

Pengaruh Konten Program TV Magazine Terhadap Minat Menonton

Achmad Firdausyi¹, Rosita Anggraini²

¹*Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Inter Studi
Jl Wijaya II No 62 Jakarta 12160
avidart20@gmail.com*

²*Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Inter Studi
Jl Wijaya II No 62 Jakarta 12160
rosita.tagor@gmail.com*

Abstrak.Permasalahan dalam penelitian ini adalah semakin meningkatnya kebutuhan informasi melalui media massa dan berlomba-lomba dalam menarik perhatian masyarakat untuk menonton program dengan informasi yang menarik agar masyarakat. Menjadi tertarik dalam memenuhi kebutuhan informasi. Televisi masih menjadi pilihan utama bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan informasinya dan lebih banyak memberikan sebuah program acara untuk kebutuhan khhalyaknya. Dalam program “Ok Food” di Net. TV, peneliti bertujuan untuk mendeskripsikan pengaruh program “Ok Food” di Net. TV terhadap minat menonton mahasiswa STIKOM Interstudi angkatan 2015 sampai 2018 dan seberapa besar pengaruhnya. Penelitian ini menggunakan konsep televisi, program acara, jenis program acara, Tv magazine, dan teori minat menonton. Paradigma yang digunakan adalah positivistik, pendekatan penelitian menggunakan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Populasi data penelitian adalah mahasiswa penyiaran STIKOM Interstudi angkatan dua ribu lima belas sampai dua ribu delapan belas sebanyak enam ratus mahasiswa dengan teknik pengambilan sampling dengan menggunakan nonprobability sampling dan secara *purposive* diperoleh 86 mahasiswa. Teknik analisis ini menggunakan skala likert. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa program acara “Ok Food” di Net. Tv berpengaruh terhadap minat menonton mahasiswa penyiaran STIKOM Interstudi angkatan 2015-2018 (Y) menunjukkan sebagian besar responden terletak pada titik enam puluh persen sampai delapan puluh persent yang berarti memiliki pengaruh yang cukup kuat.

Kata kunci:Televisi, Program acara, Konten Program, Minat Menonton

Abstract.*The problem in this study is the increasing need for information through the mass media and competing in attracting the attention of the public to watch programmers with information that is interesting to the public. Become interested in meeting information needs. Television is still the main choice for the public in meeting their information needs and more provides a programme. In the "Ok Food" program on the Net. TV, researchers aim to find out whether there is the influence of the program "Ok Food" on the Net. Tv on the interest of watching STIKOM Interstudi students from the 2015 to 2018 classes and how big is the influence. This research uses the concept of television, programs, types of programs, TV magazines, and theories of interest in watching. The paradigm used is positivistic, quantitative research approaches using explanative research types. The population of the research data is the broadcasting students of STIKOM Interstudi for the generation of two thousand fifteen to two thousand eighteen as many as six hundred students with a sampling technique using nonprobability sampling and purposely obtained 86 students. This analysis technique uses a Likert scale. Based on the results of the study showed that the program "Ok Food" on the Net. TV influences the interest in watching broadcasting students of STIKOM Interstudi class two thousand fifteen to two thousand eighteen (Y) which has a strong enough influence.*

Keywords:*Television, Programs, Program Content, Watching Interests.*

1. Pendahuluan

Televisi merupakan media massa yang sangat dibutuhkan bagi khalayak, selain untuk memberikan tayangan hiburan, televisi juga menjadi alternative khalayak dalam hal mencari informasi. Televisi dinilai menjadi kedua yang paling berguna dalam menghasilkan informasi dibandingkan dengan media informasi lainnya. Televisi saat itu sudah menjadi sesuatu yang harus dimiliki oleh masyarakat karena dengan adanya televisi masyarakat yang ada disekitar mereka. Dengan penggabungan antara audio visual, dan program acara yang dikemas secara menarik, masyarakat lebih mudah menerima informasi yang mereka lihat, dibandingkan dengan mendengarkan

Televisi pada zaman modern seperti sekarang ini merupakan yang paling tidak bisa terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Banyak orang mengabdikan waktunya di depan televisi hanya untuk mencari informasi yang mereka butuhkan sebagai kebutuhan informasi. Sekarang ini kebutuhan masyarakat akan hal informasi sudah semakin meningkat dari tahun ke tahun. Dengan menggunakan televisi masyarakat bisa memilih program informasi yang mereka mau dan memenuhi kebutuhan informasi baik berita maupun program lain yang mereka ingin tahu .

Kemajuan media massa juga menjadi lebih cenderung memilih media yang mereka inginkan sebagai kebutuhan informasi. Informasi dapat diperoleh penonton dengan mudah di

era modern ini, semua dikemas dengan menarik untuk diberikan kepada penontonnya. Televisi merupakan media massa yang paling mudah dijangkau oleh siapa pun untuk memperoleh informasi. Tidak hanya memeberikan informasi berita, akan tetapi informasi dengan keunikan yang berbeda dengan format program televisi lainnya.

Fungsi televisi merupakan sebagai alat informasi bagi penontonnya yang membutuhkan informasi, baik nasional maupun internasional, dari dalam dan luar negeri. Informasi yang mereka dapatkan sangat berguna untuk menambahkan ilmu pengetahuan mereka akan informasi yang mereka serap. jika televisi tidak bisa memberikan informasi yang bias dia anggap olah khalayak, berarti televisi sudah keluar dari fungsinya. Televisi sangat efektif dalam menyampaikan informasi

Televisi merupakan media yang paling efektif dalam memberikan informasi kepada penontonnya dibandingkan dengan media lainnya, dikarenakan selain televisi juga menyampaikan gambar dan suara sehingga informasi yang disampaikan akan lebih mudah dimengerti oleh penonton. Televisi dapat juga menimbulkan pengaruh terhadap kehidupan masyarakat yang sudah terlanjur mengetahui tentang televisi, baik yang positif atau negatif terhadap acara program televisi yang dapat diterima oleh penonton.

Program acara televsi dihadirkan sebagai tontonan yang dapat disaksikan

setiap saat oleh permirsanya. Tetapi ada satu buah program acara yang cukup sangat dikagumi oleh masyarakat dengan tampilan yang kreatif, detail dan pesan mudah untuk ditangkap oleh masyarakat, yaitu program Televisi *magazine*. Televisi *magazine* sebuah tema yang diberikan yang terdapat dalam suatu majalah elektronik. Isi dari *tv magazine* ini memberikan informasi mengenai kuliner, *lifestyle* dan lain sebagainya. Di Indonesia format *tv magazine* cukup populer dan banyak ditayangkan di berbagai macam acara stasiun televisi. Dalam membuat sebuah program acara diperlukan ide kreativitas agar program yang dibuat. Menjadi program yang sangat menarik dan digemari oleh penontonnya. Maka dari itu dalam sebuah program terdapat konten program memiliki pengaruh yang sangat besar dalam sebuah perencanaan program acara. Dengan demikian, konten program sangat bersangkutan untuk memegang peran penting dalam sebuah program acara, untuk menjadi daya Tarik yang kuat. Untuk itu setiap produser harus betul-betul selektif untuk menentukan elemen-elemen konten program untuk digunakan dalam sebuah program acara. Sekarang ini sudah semakin banyak kebutuhan informasi yang dibutuhkan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat, baik informasi pengetahuan, informasi yang sebelumnya mereka tidak tahu, seperti bagaimana bekerja dalam media televisi, bagaimana bekerja di luar bidang mereka, bias terbilang masyarakat sudah tahu kemana kah mereka mencari kebutuhan informasi mereka. Televisi sudah menjadi media

yang sering sekali dijadikan kebutuhan informasi kuliner, oleh masyarakat, kebutuhan informasi kuliner, wisata, pengetahuan, berita tentang suatu informasi, fashion, *lifestyle*, dan lain-lain.

Televisi merupakan salah satu media paling mudah untuk dijadikan hiburan dan kebutuhan informasi layer kaca. Net. tv merupakan salah satu televisi swasta yang berhasil memperoleh banyak minat menonton masyarakat, baik anak muda maupun orang dewasa. Karena selalu memberikan program-program yang bersifat hiburan, *talkshow*, *gameshow*, dokumenter, dan *reality show*.

Net Tv menyajikan program berita yang wajib menghibur sedangkan program hiburan Net Tv harus mengandung kejadian yang nyata, bukan gosip, dan menyajikan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Salah satu program Net Tv yang bersifat menghibur dan memberikan informasi yang *update* adalah Ok Food.

Bukan hanya Net Tv. Televisi saja yang mempunyai program televisi *magazine*, bahkan program dokumenter sudah menjadi salah satu acara unggulan di setiap stasiun televisi di Indonesia sekarang. Tentu bukan tanpa alasan, pasalnya program Televisi *magazine* menawarkan sesuatu yang beda di banding program-program Televisi pada umumnya. Berbagai program Televisi *magazine* pun dikemas sedemikian rupa sehingga dapat menarik minat penonton. Mulai dari hal menarik, dari pembawaan acara, informasi yang *up to date*, sesuai dengan fakta yang ada, penyampaian

yang jelas dan cepat tak heran jika program *Tv magazine* masih terus diminta oleh penonton saat ini.

Berbeda dengan program Televisi *Magazine* lainnya, Net Tv membuat program yang jauh berbeda dengan program televisi pada umumnya, dan lebih focus kepada informasi yang diberikan kepada penontonnya sementara itu Net Tv juga harus mengetahui apakah program acara yang Net Tv buat, memberikan sebuah dampak minat menonton yang sangat besar terhadap program yang dibuat untuk *audience*. Media televisi tidak mengenal batas usia, jenis, kelamin, maupun status *social* seseorang. Apalagi saat ini siaran media televisi secara umum sudah menjangkau hampir seluruh pelosok Nusantara.

Televisi sebagai media yang dapat menghibur mampu juga menghadirkan berbagai macam hiburan yang memiliki minat. Faktor yang dapat dipengaruhi munculnya minat menonton tergantung pada kebutuhan dan pengalaman. Minat dimulai oleh perasaan yang senang apa yang mereka lihat dan rasakan Net. Tv berbangga bisa memiliki program *tv magazine* “Ok Food” (<http://www.netmedia.com>). “Ok Food” adalah salah satu program acara stasiun Televisi lokal Net. Tv yang mengangkat tema wisata kuliner. Program ini sudah dapat menarik banyak *audience* karena menghadirkan inovasi kuliner yang berbeda dari program kuliner lainnya dengan penyajian acara yang tidak mudah membuat *audience* bosan untuk menonton program acara tersebut.

“Ok Food” selalu menayangkan wisata kuliner yang sedang menjadi perbincangan masyarakat maupun kalangan dewasa dan remaja jajanan apa yang sangat disukai. Tujuan dari acara ini untuk memberikan informasi seputar kuliner yang sedang *update* dan memberikan pengetahuan mengenai makanan yang sedang mereka cicipin, misalnya makanan ini khas asli dari mana, sudah ada sejak kapan. Program Ok Food merupakan tayangan yang layak untuk ditonton, karena berisikan nilai informasi dan edukasi mengenai peliputan sebuah berita yang sangat penting untuk diketahui, terutama pada anak muda dan orang dewasa. Di dalam program tersebut juga disajikan bagaimana cara mereka mendapatkan narasumber untuk diwawancarai untuk itu program acara Ok Food dapat memberikan informasi kepada penontonnya tentang informasi makanan yaitu kuliner (<http://www.netmedia.com>).

Penelitian sebelumnya yang meneliti pengaruh tayangan “Ilook” di Net TV terhadap minat penonton untuk mengubah gaya berpakaian, Studi tersebut mengatakan bahwa pada uji koefisien determinasi (R^2) dapat diketahui bahwa berpengaruh sebesar 75,5%. Sedangkan sisanya sebesar 55,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar pengaruh tayangan “Ilook” di Net TV. Berdasarkan nilai Crosstab variabel X dengan Y menunjukkan mayoritas cukup signifikan.

Serta penelitian yang membahas mengenai pengaruh tayangan *talkshow* “Sarah Sechan” di Net Tv terhadap minat menonton

berdasarkan analisis regresi sederhana yaitu untuk mengetahui pengaruh tayangan *talkshow* “Sarah Sechan” di Net TV terhadap minat menonton mahasiswa Universitas Negeri Jakarta Jurusan Psikolog angkatan 2013, menunjukkan bahwa nilai *R Square* (R^2) untuk variabel X dan Y yaitu sebesar 0,573 atau dibaca dalam koefisien determinasi adalah sebesar 57,3%. Yang artinya pengaruh program acara terhadap tingkat pengetahuan sebesar 57,3% sementara 62,7% lainnya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian , yang membahas pengaruh program tayangan “Wonderfood” Net Tv terhadap perilaku warga dalam menjaga kesehatan. Menunjukkan bahwa nilai R adalah 0,637 atau dibaca dalam koefisien determinasi adalah sebesar 63,7%. Yang artinya pengaruh program tayangan “Wonderfood” di Net. TV terhadap perilaku warga dalam menjaga kesehatan menunjukkan mayoritas yang kuat dan sisanya 59,4% merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Literature Review

Menurut ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam membuat program acara yaitu: pemirsa, waktu, durasi, metode penyajian, acara televisi hadir karena adanya sumber informasi yang diberikan kepada pemirsa. Waktu, penggunaan media frekuensi mengumpulkan data tentang seseorang menggunakan media televisi dalam satu minggu yang terdiri dari Pemirsa, program acara televisi hadir karena

adanya sumber informasi yang diberikan kepada penonton, Waktu, durasi yaitu menit dalam setiap penyajian program berlangsung. Program acara mempunyai durasi yang disajikan berbagai jenis acara dan tuntunan naskah, agar tujuan dari acara tersebut dapat tercapai dan Metode penyajian.

Sementara jenis program acara media televisi sebagai faktor yang penting dalam mendukung suatu media penyiaran radio dan televisi adalah program yang mengenalkan *audianceny* mengenal suatu dunia penyiaran. Jenis program televisi tersebut dapat dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu: *Hard News* (Berita keras) merupakan informasi menarik yang harus dilakukan melalui disiarkan media penyiaran, *Hard News* dibagi dalam tiga kelompok: *Straight News*, *One the Spot Reporting Interview on Air*. Sementara *Soft News* (berita Lunak) merupakan suatu informasi yang disajikan secara mendalam (*In Depth*) namun tidak bersifat harus secara tayang (*Timeless*). Berita lunak terdiri dari 6 kelompok yaitu: *Current Affair*, *Magazine*, *Infotainment*, *Feature*, *Documenter*, *Sport* .

Menurut Tv Magazine merupakan suatu tema ditayangkan mirip dengan tema yang terdapat dalam suatu majalah cetak (*Magazine*) merupakan suatu program yang menyajikan berbagai macam informasi ringan *TV magazine* merupakan suatu program *feature* dengan durasi yang cukup lama. *TV Magazine* disaksikan melalui program sendiri yang terpisah dari program berita program TV

Magazine. *TV Magazine* merupakan media televisi menekankan aspek pentingnya. Suatu program dengan durasi 30 menit atau jam dapat tersirat hanya satu topik.

Dalam setiap acara pasti memiliki konten atau isi yang mampu menarik perhatian penonton untuk suatu acara, yang tentunya mampu memberikan informasi, mendidik, mempengaruhi serta menghibur. Ada beberapa elemen-elemen yang terdapat dalam konten program anatara lain *Host*, *Co-host*, Narasumber, Bintang Tamu, Materi Acara, Lokasi, Dekorasi, Kostum, *Talent*, Tata Cahaya, Keunikan, Naskah, dan Narasi. Dalam elemen diatas peneliti hanya mengambil elemen yang berkaitan dengan Penelitian program yaitu:

Host harus menampilkan secara penuh "*Face Act*" (acting dengan ekspresi wajah) termasuk sorotan mata, tarikan wajah dan gerak bibir, *Co-Host*, membantu host untuk membuat suatu program acara terlihat menjadi menarik dengan memberikan sebuah candaan, komentar dan dialog, atau informasi yang cukup diketahui oleh *co-host program*, narasumber merupakan peranan yang sangat penting dari seorang narasumber dalam mengambil data yang akan ditanyakan melalui orang-orang tertentu yang memiliki materi dalam menguasai persoalan yang akan diteliti dan mempunyai keahlian dalam berwawasan cukup, materi Acara, tulisan pemikiran orang lain untuk mencapai tujuan penyelenggaraan televisi *Gimmick* (keunikan), merupakan suatu trik yang akan digunakan untuk memperoleh simpati

terhadap penonton berupa sound effect, candaan, Teknik editing *gimmick* dapat berdiri sendiri tanpa adanya yang harus berkaitan. Dengan adanya harus disambung oleh kamera .

Crow and Crow minat merupakan suatu pendorong yang dapat disebabkan oleh seseorang yang memberi perhatian terhadap orang tersebut, sesuatu aktivitas tertentu definisi minat berdasarkan pendapat yang dilakukan oleh *Crow and Crow* dapat diambil kesimpulan bahwa individu yang memiliki minat terhadap belajar, maka akan terdorong dengan sendirinya untuk memberikan perhatian pada umumnya terdapat tiga faktor timbulnya minat yang terdiri dari: .

Faktor dorongan dari dalam, dorongan ini dapat membuat seseorang berminat untuk mempelajari ilmu mekanik, melakukan penelitian ilmiah atau aktifitas yang menantang, faktor motif social, yakni minat dalam upaya mengembangkan diri dan ilmu pengetahuan, yang diilhami oleh hasrat untuk memperoleh timbul ras penghargaan dari faktor emosional minat yang berhubungan melalui perasaan dan emosi, contohnya dari keberhasilan akan menghasilkan perasaan puas dan dapat meningkatkan minat seseorang sedangkan kegagalan dapat menghilangkan minat dari orang tersebut.

Hipotesis adalah operasional untuk langsung di diuji. Biasanya sebelum terjun ke lapangan telah mampu menjawab permasalahan melalui kerangka teori. Periset diharapkan mampu menemukan dan merumuskan defisini (*conceptual*

definitions) konseptual yang terjadi terhadap gejala atau permasalahan yang akan dihadapi. Kegiatan ini berlaku untuk semua jenis (deskriptif, eksplanatif, evaluatif, mauun eksploratif) Dalam penelitian ingin mengetahui “bagaimana pengaruh konten program Tv Magazine terhadap minat menonton.

Hipotesis penelitian Ha: “Adanya pengaruh Konten Program Tv Magazine “Ok Food” Di NET Tv Terhadap Minat Menonton Mahasiswa Penyiaran STIKOM Interstudi angkatan 2015-2018. Ho: “Tidak Adanya pengaruh Konten Program TV Magazine “Ok Food” Di NET Tv Terhadap Minat Menonton terhadap Mahasiswa Penyiaran STIKOM Interstudi angkatan 2015 - 2018. Hipotesis statistik adalah populasi yang diteliti. Jika menguji hipotesis tersebut, perlu adanya yang diubah ke dalam rumusan hipotesis statistik. Kalau dalam perumusan hipotesis penelitian ini hanya dituliskan salah satu saja yaitu hipotesis alternatif (Ha) atau hipotesis nol (Ho).

Sedangkan dalam hipotesis statistik, keduanya lalu dipasangkan sehingga dapat diambil sebuah keputusan yang sangat tegas, yaitu menerima Ho berarti menolak Ha, begitu sebaliknya. Hipotesis statistik dalam penelitian ini, yaitu:

Jika $r \neq 0$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima; Jika $r = 0$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3. Metode Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan paradigma penelitian

positivistik, dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, dalam penelitian ini menggunakan metode survei, penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada kepada responden mahasiswa berupa pernyataan yang sudah disiapkan peneliti dan menggunakan skala Likert. Populasi dalam penelitian ini mendapatkan data sebanyak enam ratus mahasiswa penyiaran STIKOM Interstudi angkatan 2015 sampai 2018 data ini didapat melalui *student service* STIKOM Interstudi.

Penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* sesuai dengan hasil hitung dari data populasi dan mendapatkan sampel menggunakan rumus *slovin*, maka sampel dalam penelitian ini sebesar delapan puluh enam mahasiswa penyiaran STIKOM Interstudi angkatan 2015 - 2018. Dalam teknik *sampling* peneliti menggunakan *Non Probability sampling*, dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Peneliti memilih responden sabagai sampel dengan memilih responden yang benar - benar mengetahui program televisi tersebut. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan sumber primer dan sekunder. Sumber primer merupakan dari sumber data langsung memberikan data kepada seseorang yang akan penggmpulkan data. Penelitian ini, yang menjadi salah satu sumber data primer yaitu kuesioner. Penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder oleh peneliti adalah artikel, jurnal, buku, dan daftar kepustakaan.

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan Teknik analisis data secara kuantitatif yang menggunakan analisis *statistic*, yakni dengan menggunakan aplikasi atau program SPSS statistik 2.00 untuk menghitung data yang terdiri angka-angka dan lalu dihitung kembali dengan menggunakan rumus statistik. Teknik analisis data menggunakan dua analisis yaitu analisis univariat, analisis univariat adalah analisis dari satu variable dan analisis bivariat yang dimana terdiri dari dua jenis, yaitu analisis korelasi sederhana untuk mengetahui kuat lemahnya hubungan antar dua variabel dan analisis regresi sederhana untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Teknik konfirmasi data menggunakan realibilitas, untuk menguji realibel dalam penelitian ini menggunakan kuesioner ini juga menggunakan Teknik *Alpha Cronbach*. Sementara validitas dalam penelitian ini uji validitas yang digunakan adalah analisis factor variable dalam skala likert dengan Teknik ini akan diperoleh nilai *Kaisermayer Olkin* (KMO) .

Dengan menggunakan operasional konsep, variabel dalam penelitian ini adalah konten program (Variabel X) dimana variable yaitu *host*, *Co Host*, materi acara, narasumber, keunikan. Yang masing-masing dibagi ke dalam indikator dimensi *host* indikatornya terdiri dari menampilkan secara penuh *face act* (Akting dengan wajah ekspresi) komunikatif dan menarik dalam membawakan acara:

Tabel 1

Operasionalisasi Konsep

	Pernyataan	STS	TS	RG	S	SS
Host						
1	Host (Peppy) "Ok Food" di NET.TV menguasai materi program tentang kuliner					
2	Host (peppy) "Ok Food" di NET.TV memiliki kemampuan <i>face act</i> (berakting) dalam program.					
3	Host (Peppy) "Ok Food" di NET.TV memiliki pengalaman yang cukup luas tentang kuliner.					
4	Host (Peppy) "Ok Food" di NET.TV santai sehingga membuat acara terlihat akrab					
Co-host						
5	Co-host (Eneng) "Ok Food" di NET.TV menguasai materi program tentang kuliner.					
6	Co-host (eneng) "Ok Food" humoris sehingga membuat acara terlihat menarik					
7	Co-host (Eneng) "Ok Food" di NET.TV memiliki kemampuan <i>face act</i> (berakting)					
8	Co-Host (Eneng) "Ok Food" di NET.TV memiliki kemampuan dramatisasi suara (suara centil, suara drama) sehingga membuat acara terlihat menarik					
Materi Acara						
9	Kalimat yang digunakan di program "Ok Food" mudah dimengerti.					
10	Kalimat yang digunakan di program "Ok Food" mampu menghibur penonton					
11	Kalimat yang digunakan program "Ok Food" menggunakan kalimat yang sopan					
12	Materi program "Ok Food" sesuai dengan topik seputar kuliner					
13	Materi program "Ok Food" selalu aktual (<i>up-to date</i>)					
Narasumber						
14	Narasumber "Ok Food" memiliki latar belakang keahlian yang sesuai dengan topik program					
15	Narasumber "Ok Food" mudah berbau dengan <i>host</i>					
16	Narasumber "Ok Food" dapat memberikan informasi seputar kuliner					
17	Narasumber "Ok Food" selalu memberikan informasi sesuai fakta					
Keunikan (Gimmick)						

18	<i>Host</i> (Peppy) menggunakan busana sesuai dengan <i>calender of event</i> (17 Agustus, Natalan, Imlek, Lebaran)					
19	Opening dalam acara "Ok Food" dibuka dengan <i>audio effect</i> (suara tepuk tangan, suara kemeriahan orang) yang seru					
20	Program "Ok Food" melakukan interaksi yang lucu (misalnya mengerjai pegawai di dapur <i>restaurant</i> -nya)					
21	Program "Ok Food" juga diselingi dengan <i>video effect</i> (animasi asap, awan, hantu, ledakan) yang menarik					
Pernyataan		STS	TS	RG	S	SS
Faktor Dorongan Dari Dalam						
22	Saya tertarik untuk menonton program "Ok Food" tersebut					
23	Saya tertarik mencoba menu pada segmen demo masak program "Ok Food"					
24	Saya tertarik untuk mencoba makanan kuliner di Indonesia					
25	Saya selalu ingin lebih tahu banyak hal tentang kuliner di Indonesia					
Faktor Motif Sosial						
26	Saya selalu mencari informasi tentang kuliner-kuliner di melalui kerabat dekat (keluarga)					
27	Saya selalu bertukar informasi mengenai tayangan program "Ok Food" dengan teman saya					
28	Saya selalu memberikan info melalui media sosial tentang program "Ok Food"					
Faktor Emosional						
29	Saya merasa senang menonton tayangan "Ok Food" sehingga ingin menonton episode berikutnya					
30	Saya merasa puas dengan <i>host</i> (peppy), dalam membawakan program acara "Ok Food"					
31	Saya merasa puas dengan <i>co-host</i> (eneng) dalam membawakan program acara "Ok Food"					
32	Saya merasa puas dengan informasi kuliner program "Ok Food"					

Co-Host, membantu *host* untuk membuat suatu program acara terlihat menjadi lebih menarik dengan memberikan sebuah candaan, komentar dan dialog, Narasumber memberikan

informasi dengan cara mengambil data yang akan ditelusuri dari orang-orang tertentu yang memiliki nilai dengan menguasai permasalahan di teliti serta memiliki keahlian dalam berwawasan, materi acara, suatu pemikiran orang lain yang telah disistematikan yang telah ditujukan untuk mencapai tujuan penyelenggaraan televisi dan Keunikan (Gimmick) yang digunakan untuk mendapatkan perhatian dari penonton dalam bentuk visualisasi animasi pada gambar program seperti kartun, *efek*, suara, pergerakan kamera.

Sedangkan variabel minat menonton (Varibel Y) terbagi menjadi tiga dimensi, terdiri dari faktor dorongan dari dalam, factor motif social dan factor emosional yang terbagi ke dalam indicator yang merupakan dari Factor dorongan dari dalam, untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda. Dorongan ini dapat membuat orang memiliki sikap minat. Dua Faktor motif social, yakni minat dalam upaya mengembangkan diri dan ilmu pengetahuan. Tiga Faktor yang mempengaruhi terjadinya emosional, minat yang berkaitan dengan perasaan dan emosi, contohnya: keberhasilan akan menimbulkan perasaan yang puas dan dapat meningkatkan minat menonton.

Dengan menggunakan kuesioner dari skala likert, untuk memilih dari pernyataan yang diajukan oleh peneliti sebagai berikut: sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju pada pilihan yang dijawab oleh responden pada setiap pernyataan yang akan diberikan kepada yang akan diberikan kepada responden setelah itu

data yang sudah dikumpulkan allu diolah dengan menggunakan SPSS 2.0.

4. Hasil dan Pembahasan

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Variabel X
(Konten Program)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.891
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1086.969
	Df	210
	Sig.	.000

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa seluruh pernyataan yang diajukan dalam variable Konten Program Tv Magazine mempunyai nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,5 yaitu sebesar 0,891. Berarti variable konten program tv magazine layak diikutsertakan kedalam uji berikutnya

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat Menonton)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.837
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	573.381

df	55
Sig.	.000

Berdasarkan tabel di atas, diketahui variabel minat menonton dapat dikatakan valid karena mempunyai nilai KMO diatas 0,5 yaitu 0,837. Berarti variable responden konsumen layak diikutsertakan kedalam uji berikutnya.

Tabel 4
Hasil Uji Realibilitas Variabel X (Konten Program)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.934	.942	21

Berdasarkan tabel diatas bahwa seluruh pernyataan yang diajukan dalam variable konten program Tv magazine memiliki nilai Cronbach Alpha diatas 0,6 yaitu sebesar 0,934. Artinya 21 pernyataan yang ada dalam uji realibilitas pada variable X dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini

Tabel 5
Hasil Uji Realibilitas Variabel Y (Minat)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.902	.908	11

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa seluruh pernyataan yang diajukan dalam variabel minat menonotn memiliki nilai Cronbach Alpha diatas 0,6 yaitu sebesar 0.902 Artinya 11 pernyataan yang ada dalam uji realibilitas variable minat menonton dapat dipercaya alat pengumpulan data dalam penelitian.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima
 Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

$T_{tabel} = 7.023$

$T_{hitung} = 1.98861$

Grafik 1

Berdasarkan hasil perhitungan diatas yang menunjukkan pada gambar ini dapat dinyatakan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , dan t_{hitung} jatuh pada daerah penolakan H_0 , sehingga H_0 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa terdapat Pengaruh Konten Program Tv Magazine “Ok Food” Di NET Tv Terhadap Minat Menonton Mahasiswa Penyiaran STIKOM Interstudi Angkatan 2015 - 2018.

Tabel 6
 Uji Regresi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.608 ^a	.370	.362	5.00730

a. Predictors: (Constant), PROGRAM TV MAGAZINE (X)

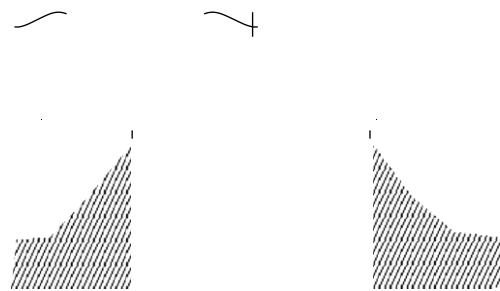
R disebut juga koefisien korelasi. Dapat dibaca bahwa nilai koefisien korelasi antara variabel

konten program (X) “Ok Food” di NET. TV Terdapat hubungan yang cukup kuat antara variable X yaitu Konten Program dan Variabel Y yaitu Minat Menonton.

R square disebut koefisien determinasi. Dari tabel diatas dapat dibaca bahwa nilai R square (R^2) untuk variable X dan Y yaitu sebesar 0,362 atau dibaca dalam koefisien determinasi adalah 36,2%. Artinya dengan kaya lain variable konten program Tv magazine “Ok Food” di NET. TV cukup kuat.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian uji



univariat yang dilakukan, didapatkan hasil persentase nilai tertinggi dalam dimensi variabel Konten Program (X) yaitu dengan skor 4,20 berada pada indikator pernyataan 10 yakni, kalimat yang digunakan di program “Ok Food” mudah dimengerti. Ini menandakan bahwa menurut responden, penyampaian kalimat yang digunakan pada program “Ok Food” ditata secara baik dalam penyampaian informasi dengan kalimat yang mudah dimengerti oleh respondennya. Sementara didapatkan hasil persentase nilai tertinggi dalam dimensi Minat Menonton (Y) yaitu dengan skor 4,17 berada pada indikator pernyataan 32 yakni, saya merasa puas dengan informasi kuliner program “Ok Food”.

Ini menandakan bahwa menurut responden, program “Ok Food” memberikan kepuasan dalam menyampaikan informasi yang dikemas sangat baik dan secara lengkap sesuai dengan kebutuhan informasi responden melalui program acara “Ok Food”. Sementara nilai terendah dimensi variabel Konten Program (X) yaitu dengan skor 3,20 ada pada indikator pernyataan 7 yakni, *co-host* (Eneng) “Ok Food” di Net. TV memiliki kemampuan face act (berakting). Ini menandakan bahwa menurut responden, *co-host* (Eneng) dalam membantu membawakan program acara “Ok Food” kurang menarik. Sementara nilai terendah dimensi variabel Minat Menonton (Y) yaitu dengan skor 3,52 ada pada indikator 28 yakni, saya memberikan info melalui media sosial tentang program “Ok Food”. Ini menandakan bahwa menurut responden dalam memberikan informasi melalui media sosial masih kurang dikemas dengan baik.

Berdasarkan hasil analisis yang diteliti menyatakan bahwa pengaruh Konten program Tv Magazine terhadap minat menonton terdapat pengaruh yang cukup kuat antara variabel X yaitu Konten Program dan variabel Y yaitu Minat menonton. Hasil analisis univariat semua dimensi pada variabel Konten Program (X) dan Minat menonton (Y) menunjukkan sebagian besar responden terletak pada titik 60% - 80% yang berarti cukup kuat. ini.

5. Simpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten Tv Magazine terhadap minat menonton, dimana berdasarkan hasil perhitungan uji determinasi memperoleh nilai R^2 sebesar 0,362 artinya terdapat pengaruh konten program terhadap minat menonton mahasiswa STIKOM Stikom Interstudi angkatan 2015 - 2018. Dengan nilai yang diperoleh menandakan jika konten program tayangan “Ok Food” Di Net Tv di persiapkan dengan matang dan teratur sehingga program yang ditayangkan menarik perhatian minat menontonnya kepada masyarakat dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini, sehingga dikategorikan dalam penelitian ini, sehingga dikategorikan sebagai berpengaruh Cukup Kuat. Dari hasil penelitian ini diperoleh data bahwa ada pengaruh antara konten program terhadap minat menonton mahasiswa STIKOM Interstudi dengan penjelasan bahwa H_a yang menyatakan adanya pengaruh antara variabel konten program antara variabel minat menonton mahasiswa STIKOM Interstudi angkatan 2015 - 2018. Dengan demikian H_0 juga menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh variabel konten program terhadap minat menonton ditolak.

6. Daftar Pustaka

Ardianto. Elvinaro, Lukiati Komala, dan siti Karlinah. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*.

- Simbiosis Rekatama Media.
- Badjuri, A. (2010). *Jurnalistik Televisi*. Graha Ilmu.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi penelitian kuantitatif*. kencana.
- Djamal Hidjanto dan Andi Fachruddin. (2013). *Dasar-dasar penyiaran*. prenada.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisaso, komunikasi pemasaran*. kencana.
- Morrison. (2008). *Manajemen Media Penyiaran*. kencana.
- Naratama. (2004). *Menjadi Sutradara Televisi*. PT.Grasindo.
- Rusman, L., & Uhud, Y. (2015). *Siaran Televisi Non Drama*. Pranadameida.
- Safira, nadya devi. (2013). *TV TERHADAP MINAT PENONTON UNTUK MENGUBAH GAYA BERPAKAIAN (Studi Pada Followers Twitter @ ilook _ NET)*.
- Sarwono, S. (2005). *Teori-teori Psikologi Sosial*. Fajar Interpratama.
- vemi jumiartika dan hamzah palloi. (2015). *Vemi Jumiartika dan Hamzah Palaloi*. I(2), 1–20.
- Wulandari, R. (2019). pengaruh program tayangan “Wonderfood” Net. TV terhadap perilaku warga dalam menjaga kesehatan. *Rini*, 53(9), 1689–1699.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>