Anak-anak dan series.

Hasil survei AC Nielsen Media Research menunjukkan Segmen pemirsa Anak (usia 5-9 tahun) meningkat signifikan, dari rata-rata rating 12% menjadi 15,8% di tanggal 18 Maret. Bahkan di Jakarta kepemirsaaan di segmen ini mencapai rating tertinggi yaitu 16,2%. Nielsen TAM di Indonesia melakukan pengukuran kepemirsaaan atas semua

televisi nasional terhadap lebih dari 8,000 orang berusia 5 tahun keatas di 11 kota di Indonesia (Jakarta, Bandung, Jogjakarta, Semarang, Surakarta, Surabaya, Denpasar, Medan, Palembang, Makassar dan Banjarmasin). Hasil pengukuran tersebut tertuang dalam nilai rating, share dan indeks (Nielsen 2022).

Televisi memainkan peran yang rentan dalam berpotensi mengganggu interaksi sosial anak-anak baik interaksi sosial dengan teman sebaya maupun dengan yang lebih tua, yang berpotensi merusak moral anak.

Film animasi adalah film yang dihasilkan dari pengolahan gambar tangan menjadi gambar dinamis. Pada awal penemuannya, film animasi dibuat dengan beberapa lembar kertas gambar, kemudian kertas gambar tersebut diputar untuk memberikan efek gambar bergerak. Film animasi mulai berkembang di Amerika Serikat sekitar abad ke-18. Teknologi animasi

stop motion sangat populer saat itu. Teknik ini menggunakan rangkaian gambar diam/bingkai yang dirangkai untuk memberikan kesan bahwa gambar bergerak.

Animasi adalah gambar tunggal yang dapat menyampaikan banyak arti, dan biasanya digunakan untuk menyampaikan informasi komunikasi dari satu orang ke orang lain. Film animasi merupakan program yang aman dan memang tergolong untuk anak-anak. Meskipun tidak semua film animasi cocok untuk ditonton anak-anak, beberapa film animasi memiliki cerita yang sederhana dan menarik, menampilkan karakter-karakter unik, seperti superhero, karakter hewan, dan karakter menarik lainnya. Sebagian besar program animasi yang ditayangkan di Indonesia adalah film animasi asing yang diadopsi oleh stasiun Televisi Indonesia.

Shiva adalah serial televisi aksi animasi India yang ditayangkan di Nickelodeon. Serial yang diproduksi oleh Cosmos-Maya dan Viacom18. Ini adalah salah satu acara televisi dengan rating tertinggi di India. Acara ini juga populer di Bangladesh dan banyak Shiva adalah seorang anak kecil yang tinggal bersama kakek dan neneknya di sebuah kota fiksi bernama Kota Vedas, kota yang setiap hari ada penjahat di India. Walau dirinya masih kecil, Shiva sudah menjadi superhero yang banyak mengalahkan penjahat yang ingin menghancurkan kedamaian di kotanya. Shiva menghadapi banyak penjahat yang mencoba menyakiti atau merusak kedamaian setiap orang, harta benda maupun pemilik kota itu. Shiva berkelahi dengan penjahat menggunakan sepeda teknisnya yang bisa terbang dan mengapung di atas air layaknya speedboat. Dia sering menjalankan menggunakan remote saat jatuh atau saat berkelahi.

Shiva dibantu dengan 3 orang temannya dan juga dibantu dengan seorang inspektur yang bernama Ladoo Singh untuk membantu dalam pertarungannya tapi selalu kalah. Setelah penjahat kalah, penjahat tersebut dimasukkan ke dalam penjara oleh inspektur Ladoo Singh. Berkat keberanian Shiva dan kawan-kawannya, mereka selalu diberi penghargaan dari Pemerintah India. Shiva memiliki motto yaitu "Jangan panggil aku anak kecil, Paman. Aku Shiva, Namaku adalah Shiva".negara-negara di Asia. Strategi ANTV dalam menyusun jadwal acara di tengah wabah Corona (Covid-19) yang melanda terbilang beda.

ANTV menghadirkan film-film India lawas dan program kartun anak di slot prime time-nya. Seperti diketahui bersama, beberapa stasiun TV lain pasca Corona melanda memilih untuk menayangkan ulang sinetron-sinetron andalan mereka

yang pernah atau sedang tayang. Sementara seperti di muka telah ditulis, ANTV punya strategi berbeda. Salah satu kartun anak yang kini tayang di slot early prime time adalah serial Shiva. Awalnya, sejak Rabu 1 April 2020 ANTV hadirkan Shiva di slot 17.00 WIB. Sehari berselang, Shiva diberikan dua slot tayang sekaligus, pukul 09.30 WIB dan 17.30 WIB.

Terpaan film “Animasi Shiva” tidak serta merta memberikan dampak atau dampak bagi penontonnya, ada beberapa hal yang menyebabkan film tersebut mempengaruhi penontonnya yaitu intensitas menonton film “Animasi Shiva”. Intensitas dapat diartikan sebagai tingkat kualitas atau kuantitas aktivitas menonton yang dilakukan seseorang dalam jangka waktu tertentu (Frisnawati, 2012).

Menurut Jauhari (2006) menonton merupakan proses persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan

panca indera. Prosesnya dimulai dengan input sensorik, yang dipengaruhi oleh masa lalu seseorang, dan melibatkan kecerdasan emosional dan kekuatan fokus mental. Kombinasi dari semua elemen tersebut akan menghasilkan persepsi yang diperoleh dari objek sebuah film atau acara TV. Keunggulan televisi yaitu efek audio visual mempunyai pengaruh yang kuat terhadap persepsi penonton. Pesona TV terletak pada teks, musik, efek suara dan elemen visual dalam gambar, yang merupakan gambar dinamis yang dapat meninggalkan kesan mendalam pada penonton.

Masa kanak-kanak merupakan masa dimana anak akan meniru segala sesuatu yang dilihatnya. Setiap anak memiliki karakteristik perkembangan yang berbeda beda. Proses utama perkembangan anak adalah hubungan antara proses sosial emosional dan proses kognitif. Kedua hal ini akan

saling mempengaruhi dan berjalan dalam kehidupan manusia. Dalam proses perkembangannya, anak mungkin menghadapi berbagai masalah yang menghambat perkembangan selanjutnya.

Permasalahan yang dihadapi anak dapat dilihat dari perilaku anak saat mengikuti proses pembelajaran atau bermain di dalam kelas. Berbagai faktor penyebab gangguan perkembangan anak tidak hanya akan menghambat perkembangan emosional dan sosial, tetapi juga menghambat perkembangan fisik, intelektual, kognitif dan bahasa.

Dalam menanggapi hal ini peneliti melihat adanya perubahan pada anak yaitu perilaku, dan pergaulan. Dimana anak lebih menirukan apa yang mereka lihat, tidak menutup kemungkinan sikap anak tersebut akan mengikuti apa yang mereka tonton. Adapun pengaruh perilaku positif yang dapat ditirukan

oleh anak-anak contohnya saja, menolong sesama teman, dan kekompakan dalam berteman sedangkan perilaku negatif yang ditirukan oleh anak tersebut seperti bermain dengan menggunakan sepedanya (balapan sepeda, adegan jumping) dan bahkan sampai tidak mau belajar.

Sedangkan pergaulan itu sendiri ialah dalam keseharian anak-anak mereka sering berinteraksi dengan teman sebaya, dan mengekspresikan segala sesuatu yang ia lihat sebelumnya. Selain itu, informasi yang berkembang pada anak-anak melalui media massa seperti televisi mengenai film animasi anak-anak semakin tertarik untuk menonton film animasi. Objek penelitian merupakan masa akhir anak-anak yang berumur 10 sampai 12 tahun.

Berdasarkan pada uraian latar belakang penelitian diatas, tentang

film Shiva menjadi tiruan dalam berinteraksi terhadap satu sama lain khususnya anak di desa Bojongloa Kecamatan Kasomalang Kabupaten Subang. Seperti suka bermain sepeda, saling tolong-menolong dari film Shiva ataupun anak-anak yang menggunakan perlengkapan sekolah seperti buku, tas, jam tangan atau benda lainnya yang bersimbolkan Shiva. Hal inilah yang dapat mempengaruhi perilaku anak sehingga penulis berusaha menganalisis dan mencari tahu mengenai **“Seberapa Besar Terpaan Film Animasi Shiva Dalam Imitasi Perilaku Anak Di Desa Bojongloa Kecamatan Kasomalang Kabupaten Subang”**.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Komunikasi Massa**

Menurut Bittner (Rakhmat, 2003:188), komunikasi massa adalah informasi yang disampaikan kepada

sejumlah besar orang melalui media massa (komunikasi massa adalah informasi yang disampaikan kepada sejumlah besar orang melalui media massa). Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa harus menggunakan media massa. Media, termasuk media massa, adalah radio dan televisi, keduanya disebut media elektronik; surat kabar dan majalah, disebut juga media cetak; dan media film.

### **Media Massa**

Menurut Bungin (2006:72), media massa adalah sarana penyampaian informasi kepada publik, dari segi makna, media massa diartikan sebagai media dan informasi yang menyebarkan informasi dan dapat diakses oleh masyarakat luas. alat atau sarana penyebaran informasi, termasuk berita, opini, komentar, hiburan, dll. Menurut Cangara, Media adalah alat atau media yang digunakan untuk menyampaikan informasi dari

komunikator kepada masyarakat, sedangkan media massa sendiri diartikan sebagai penggunaan alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi untuk menyampaikan informasi dari sumber kepada pihak yang dituju. alat penonton. (Cangara, 2010:123,126)

### **Film**

Film merupakan media berekspresi, karena dipertunjukkan kepada publik, maka film merupakan salah satu ciri khas komunikasi massa. Film merupakan salah satu jenis media massa khusus yang menyediakan tayangan audio dan video, dan pengemasannya semenarik mungkin. Tujuannya adalah untuk memberikan tayangan yang memudahkan komunikator untuk menerima informasi atau pesan dengan baik, bahkan terkadang membingungkan saat menerima informasi atau pesan yang tersirat.. Animasi adalah sebuah bahasa visual

yang sudah universal. Ia bentuk komunikasi non-verbal, sebagai kesatuan yang bisa saja menjadi elemen visual. Film animasi memiliki definisi yang bisa panjang dan bisa sangat pendek, tetapi sangat kompak untuk bisa menyampaikan pesan kepada penontonnya dengan menggunakan berbagai karakter yang sering digunakan dalam sebuah film animasi.

### **Film animasi**

Film Animasi adalah film yang merupakan hasil pengolahan gambar tangan menjadi gambar dinamis. Pada awal penemuannya, film animasi dibuat dengan beberapa lembar kertas gambar, kemudian kertas gambar tersebut diputar untuk memberikan efek gambar bergerak. Film animasi mulai berkembang di Amerika Serikat sekitar abad ke-18. Teknologi animasi stop motion sangat populer saat itu. Teknik ini menggunakan rangkaian gambar diam/bingkai yang dirangkai

untuk memberikan kesan bahwa gambar bergerak. Animasi adalah gambar tunggal yang dapat menyampaikan banyak arti, dan biasanya digunakan untuk menyampaikan informasi komunikasi dari satu orang ke orang lain. Film animasi atau kartun adalah program yang aman dan memang tergolong untuk anak-anak. Meskipun tidak semua film animasi cocok untuk ditonton anak-anak, beberapa film animasi memiliki cerita yang sederhana dan menarik, menampilkan karakter-karakter unik, seperti superhero, karakter hewan, dan karakter menarik lainnya. Sebagian besar film animasi yang ditayangkan di Indonesia adalah film animasi luar negeri yang diadopsi oleh stasiun TV Indonesia.

### **Terpaan Media**

Terpaan media menurut Rosengren (1974), adalah penggunaan media yang terdiri dari jumlah waktu

yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media, media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Selain itu, terpaan media dapat diukur melalui frekuensi, durasi, dan atensi dari individu. (Rakhmat 66:2004).

### **Masa Usia Sekolah Dasar**

Masa usia sekolah dasar sering disebut sebagai masa intelektual atau masa toleransi sekolah. Pada usia berapa tepatnya seorang anak dewasa untuk sekolah dasar sebenarnya sulit dikatakan, karena kedewasaan tidak hanya ditentukan oleh usia. Namun pada umur 6 atau 7 tahun, biasanya anak telah matang untuk memasuki sekolah dasar. Pada masa keserasian bersekolah ini secara relatif. Anak-anak lebih mudah dididik daripada masa sebelum dan sesudahnya. Masa ini diperinci lagi menjadi dua fase, yaitu: 1) Masa kelas rendah sekolah dasar, kira-kira 6 atau 7 tahun sampai 9 atau 10 tahun. 2) Masa Tinggi

Sekolah Dasar, kira-kira umur 9,0 atau 10,0 sampai umur 12,0 atau 13,0 tahun.

### **Perilaku Imitasi**

Perilaku dapat diartikan sebagai respons suatu organisme atau orang terhadap rangsangan eksternal (Notoatmodjo, 1993, p. 58). Dalam masyarakat, imitasi adalah proses meniru perilaku orang atau kelompok lain. Proses peniruan tidak bisa terjadi sendiri. Sebelum seseorang meniru atau meniru orang lain, ia harus terlebih dahulu menerima orang yang ditiru atau ditiru, menghargai dan meningkatkan tinggi badan orang tersebut. Meniru atau meniru perilaku merupakan ciri khas anak-anak.

### **Konsep Terpaan Media**

Terpaan media menurut Rosengren (1974), adalah penggunaan media yang terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media, media yang

dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Selain itu, terpaan media dapat diukur melalui frekuensi, durasi, dan atensi dari individu. Terpaan media adalah suatu perilaku audiens dalam menggunakan media massa. Terpaan media dapat diartikan sebagai suatu kondisi di mana audiens diterpa oleh isi media atau bagaimana konten dalam media tersebut menerpa audiens.

Terpaan media merupakan kegiatan mendengarkan, melihat dan membaca pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut, yang dapat terjadi pada tingkat individu ataupun kelompok. Ardianto (2004) mengungkapkan untuk mengukur terpaan media dapat dilihat dari 3 faktor: 1) Frekuensi, diukur berdasarkan berapa kali sehari seseorang menggunakan media dalam satu minggu, berapa kali seminggu seseorang menggunakan dalam satu

bulan, serta berapa kali sebulan seseorang menggunakan media dalam satu tahun. 2) Durasi penggunaan media, berdasarkan berapa lama khalayak menggunakan media dan mengikuti suatu program. 3) Perhatian (atensi), proses mental seseorang dalam menyimak suatu program. Meliputi menonton dengan melakukan kegiatan lain, menonton dengan tidak melakukan kegiatan lain, dan menonton dengan melakukan diskusi.

Dari beberapa pengertian terpaan media tersebut penulis menyimpulkan bahwa. Terpaan media dapat diukur dari pola konsumsi informasi yang diperoleh dari media melalui kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan pada media informasi, dengan berdasarkan frekuensi, atensi, dan durasi dalam memperoleh informasi.

## **METODELOGI PENELITIAN**

Penelitian Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan kuantitatif untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Jadi dia tidak terlalu tertarik pada kedalaman atau analisis data. Peneliti lebih tertarik pada aspek keluasan data, sehingga data atau hasil pencarian dianggap mewakili seluruh populasi (Kriyantono, 2014 : 55).

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kuantitatif. Deskripsi kuantitatif memberikan tindakan dan pengamatan tambahan. Setelah menerima set skema klasifikasi ini, peneliti kemudian mengukur besarnya, atau distribusi, sifat sifat ini di antara anggota kelompok tertentu. Dalam hal ini, teknik statistik seperti distribusi frekuensi, tendensi sentral, dan variabilitas ikut bermain (Silalahi, 2015:114).

Dalam buku Kriyantono (2006 : 69) jenis penelitian deskriptif ini bertujuan untuk menghasilkan gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta dan karakteristik populasi atau objek tertentu. Peneliti sudah memiliki konsep (biasanya satu konsep) dan kerangka konseptual.

Selain itu peneliti dalam penelitian kuantitatif harus objektif dan terpisah dari data. Semua harus objektif dengan terlebih dahulu memverifikasi bahwa batasan konseptual dan alat ukur sesuai dengan prinsip reliabilitas dan validitas. (Kriyantono, 2006 : 55-56).

## **PEMBAHASAN**

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah sampling jenuh atau sensus. Pengertian sampling jenuh atau sensus menurut sugiyono (2008: 78), populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain dari sampling jenuh adalah sensus.

Jadi dalam penelitian ini dikarenakan jumlah populasi 72 di bawah 100, maka dari itu menggunakan sampling jenuh dengan cara menggunakan populasi menjadi sampel.

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam usaha memperoleh data yang relevan untuk pemecahan dan penganalisaan permasalahan data tersebut dapat diperoleh melalui dua cara, yaitu:

### **Penelitian Pustaka**

Penelitian Pustaka (Library Research), yaitu pengumpulan data teoritis dengan cara menelaah berbagai literatur dan bahan pustaka lainnya berkaitan dengan masalah yang diteliti.

### **Metode Angket/Kuesioner**

Menurut Sugiyono (2015:142) Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan menyajikan kepada

responden serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efektif apabila peneliti mengetahui dengan pasti tentang variabel yang diukur dan apa yang diharapkan dari responden. Menurut Kriyantono dalam buku riset komunikasi kuesioner atau angket sering ditemui dalam berbagai riset kuantitatif. Kuesioner adalah instrumen utama dalam riset survei.

### **Observasi**

Observasi adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung atas kondisi lingkungan objek penelitian. Kegiatan-kegiatan dalam observasi ini mulai dari melakukan pemilahan, pengubahan, pencatatan, pengodean, hingga dapat mencapai tujuan penelitian secara empiris, misalnya untuk menguji teori atau hipotesis.

## KESIMPULAN

### 1. Nilai Indikator Frekuensi Terpaan Film Animasi Dalam Imitasi Perilaku Anak

Nilai indikator frekuensi terpaan film animasi shiva dalam imitasi perilaku anak, bahwa dari 72 responden memberikan nilai interval tinggi dengan presentase 74.44%, dimana anak-anak di desa bojongloa dalam satu minggu menghabiskan waktu untuk menonton film animasi shiva.

### 2. Nilai Indikator Frekuensi Terpaan Film Animasi Dalam Imitasi Perilaku Anak

Nilai indikator durasi terpaan film animasi shiva dalam imitasi perilaku anak, bahwa dari 72 responden memberikan nilai interval tinggi dengan presentase 78.33%, dimana anak menonton tayangan film animasi shiva selama 1 jam.

### 3. Nilai Indikator Atensi Terpaan Film Animasi Dalam Imitasi Perilaku Anak

Nilai indikator atensi terpaan film animasi shiva dalam imitasi perilaku anak, bahwa dari 72 responden memberikan nilai interval tinggi dengan presentase 81.88%, dimana dalam terpaan film animasi shiva dalam imitasi perilaku anak mereka suka membantu / menolong orang lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto Elvinaro, Komala L, dan Karlinah S. 2017. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, 2004. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek Cet.12*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. 2020. *Reliabilitas dan Validitas (Edisi IV)*. Yogyakarta: (Anggota IKAPI) Pustaka Pelajar.

- Bungin, Burhan. 2006. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Bungin. 2017. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi Cetakn Ke-II*. Jakarta : Rajawali Pers, 2010
- Darwanto. *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar 2007
- Elviano Ardianto, *Komunikasi Massa suatu pengantar edisi revisi (Cet.I; Bandung Simbiosa Rekatama Media, 2007:67)*.
- Frisnawati. A. (2012). “Hubungan antara intensitas menonton reality show dengan kecenderungan prososial” *Empathy vol. 1*.
- Kriyantono, Rachmat, (2014). *Teori Publik Relation Persefektif Barat & Lokal*. Jakarta : Kencana Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Prenada Media Group
- Rakhmat, 2012. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin, 2004. *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2015. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Santoso Sowignjo, (2013), *Ensiklopedia Seni Budaya: Cara Media Membuat Animasi Kartun Keren (Yogyakarta: Taka Publisher)*.
- Silalahi, 2015. *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung : PT Refika Aditama Sosial.

Siregar, S. 2018. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkap Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Sumber Internet :

[https://id.wikipedia.org/wiki/Shiva\\_\(seri\\_TV\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Shiva_(seri_TV))

<https://www.popmagz.com/shiva-antv-tayang-dua-kali-sehari-rating-nya-masuk>

<https://m.mediaindonesia.com/humani-ora/298392/nielsen-covid-19-tingkatkan>