

Volume XIII
Nomor 3
April 2015
ISSN: 1978-6972

IKON

JURNAL ILMIAH ILMU KOMUNIKASI

Syarifudin S. Gasing & Abiga Karina, S.Kom 108
PROVOKE ! *Magazine* Mengimplementasikan Community Relations Dalam Mempertahankan Eksistensi di Kalangan Pelajar

Ana Kuswanti, M.Si & Renzi Yurfiandi, S.Ikom 121
Pemanfaatan *Facebook* sebagai Sasaran Penyampaian Promosi Brand Marizafood

Ageng Rara 133
Jaringan Komunikasi dalam Penerapan Teknologi Produksi Ubi Kayu

Toerdin S. Usman 143
Membangun Sistem Nilai Komunikasi-Interaksi-Interrelasi Transendental

Henny Pandaryasi, MSi & Wulan Sari Utami Hasanah, S.Ikom 154
Implementasi Lobi dan Negosiasi PT. Bringin Karya Sejahtera, Jakarta

Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si & Risma Mutiara Utami, S.Sos 166
Efektifitas Pelayanan Informasi Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi Bagi Masyarakat Sebagai Kegiatan Humas dalam Pengelolaan dan Pelayanan Informasi Publik (Survey pada pengunjung Pusat Pelayanan Informasi Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia)

Ilona Vicenovie Oisina Situmeang, M.Si 177
Hubungan Penampilan Host Program Talkshow Mata Nazwa Terhadap Minat Menonton Masyarakat (Survei Pada Masyarakat Perumahan Citra Gran (Cibubur))

Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Persada Indonesia Y.A.I.

-
- PROVOKE! Magazine Mengimplementasikan *Community Relation* Δ dalam Mempertahankan Eksistensi di Kalangan Siswa** 108
Syarifuddin S. Gassing (*Dosen Pascasarjana Fikom UPI YAI Jakarta*)
Abiga Karina, S.Ikom
- Pemanfaatan *Facebook* sebagai Sarana Penyampaian Promosi *Brand Marizafoods*** 121
Ana Kuswanti, MSi, Dosen Fisip UPN Veteran Jakarta
Renzi Yurfiandi, S.Ikom
- Jaringan Komunikasi dalam Penerapan Teknologi Produksi Ubi Kayu** 133
(Kasus Petani Ubi Kayu di Desa Suko Binangun, Kecamatan Way Seputih, Kabupaten Lampung Tengah, Provinsi Lampung)
Ageng Rara Cindoswari *Staf Pengajar Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam, email : cindoswari@gmail.com*
- Membangun Sistem Nilai Komunikasi-Interaksi-Interrelasi Transendental** 143
Toerdin S. Usman
- Implementasi Lobi dan Negosiasi PT Bringin Karya Sejahtera, Jakarta** 154
Henny Pandaryasi, MSi, Wulan Sari Utami Hasanah, S.Ikom
- Efektivitas Pelayanan Informasi Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi bagi Masyarakat Sebagai Kegiatan Humas dalam Pengelolaan dan Pelayanan Informasi Publik** 166
(Survei pada pengunjung Pusat Pelayanan Informasi Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia)
Dr. Sri Desti Purwatningsih M.Si, Dosen Pascasarjana
Risma Mutiara Utami, S.Sos
- Hubungan Penampilan Host Program Talkshow Mata Nazwa Terhadap Minat Menonton Masyarakat** 177
(Survei Pada Masyarakat Perumahan Citra Gran, Cibubur)
ILONA VICENOVIE OISINA SITUMEANG Dosen Pascasarjana UPI YAI, Jakarta
ilonaoisina@yahoo.com

IKON
Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Persada Indonesia Y.A.I.

Penanggung Jawab:
Prof Dr.Ibnu Hamad

Wakil Penanggung Jawab
Dr. Muharto Toha, Drs., M.Si.

Mitra Bestari

Dr. Eko Herry Susanto, MSi (UNTAR)
Prof. Dr. Budiyatna, M.A. (UI)
Dr. Endah Murwati, MSi (UMN)
Dr. Hadiono, MSi (UBL)

Ketua Redaksi
Dr. Syarifuddin S. Gassing, MSi

Kesekretariatan
Nana Trisnawati, SE, MM
Miftahul Hilmi

Setting/Lay Out:
Dicky Mulyadi

Alamat Redaksi:
Kampus Universitas Persada Indonesia Y.A.I
Fakultas Ilmu Komunikasi
Jl. Diponegoro No. 74, Jakarta Pusat, 10340
Telp. (021) 3904858 Ekst. 1206, 1221, 1700
Fax. (021) 3150748
e-mail: fikom_upiyai@yahoo.co.id

Jurnal IKON, diterbitkan tiga kali dalam setahun.

Naskah untuk dimuat harus diketik sesuai dengan petunjuk penulisan yang ada pada jurnal ini dan dapat dikirim dalam bentuk elektronik melalui e-mail: fikom_upiyai@yahoo.co.id

Hubungan Penampilan Host Program Talkshow Mata Nazwa Terhadap Minat Menonton Masyarakat (Survei Pada Masyarakat Perumahan Citra Gran, Cibubur)

ILONA VICENOVIE OISINA SITUMEANG

Dosen Pascasarjana UPI YAI, Jakarta

ilonaoisina@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengukur minat masyarakat dalam menonton program talkshow berkaitan dengan penampilan host program talkshow mata Nazwa terhadap minat menonton masyarakat di perumahan Citra Gran, Cibubur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sifat eksplanatif, dengan menggunakan metode survei kepada kepala keluarga di perumahan Citra Gran, Cibubur yang berjumlah 450 KK. Sampel penelitian menggunakan rumus slovin dengan presisi 10% sehingga terdapat 82 KK yang dijadikan sebagai sampel. Berdasarkan hasil perhitungan uji korelasi sebesar 0,691 yang berarti terdapat hubungan yang sangat kuat antara penampilan host program mata talkshow Nazwa dengan Minat Menonton Khalayak. Uji Hipotesis diperoleh hasil H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya berarti t hitung lebih besar dari t tabel. Karena t hitung lebih besar dari t tabel maka ada hubungan penampilan host program talkshow mata Nazwa dengan minat menonton masyarakat di perumahan Citra Gran, Cibubur.

Key word: Penampilan Host, Program Talkshow, Minat Menonto

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Media massa merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan bermasyarakat. Melalui media massa, baik cetak maupun elektronik, masyarakat bisa mendapatkan informasi tentang berbagai hal yang terjadi di seluruh dunia. Tidak hanya informasi, namun media massa juga menjadi sumber hiburan, inspirasi dan panduan kepada pemirsanya sesuai dengan fungsi yang ada dalam komunikasi massa (Nurudin, 2009 : 64)

Di Indonesia, televisi menjadi media massa yang paling diandalkan untuk memberikan informasi kepada masyarakat melalui program-program yang ditawarkan. Hal ini dikarenakan televisi menawarkan berbagai hal di dalamnya, mencakup sosial, ekonomi, budaya, dan ideologi (Allen & Hill, 2004: 375).

Saat ini di Indonesia terdapat 11 (sebelas) stasiun televisi swasta dan publik nasional, yaitu TVRI, Trans 7, Trans TV, Global TV, MNC TV, RCTI, ANTV, SCTV, TV One, dan Metro TV. Dari 11 stasiun televisi tersebut, ada 2 (dua) stasiun televisi yang menempatkan diri mereka (positioning) sebagai News TV, yaitu TV One dan Metro TV. Metro TV adalah stasiun televisi berita pertama di Indonesia, yaitu pada tahun 2001 (Metro TV, 2010), sedangkan TV One adalah stasiun televisi berita dan olahraga yang mengudara pada tahun 2008, yang sebelumnya bernama Lativi (TV One, 2010).

Walaupun merupakan stasiun televisi berita, seiring dengan perkembangan jaman, Metro TV tidak hanya menayangkan program acara berita saja sebagai produk utamanya. Metro TV mulai menayangkan berbagai jenis program acara namun tetap dalam koridor berita. Salah satu variasi

program acaranya adalah *talkshow* yang berbentuk *serious discussion*.

Talkshow adalah versi televisi tentang debat publik dimana isu yang sedang hangat saat ini dibicarakan dan didiskusikan, dengan asumsi bahwa pemirsa televisi tertarik dan terlibat dalam topik tersebut. *Talkshow* adalah bagian dari kreasi televisi tentang *public sphere*, membuat ruang bagi debat yang rasional, meletakkan asumsi, argumen, dan pandangan kepada publik (Bignell & Orlebar, 2000 : 68).

Salah satu program *talkshow* berita yang ada di Metro TV adalah Mata Najwa, sebuah program *talkshow* yang membahas tentang politik dan isu terkini. Mata Nazwa merupakan salah satu program acara yang memiliki daya tarik tersendiri untuk ditonton oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan program tersebut dibawakan oleh *Host* yang cantik dan menarik selain itu juga memiliki pengetahuan yang luas dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Mata Nazwa merupakan salah satu program *talkshow* yang banyak di minatin.

Ketertarikan Penulis ingin meneliti program *talkshow* ini karena Nazwa program acara ini acaranya dikemas dengan baik, dari cara bertanya dan mengejar jawaban dari bintang tamunya sehingga rahasia dengan sendirinya dapat terbuka dan dikethui oleh masyarakat. Penulis mengambil populasi di komplek Citra Gran Cibubur dikarenakan warga komplek Citra Gran pernah diundang beberapa kali untuk menonton program *talkshow* Mata Nazwa. Ketertarikan penulis untuk meneliti apakah ada pengaruh penampilan host program *talkshow* Mata Nazwa terhadap minat menonton masyarakat yang tinggal di Komplek Citra Gran, Cibubur.

B. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui seberapa besar hubungan yang ditimbulkan dari penampilan *Host* program *talkshow* Mata Nazwa

terhadap minat menonton masyarakat yang tinggal di Komplek Citra Gran, Cibubur?

TINJAUAN PUSTAKA

Penampilan

Kesan pertama yang dilihat pertama kali dari seseorang adalah penampilannya dari penampilan, bisa dilihat bagaimana keseluruhan dari seseorang. Bisa berupa penampilan dia dalam berpakaian, penampilan wajahnya, penampilan dalam berbicara. Cara terbaik adalah tetap menjadi diri sendiri dan tidak harus memiliki pakaian yang mahal, tapi bersih pakaian yang disetrika, senyum di wajah mereka dan keyakinan diri tanpa arogan adalah nilai plus. Penampilan juga di bagian atas daftar ketika datang ke daerah manapun masyarakat. Seorang host yang baik harus berpenampilan baik di depan pemirsanya. Mereka harus bisa menunjukkan bagian terbaik dari mereka, dalam segala hal. Agar pemirsa merasa tertarik dengan melihat penampilannya.

Menurut Teddy Resmisari Pane (2004;34-54), penampilan adalah puncak dari semua yang telah dipersiapkan seorang penyiar penampilan (*performace*), yang sangat bergantung pada kemampuan tampil (*performance ability*) yang ada pada diri seorang penyiar tersebut, dan akan di nilai oleh pendengar/penonton (*audience*) maupun pimpinan di mana mereka berkerja, Kriteria penampilan menurut Pane (2004: 136):

1. Pandangan atau eksperimen wajah
2. Daya Tarik yang positif
3. Gaya
4. Gerakan badan atau bahasa tubuh
5. Gestur (gerak Isyarat)
6. Tata Rias
7. Tata Rambut
8. Tata Busana

Host

Menurut Hendi Triono (2007:10-12) istilah presenter mulai akrab di dengar dan di populerkan oleh industri televisi di

Indonesia. Presenter yaitu seorang yang membawakan dan menyampaikan sebuah informasi, atau narasi dalam sebuah program acara di stasiun televisi. Seperti program acara berita, kuis (*game show*), *talk show*, acara musik, *infotainment*, acara olah raga dan *reality show*. Dalam dunia penyiaran televisi, dikenal dua jenis presenter. Yaitu berita dan presenter acara:

a. Presenter Berita (News presenter)

Presenter berita adalah presenter yang bertugas membacakan sebuah berita. Dia tidak terlibat dalam proses peliputan, serta penentuan sebuah berita. Materi berita yang dibacanya, telah disusun dan disiapkan oleh redaksi pemberitaan. Pembaca berita televisi di Indonesia, dipelopori oleh TVRI. Programnya paling terkenal yaitu Dunia Dalam Berita. Akhirnya tahun 80-an, muncul RCTI dengan program berita Seputar Indonesia. Saat ini, semua stasiun televisi mempunyai program berita. Masing-masing stasiun televisi dalam menyajikan program berita, serta cara presenter dalam membacakan berita memiliki ciri serta karakter tersendiri, disesuaikan dengan target audience masing-masing stasiun televisi.

b. Presenter acara

Yaitu presenter yang bertugas membawakan sebuah program acara, namun tidak terlibat dalam konsep, persiapan, serta memegang sebuah acara tertentu. Keberadaan host biasanya identik dengan acara yang dibawakannya. Selain jenis acara, *figure* host bersangkutan juga memegang peranan penting kehadiran seorang host yang berkarakter akan menjadi daya tarik sebuah acara. Jika *host* tidak berkarakter maka acara tersebut segera ditinggalkan pemirsa. Pertimbangan dalam memilih host tidak hanya karena kecantikan dan popularitasnya. Tapi juga integritas dan karakternya. Host adalah orang yang membawakan narasi atau informasi dalam suatu acara, acara televisi,

radio dan film. Pembawa acara biasanya membaca naskah yang telah disiapkan sebelumnya, sering juga mereka harus memberikan komentar atau informasi tanpa naskah. Tugas lain yang sering dilakukan oleh pembawa acara, mewawancarai tokoh dan memberikan komentar pada suatu acara.

Kriteria seorang *host* menurut Pane (2004: 136)

1. Kecerdasan pikiran, meliputi: pengetahuan umum, penguasaan bahasa, daya penyesuaian, daya ingat kuat
2. Kualitas suara meliputi: warna suara, tangga nada, volume suara
3. Kemampuan berbicara meliputi: artikulasi (pengucapan atau bunyi yang di ucapkan), intonasi (turun naiknya nada suara), cara pengucapan, pemenggalan kalimat, aksentuasi, fonetik, diksi, kejelasan, kecepatan berbicara
4. Kepribadian atau identitas diri meliputi: sikap, tingkah laku, penyesuaian diri (adaptasi), gerak cepat (refleksi).

C. Minat

Dalam membuat sebuah program acara televisi, unsur minat pada khalayak sangat penting dalam melihat berhasil atau tidaknya suatu program acara. Program yang berhasil adalah program yang dapat menarik minat khalayak untuk menonton. Menurut Bimo Walgito (1975:106), minat adalah suatu keadaan di mana seseorang mempunyai perhatian terhadap suatu objek yang disertai dengan keinginan untuk mengetahui. Secara psikologis, menurut Drever (1998, 235:236) minat juga dapat di jabarkan sebagai:

1. Sikap yang berlangsung terus-menerus yang mempolakan perhatian seseorang, sehingga membuat dirinya menjadi selektif terhadap objek yang diminati.

2. Perasaan yang menyatakan bahwa suatu aktifitas, pekerjaan atau objek itu berharga bagi dirinya.
3. Suatu keadaan motivasi atau satu motivasi yang menuntun tingkah laku menuju arah (sasaran).

Dampak kognisi menurut Effendy (2003 : 318), yaitu berhubungan dengan pikiran atau penalaran, sehingga khalayak yang semula tidak tahu, yang tadinya tidak mengerti, yang tadinya bingung menjadi jelas. Kemudian, dampak afeksi timbul apabila ada perubahan pada apa yang di rasakan, disenangi atau di benci khalayak. Komunikator tidak hanya berubah dalam tingkat pengetahuan melainkan efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap atau nilai-nilai. Dampak afeksi berkaitan dengan perasaan (Effendy 2003:319).

Pada dampak media massa tidak hanya sampai pada tahap kognisi dan afeksi melainkan mampu ke tahap konasi (tingkah laku), dampak ini menimbulkan aksi (Rahmat,1997 : 202). Minat menonton dalam penelitian ini dapat diartikan sebagai kemauan atau keinginan dalam jiwa seseorang untuk melihat penampilan *host* program *talkshow* mata Nazwa jika:

- a. Mengetahui penampilan *host* program *talkshow* mata Nazwa (Kognisi)
- b. Bersikap positif dan memiliki perhatian terhadap penampilan *host* program *talkshow* (Afeksi).
- c. Cenderung menonton penampilan *host* program *talkshow* (Konasi).

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, di mana penelitian berdasarkan pada angka-angka yang akan diuji secara statistik nantinya. Menurut Kriyantono (2007) Dalam mendefinisikan riset kuantitatif adalah riset yang menggambarkan

atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan.

Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah eksplanatif. Prasetyo dan Miftahul (2005) Penelitian eksplanatif dilakukan untuk menentukan penjelasan tentang mengapa suatu kejadian atau gejala terjadi. Hasil akhir dari penelitian ini adalah gambaran mengenai hubungan sebab-akibat.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Metode survey menurut Nazir (1999) yaitu: penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan kelompok ataupun daerah. Penyelidikan dilakukan dalam waktu yang bersamaan terhadap sejumlah individu atau unit, baik secara sensus atau dengan menggunakan sampel”.

Populasi, Sampel dan Penarikan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah kumpulan semua hal (orang, perusahaan dan sebagainya) yang dipertimbangkan dengan baik. Karakteristik penting dari populasi adalah berisi semua elemen yang menarik perhatian. Populasi dapat dibatasi atau tidak dalam hal ukuran (Ashenfelter *et al.*, 2003).

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah warga yang tinggal di kompleks Citra Gran Cluster Teras Garden sebanyak 450 Kepala Keluarga.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih untuk dianalisis. Pemilihan sampel ini merupakan hal yang sangat penting. Berbagai metode pengambilan sampel tersedia namun hal kunci yang harus diingat bahwa sampel sebuah populasi dapat menggambarkan populasi (Ashenfelter *et al.*, 2003).

Besarnya sampel ditentukan rumus Slovin (Sevilla *et al.*, 1993), yaitu:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan: n : Ukuran sampel
N: Ukuran populasi
d: *presisi* 10%.

$$n = \frac{450}{450 \cdot (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{450}{450 \cdot 0,01 + 1}$$

$$n = \frac{450}{4,5 + 1}$$

$$n = \frac{450}{5,5}$$

$$n = 81,81$$

$$= 82 \text{ KK}$$

Penarikan Sampel pada penelitian ini dilakukan secara *Accidental sampling* atau convenience sampling Dalam penelitian bisa saja terjadi diperolehnya sampel yang tidak direncanakan terlebih dahulu, melainkan secara kebetulan, yaitu unit atau subjek tersedia bagi peneliti saat pengumpulan data dilakukan. Proses diperolehnya sampel semacam ini disebut sebagai penarikan sampel secara kebetulan.

Unit Analisis

Menurut Prasetyo dan Miftahul (2005) unit analisis adalah satuan dari sumber data. Unit analisis data dalam penelitian ini adalah warga cluster Teras Garden yang sering menonton program *talkshow* Mata Nazwa.

Operasional konsep

Penampilan Host:

Dimensi : Kecerdasan Pikiran

- Pengetahuan umum, seorang presenter harus memiliki pengetahuan umum yang cukup luas.
- Daya ingat kuat, sehingga pada saat acara sedang on air, tanpa melihat script pun mereka tidak akan lupa dengan apa yang harus mereka lakukan.

Dimensi : Gaya Pribadi

- Ekspresi wajah, merupakan bentuk komunikasi nonverbal, dan dapat menyampaikan keadaan emosi seseorang kepada orang yang mengamati.
- Daya tarik yang positif, adalah segala kelebihan yang dimiliki seseorang yang terbaca oleh orang lain dan dianggap sebagai pematik.
- Tata rias, adalah kegiatan mengubah penampilan dari bentuk asli sebenarnya dengan bantuan bahan atau lainnya.
- Tata Busana

Dimensi : Kualitas Suara

- Karakteristik Suara, Ciri khas yang membedakan suara setiap orang
- Volume suara, besarnya suara yang dihasilkan
- Pitch Control, kendali terhadap volume suara sesuai dengan kebutuhan

Dimensi : Kemampuan Bicara

- Artikulasi, pergerakan organ bicara dalam mulut yang menghasilkan bunyian secara dan benar.
- Diksi, pemilihan kata yang tepat sehingga penyampaian dapat di dengar dan di pahami

Dimensi : Kepribadian atau Identitas Diri

- a. Tingkah laku, gerak gerik seseorang yang terhubung dengan pikirannya
- b. Penyesuaian Diri, kemampuan individu dalam menyesuaikan diri terhadap sekelilingnya
- c. Gerak cepat (tanggap), peduli terhadap apa-apa dianggap kurang layak

Minat:

- a. Kognitif
Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informative bagi dirinya. Dalam efek kognitif ini akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif. Melalui media massa, kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita kunjungi secara langsung.
- b. Afektif
Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada Efek Kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, setelah mengetahui informasi yang diterimanya, khalayak diharapkan dapat merasakannya.
- c. Konatif
Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada Efek Kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, setelah mengetahui informasi yang diterimanya, khalayak diharapkan dapat merasakannya

Teknik Analisa Data

Perhitungan pada analisa kuantitatif dilakukan melalui uji statistik, ini dikarenakan data-data tersebut berbentuk angka-angka. Dalam melakukan pemrosesan data, penulis menggunakan bantuan program komputer statistik, yaitu *Excel Statistic Analysis* dan *Statistical Product and Service Solution 17 (SPSS 17)*.

1. Pretest

Pretest dilakukan terhadap 30 KK diluar sampel penelitian. Pretest dilakukan untuk uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah ketepatan atas kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur (Priyatno, 2008). Untuk mengukur validitas alat ukur dalam penelitian menggunakan rumus *Pearson Product Moment*.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Kriyantono (2007) Reliabilitas artinya memiliki sifat dapat dipercaya. Suatu alat ukur dikatakan memiliki realibitas apabila dipergunakan berkali-kali oleh penelitian yang sama atau oleh peneliti yang lain memberikan hasil yang sama.

Menurut Priyatno (2008) Langkah-langkah uji reliabilitas dilakukan dengan input data dari kuesioner yang telah diisi, lalu diproses menggunakan SPSS 17 melalui *Analyze Reliability Analysis*.

c. Uji Korelasi

Uji korelasi dilakukan untuk menguji kekuatan hubungan diantara dua variabel.

Hipotesis Penelitian

Ho: Tidak ada pengaruh penampilan Host pada program talkshow mata Nazwa terhadap minat menonton masyarakat.

H0: Ada pengaruh antara penampilan Host pada program talkshow mata

Nazwa terhadap minat menonton masyarakat.

J. Pretest

1. Pengujian Validitas Instrumen Penelitian

a. Hasil Validitas Pernyataan penampilan Host

Berdasarkan hasil validitas butir pernyataan yang dilakukan, untuk penampilan host terdapat 20 butir pernyataan terhadap 30 KK setelah dilakukan pengujian validitas terdapat 17 butir pernyataan yang valid dan 3 butir pernyataan yang drop. Butir pernyataan yang nilai $r_{\text{hasil}} \geq r_{\text{tabel}}$ sebesar 0,361.

b. Hasil Validitas Pernyataan Minat menonton masyarakat

Berdasarkan hasil validitas butir pernyataan yang dilakukan, untuk minat menonton terdapat 18 butir pernyataan terhadap 30 KK setelah dilakukan pengujian validitas terdapat 16 butir pernyataan yang valid dan 2 butir pernyataan yang drop. Butir pernyataan yang nilai $r_{\text{hasil}} \geq r_{\text{tabel}}$ sebesar 0,361.

2. Pengujian Reliabilitas

a. Reliabilitas Penampilan Host

b.

Cronbach's Alpha	N of Items
.801	20

Dari hasil diatas terlihat bahwa nilai alpha cronbach's sebesar 0,864 dinyatakan reliabel dikarenakan hasil yang didapat sebesar 0,801 diatas 0,600

c. Reliabilitas Minat menonton

Cronbach's Alpha	N of Items
.831	18

Dari hasil diatas terlihat bahwa nilai alpha cronbach's sebesar 0,831 dinyatakan reliabel dikarenakan hasil yang didapat sebesar 0,831 diatas 0,600

ANALISIS DATA

Hasil Pengujian

1. Korelasi Sederhana

Korelasi dapat dikatakan sebagai suatu hubungan timbal balik atau sebab akibat antara dua buah kejadian (Priyatno, 2008). Dalam penelitian ini didapatkan korelasi seperti pada tabel berikut:

Korelasi Skor X dan Y

		Penampilan Host	Minat Menonton
Penampilan Host	Pearson Correlation		.691(**)
	N	93	93
Minat menonton	Pearson Correlation	.691(**)	1
	N	93	93

** Correlation is significant at the 0.01 level (2tailed).

Berdasarkan hasil analisis korelasi sederhana (r), didapat korelasi antara penampilan host dengan minat menonton masyarakat sebesar 0,691. Sesuai dengan skala Guilford, jika interval koefisien berada pada 0,600 – 0,799 maka tingkat hubungannya kuat atau tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan antar penampilan host terhadap minat menonton dapat dikatakan kuat atau tinggi, karena berada pada interval koefisien 0,691. Hal tersebut dikarenakan penampilan host memiliki hubungan yang sangat kuat dengan minat menonton masyarakat.

Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi koefisien korelasi variabel penampilan host dengan minat menonton sebagai berikut :

Tabel
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	22.975	3.608		6.368	.000
Penampilan Host	.415	.051	.609	8.127	.000

a. Dependent Variable: Sikap Kerja Pegawai

Dasar dari pengambilan keputusan adalah membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} :

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima H_a ditolak
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima

Dari tabel di atas didapat t_{hitung} untuk penampilan host = 8,127 signifikansi 0,000 dan dengan taraf signifikansi 0.05 diperoleh $t_{tabel} = 1,981$ terlihat bahwa nilai t_{hitung} 8,127 > t_{tabel} 1,981 maka H_0 ditolak. Hal ini berarti bahwa penampilan host signifikan terhadap variabel minat menonton atau H_a diterima dan H_0 ditolak.

PENUTUP

KESIMPULAN

Dari hasil yang didapatkan terdapat hubungan yang tinggi antara penampilan host dengan minat menonton masyarakat sebesar 0,691. Dan dari uji hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan uji T

diperoleh bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yang artinya terdapat hubungan antara penampilan host program talkshow mata Nazwa dengan minat menonton masyarakat.

SARAN

Untuk Masyarakat secara umum diharapkan penonton dapat memilih program talkshow yang berkualitas dan memiliki manfaat bagi penonton.

Untuk Metro TV diharapkan dengan adanya penelitian ini stasiun Metro Tv dapat mengetahui pentingnya penampilan host dalam setiap acara yang akan ditayangkan dimedia televisi.

Daftar Pustaka

- Abu Ahmadi, Drs, H. *Psikologi Sosial*. Edisi Revisi. PT. Rineka Cipta .2007
- Bungi, Burhan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara,Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grasindo Persada.

Cahyana dan Suyanto. *Komunikasi dan Media Massa*. Yogyakarta: Andi Offset.2006.

- Effendy Onong Uchajana.2000.*Kamus Komunikasi* .Bandung : CVMandar Maju, 2004. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, 2010 Bandung, PT. Remaja Rosda Karya

- Hendi Triono.S.IP. 2007. *Langkah Awal Menjadi Presenter*. Yogyakarta: Cakrawala Pertama
- Hair, Joe F.; (2009): *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition, Prentice-Hall:
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi dan Aplikasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Khasali, Rhenald. 1993. *Manajemen Perprograman, Konsep Dan Aplikasi di Indonesia*, Jakarta:PT. Pustaka Utama Grafit.
- Kriyantono, Rakhmat, 2007, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta :Kencana Prenada Media Group.
- Morrisan.2005. *Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Tangerang : Ramdina Prakarsa
- Mulyana, Dedy. 2003. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Remaja
- Rosdakarya. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurudin, 2007.*Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : RajaGrafindo. Persada.
- Naratama.2004. *Menjadi Sutradara Tevelisi dengan Singel dan Multi camera*. Jakarta : PT Grasindo.
- Nazir, Mohammad. 1999. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Narbuko, Cholid dan Achmadi, Abu. 2004. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Prasetyo, Bambang dan Jannah, Lina Miftahul, 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Priyatno, Dwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS*. Jakarta: Mediakom. 2008. *Mandiri Belajar SPSS*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Rahmat,Jalaludin. 1994. *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Salim, Agus. 2001. *Teori dan Paradigma Penelitian*. Yogyakarta: PT. Tiara.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Analisa Data Penelitian Menggunakan SPSS 13*. \Jogjakarta : CV. Andi Offset.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian. 2006. *Metode penelitian survey*. Jakarta: LP3ES
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. 2002. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- ,2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Teddy Resmisari Pane.2004. *u*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

Sumber Lain :
www. MetroTV.com