

PENGARUH PROGRAM GALERI SPORT DI TRANS7 TERHADAP PERSEPSI PENONTON TENTANG PERSEPAKBOLAAN INDONESIA

Muhammad Yunus¹, Endang Setiowati²

^{1,2} Ilmu Komunikasi, STIKOM InterStudi, Jakarta

Jl Wijaya II No 62 Jakarta 12160

¹ yunus.mhmd@gmail.com

² e.s.hoetomo@gmail.com

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan apakah ada Pengaruh Program Olahraga Galeri Sport di Trans 7 utamanya Segmen Galeri Sepak Bola Indonesia terhadap Persepsi Penonton tentang Persepkabolaan di Indonesia. Untuk menganalisis digunakan Teori *Uses & Effect*, dengan 3 (tiga) konsep yang berfungsi sebagai variabel yaitu Konsep Isi Media yang menjadi Variabel X₁ Segmen Galeri Sepak Bola Indonesia, Konsep Penggunaan Media yang menjadi variabel X₂, dan konsep Persepsi yang menjadi variabel Y Persepsi Penonton. Paradigma yang digunakan adalah Post Positivisme, dengan pendekatan kuantitatif dan metode survey yang bersifat eksplanatif. Populasi penelitian adalah penonton Galeri Sport berdasarkan AGB Nielsen berjumlah 49,660,006 orang, dan 100 orang sampel yang diambil berdasarkan rumus Taro Yamane dengan *sampling error 10%*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan teknik *Simple Random sampling*, pada *follower Instagram @galerisport_t7*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari Segmen Galeri Sepakbola Indonesia terhadap Persepsi Penonton, demikian juga ada pengaruh yang signifikan dari Penggunaan Media terhadap Persepsi Penonton. Sementara dalam penghitungan regresi berganda pengaruhnya meningkat menjadi sangat signifikan, hal ini membuktikan bahwa penerapan penerapan teori *Uses and Effect* dalam penelitian ini sudah tepat.

Kata kunci: *TV Magazine, Penggunaan Media, Persepsi Penonton, Segmen Galeri Sepakbola Indonesia*

Abstract. *This study aims to determine whether there is an Influence of the Sports Gallery Program in Trans 7, especially the Indonesian Football Gallery Segment on Audience Perceptions about Football in Indonesia. The theory of Uses & Effect is used to analyze this research, with 3 (three) concepts that function as variables, namely Media Content Concept which becomes Variable X1 Segment of the Indonesian Football Gallery, Concept of Media Use which becomes variable X2, and Concept of perception which becomes Y variable Audience Perception. The paradigm used is Post Positivism, with quantitative approaches and explanatory survey methods. The study population was the audience of the Gallery Sport based on AGB Nielsen for the May-June 2019 period, totaling 49,660,006 people, and 100 samples taken based on the Taro Yamane formula with a sampling error of 10%. The sampling technique uses probability sampling with Simple Random sampling technique, on Instagram followers @ galerisport_t7. The results showed that there was a significant effect of the Indonesian Football Gallery Segment on Audience Perception, as well as a significant influence from Media Use on Audience Perception. While in the calculation of multiple regression the effect increases to be very significant, this proves that the application of the Uses and Effect theory in this study is appropriate.*

Keywords: *TV Magazine, Media Use, Audience Perception, the Indonesian Football Gallery Segment*

1. Pendahuluan

Salah satu bentuk program TV adalah majalah udara (*Magazine*). *Magazine* merupakan program informasi yang dikombinasi antara fakta dan opini sehingga masuk dalam karakteristik berita lunak (*soft news*). *Magazine* merupakan program yang menampilkan informasi ringan namun mendalam atau dengan kata lain *magazine* adalah *feature* dengan durasi yang lebih panjang. *Magazine* dapat menyajikan berbagai macam informasi salah satunya adalah penyampaian berita olahraga atau disebut sebagai *sport magazine*. Berita olahraga pada umumnya telah memiliki pemirsanya sendiri dan sebagian besar stasiun televisi telah membuat program khusus berita olahraga. Namun demikian berita olahraga, tetap perlu dimasukkan dalam program berita umum sehingga penonton tetap akan mendapatkan informasi terakhir tentang klub olahraga favorit mereka (Morissan, 2008).

Salah satu program *sport magazine* di televisi adalah program “Galeri Sport” di Trans 7. Galeri Sport merupakan *Update* informasi di dunia olahraga dalam sepekan baik nasional maupun internasional. Tidak hanya *update* tentang pertandingan, berita ringan seputar dunia olahraga serta atlet-atlet ternama turut pula dihadirkan pada “Galeri Sport” lewat liputan-liputannya yang tentu saja beda

dengan program olahraga lain. Program ini memberikan informasi dunia olahraga, dalam artian semua cabang olahraga. Namun mengingat bahwa sepak bola merupakan cabang olah raga yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia, maka di dalam program ini terdapat segmen khusus tentang sepak bola, yaitu “Segmen Galeri Sepak Bola Indonesia”. (Santoso, 2018) Di dalam segmen ini terdapat beberapa informasi yang selalu disajikan yaitu Hasil pertandingan sepakbola nasional, Pembahasan Timnas dan klub, Profil pemain bola nasional (Galeri Sport Trans 7, 2020).

Televisi secara langsung maupun tidak langsung telah membawa pengaruh dalam masyarakat karena memiliki peran besar dalam pengembangan wawasan, membentuk pola pikir dan pendapat umum. Selain itu televisi juga dapat menimbulkan persepsi yang berbeda terhadap apa yang diinformasikan. Ketika khalayak mengonsumsi isi media yaitu segmen “Galeri Sepak Bola Indonesia” akan timbul satu persepsi dari penonton tentang ketiga informasi yang terdapat dalam segmen ini, seperti disebutkan di atas (Darwanto, 2007).

Persepsi terdiri dari 2 jenis yaitu persepsi terhadap manusia dan persepsi terhadap non manusia. Persepsi terhadap manusia yaitu manusia itu sendiri yang menjadi objek persepsi. Manusia yang dipersepsi mempunyai kemampuan,

perasaan ataupun aspek lain seperti halnya pada orang yang mempersepsi. Orang yang dipersepsi dapat mempengaruhi pada orang yang mempersepsi (Walgito, 2010). Sedangkan persepsi terhadap objek yaitu proses penafsiran terhadap objek-objek yang tidak bernyawa di sekitar. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap objek yaitu: latar belakang pengalaman, latar belakang budaya, suasana psikologi pengharapan dan kondisi faktual panca indera (Mulyana, 2004).

Ketika penonton mengonsumsi program “Galeri Sport”, segmen “Galeri Sepak Bola” lalu merasa isi yang disajikan dapat memenuhi kebutuhan mereka akan informasi maka mereka akan terus menonton program tersebut. Hal ini akan menimbulkan konsekuensi yaitu adanya peningkatan frekuensi, durasi dan intensitas dalam mengonsumsi Program “Galeri Sport”, Baik isi media maupun penggunaan media akan memberi pengaruh pada Persepsi yang terbentuk setelah penonton menyaksikan acara tersebut.

Berdasarkan permasalahan diatas maka penelitian ini akan membahas tentang Bagaimana Pengaruh segmen “Galeri Sepak Bola Indonesia” terhadap Persepsi Penonton. Maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pada Segmen “Galeri Sepak Bola

Indonesia” terhadap persepsi penonton tentang persepakbolaan di Indonesia. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan media terhadap persepsi penonton tentang persepakbolaan di Indonesia, dan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kedua variabel X secara bersamaan terhadap persepsi penonton.

2. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini telah digunakan beberapa karya ilmiah sebagai referensi yaitu penelitian tentang Persepsi mahasiswa tentang sebuah film yang mana dalam riset ini disampaikan komponen-komponen film yang terdiri dari manusia dan non manusia (Sugianto, Mingkid, & Kalesaran, 2017). Referensi kedua adalah Skripsi tentang pengaruh program olah raga terhadap keputusan menonton pemirsa, dimana dalam riset yang menggunakan pendekatan kuantitatif ini digunakan komponen tentang tokoh dan klub. (Ardhita, 2016), Penelitian ke 3 yang menjadi referensi penulis adalah riset tentang pengaruh persepsi terhadap pengembangan industri pariwisata, dimana dalam penelitian ini juga digunakan komponen manusia dan non manusia (Bastian, 2011).

Penelitian ini menggunakan Teori *Uses & Effect* dimana karakteristik isi media akan menghasilkan efek dan penggunaan media akan menghasilkan

konsekuensi, yang keduanya dapat menghasilkan *consequence* (Windhal, Signitzer, & Olson, 1992). Di dalam penelitian ini, program “Galeri Sport segmen Galeri Sepak Bola Indonesia” sebagai isi media dan penggunaan media akan menghasilkan *consequence* yaitu berupa Persepsi penonton. Di dalam penelitian ini memiliki beberapa konsep yang terdiri dari, Magazine Galeri Sport, Penggunaan media serta Persepsi Penonton.

Konsep Magazine atau Majalah Udara adalah komponen Isi Media yang merupakan komponen pertama dari teori *uses and Effect*. *Magazine* merupakan hasil adopsi dari majalah cetak, oleh karena itu prinsip-prinsip dasarnya pun hampir sama. Menurut Naratama definisi *Magazine Show* adalah format acara TV yang mempunyai format menyerupai majalah (Media Cetak), yang di dalamnya terdiri dari berbagai macam rubrik dan tema yang disajikan dalam reportase aktual dan *timeless* sesuai dengan minat dan tendensi dari target penontonya. (Naratama, 2004)

Magazine dapat disajikan dalam berbagai macam informasi salah satunya adalah penyampaian berita olahraga yaitu *sport magazine* yang dalam penelitian ini adalah “Segmen Galeri Sepak Bola Indonesia” dalam Program *magazine* “Galeri Sport” di Trans 7. Dalam segmen ini akan diteliti komponen-komponennya yaitu Hasil

pertandingan sepakbola nasional; Pembahasan Timnas dan klub; dan Profile pemain bola nasional. Konsep Magazine “Galeri Sport – Segmen Galeri Sepak Bola Indonesia” merupakan konsep isi media yang merupakan komponen pertama dari teori *uses and effect*.

Dalam Galeri *Sport* ini *Update* informasi di dunia olahraga dalam sepekan baik nasional maupun internasional. Tidak hanya *update* tentang pertandingan, berita ringan seputar dunia olahraga serta atlet-atlet ternama turut pula dihadirkan pada Galeri *Sport* lewat liputan-liputannya yang tentu saja beda dengan program olahraga lain. program ini memberikan informasi dunia olahraga, dalam artian semua cabang olahraga. Segmen yang paling diminati penonton dari program ini ialah segmen informasi sepak bola nasional. (Galeri Sport Trans 7, 2020). Dalam segmen sepakbola nasional program ini memberikan informasi-informasi seperti, Hasil pertandingan sepakbola nasional, Pembahasan Timnas dan klub, Profile pemain bola nasional.

Komponen kedua dari teori *Uses and Effect* adalah konsep Penggunaan Media. Asumsi dasar pada penggunaan media terhadap model *uses and gratification* terbagi menjadi tiga variabel yaitu Jumlah waktu, dimensi ini menyajikan jumlah waktu yang digunakan dalam menggunakan media, Jenis isi media, dimensi ini menyajikan jenis isi

media yang dipergunakan, Hubungan, dimensi menyajikan perihal hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (Sendjaja, 1999).

Semua orang yang menggunakan media tentu berharap mendapat kepuasan dari media tersebut. Jika kepuasan itu didapat, tentu mereka akan terus menggunakan media tersebut dan terus mengonsumsi isi media tersebut. Setelah menggunakan media tersebut berkali-kali maka nantinya akan timbul hubungan antara pengguna dengan media tersebut. Apabila yang timbul itu rasa puas, maka dapat dibilang antar keduanya terjalin hubungan yang positif. Sebaliknya, apabila pengguna tersebut merasa tidak puas karena tidak mendapatkan kepuasan akan kebutuhan dan keinginannya dapat dibilang hubungan yang negatif.

Konsep Persepsi dalam penelitian ini terdiri dari 2 jenis persepsi yaitu Persepsi terhadap Manusia dan Persepsi terhadap non manusia (Obyek). (Mulyana, 2004). Persepsi seseorang bisa menjadi berbeda satu dengan yang lain berdasarkan tingkat pengetahuan dan pengertian seseorang mengenai suatu hal. Ketika muncul sebuah pendapat yang dikemukakan oleh seseorang, maka pasti ada persepsi yang mendahului. Persepsi terhadap non manusia dalam program Galeri Sport

Trans 7 segmen Galeri Sepak Bola Indonesia meliputi:

1. Persepsi terhadap tema atau materi acara bertujuan untuk mengetahui apakah tema acara yang disampaikan dalam acara Galeri Sport Trans 7 dapat memberikan informasi.
2. Persepsi terhadap waktu penayangan bertujuan untuk mengetahui waktu penayangan Galeri *Sport* Trans 7 pada hari sabtu pukul 12.30-13,30 WIB
3. Persepsi terhadap *setting* acara, bertujuan untuk mengetahui *setting* acara yang meliputi: *backsound*, *background* lokasi dalam program Galeri *Sport* Trans7.

Persepsi terhadap manusia dalam program sport news magazine dapat dilihat dari segi daya Tarik program Galeri Sport Trans 7 yang meliputi:

Persepsi terhadap *host* atau pembawa acara yang ditampilkan, Persepsi terhadap isi informasi yang diberikan, Persepsi terhadap *narrator*/*narasumber* yang dihadirkan dan Persepsi terhadap atlet yang diangkat *profile* nya pada program ini

Teori *Uses & Effect* berasumsi bahwa isi media dan karakteristik media akan menimbulkan suatu efek pada khalayak atau pemirsa. Sementara penggunaan media akan menimbulkan suatu konsekuensi pada khalayak. Keduanya akan menghasilkan *consequence*, yang dalam penelitian ini adalah persepsi

penonton terhadap perkembangan sepakbola Indonesia. Terkait dengan penelitian ini, teori ini sangat penting untuk mengetahui ada atau tidaknya efek atau pengaruh terhadap persepsi penonton tentang persepakbolaan di Indonesia setelah menonton program Galeri Sport di Trans 7 segmen Galeri Sepakbola Indonesia.

Oleh sebab itu hipotesis penelitian dari penelitian ini adalah diduga ada pengaruh program olahraga Galeri Sport terhadap persepsi Penonton tentang persepakbolaan di Indonesia. Hipotesis ini diformulasikan sebagai berikut:

Ha₁: Diduga ada pengaruh pada program olahraga Galeri Sport terhadap persepsi Penonton tentang persepakbolaan di Indonesia.

Ho₁: Diduga tidak ada pengaruh pada program olahraga Galeri Sport terhadap persepsi Penonton tentang persepakbolaan di Indonesia.

Ho₂: Diduga tidak ada pengaruh penggunaan media terhadap program olahraga Galeri Sport terhadap persepsi Penonton tentang persepakbolaan di Indonesia

Ha₂: Diduga ada pengaruh penggunaan media terhadap program olahraga Galeri Sport terhadap persepsi Penonton tentang persepakbolaan di Indonesia.

Dari hipotesis penelitian maka akan diformulasikan ke hipotesis statistik yaitu sebagai berikut:

$$Ha_1 = R^2X_1Y > 0$$

$$Ho_1 = R^2X_1Y < 0 \text{ atau } R^2X_1Y = 0$$

$$Ha_2 = R^2X_2Y > 0$$

$$Ho_2 = R^2X_2Y < 0 \text{ atau } R^2X_2Y = 0$$

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme, pendekatan kuantitatif dan metode survey dengan strategi eksplanatif (Neuman, 2014).

Populasi dalam penelitian ini adalah penonton program Galeri Sport Trans 7 yang mengacu pada data riset AGB Nielsen periode Mei-Juni 2019 sebanyak 49,660,006 penonton, dari 11 kota dengan rata-rata 393,007 orang. Penonton program ini didominasi oleh laki-laki dan perempuan usia 10-14 tahun, 40-49 tahun dan 50 tahun keatas dari kelas sosia atas.

Sampel dari penelitian ini dihitung dengan rumus Taro Yamane (Riduwan, 2013) dengan *sampling error* sebesar 10% menghasilkan jumlah sampel sebanyak 99,99 orang yang kemudian dibulatkan menjadi 100 orang sampel.

Teknik Pengambilan sampel menggunakan *Probability Sampling* dengan teknik Sample Acak Sederhanan (*Simple Random Sampling*). (Sugiyono, 2012). Teknik pengumpulan data melalui *online* dengan aplikasi google form yang disediakan oleh Google. Kuesioner

merupakan kuesioner tertutup dengan pilihan jawaban berdasarkan Likert (Sugiyono, 2012).

Cara penyebaran kuesioner dengan menyebarkan *link* kuesioner pada *follower* akun instagram @Galerisport_t7 di mana mula-mula dilakukan satu kali scroll dari daftar *follower* yang ada pada akun Instagram @Galerisport_t7 begitu berhenti, maka nama yang muncul diurutkan paling atas diberi *link* kuesioner. Demikian selanjutnya dilakukan hal yang sama hingga mendapatkan sejumlah 100 orang. Semua akun yang sudah dikirim *link* kuesioner dicatat guna menghindari duplikasi dalam pengiriman *link* berikutnya. Penulis juga menunggu hingga 3 (tiga) hari jika respon belum 100 orang, maka dilakukan lagi pengocokan menggunakan *scrolling* seperti dijelaskan di atas, namun yang sudah dikirim tidak lagi dikirim.

Penelitian ini menggunakan beberapa konsep yang terdiri dari, *Magazine*, Penggunaan media serta Persepsi. Dari ketiga konsep ini dioperasionalisasi sebagai berikut:

1. Konsep *Magazine* menjadi variabel Program olahraga “Galeri Sport” Trans 7 (X_1), Variabel X_1 dioperasionalisasi menjadi tiga dimensi yaitu dimensi Hasil Pertandingan, Pembahasan timnas/klub dan Profil pemain nasional.
2. Konsep Penggunaan Media menjadi variabel Penggunaan Media (X_2). Variabel X_2 dioperasionalisasi menjadi 2 dimensi yaitu, dimensi Hubungan dengan media dan dimensi Jumlah waktu.
3. Konsep Persepsi menjadi variabel Persepsi Penonton (Y). Variabel ini dioperasionalisasi menjadi 2 dimensi yaitu, dimensi Persepsi terhadap manusia dan dimensi persepsi terhadap objek. Setelah dioperasionalisasi menjadi dimensi, dimensi Persepsi terhadap objek dioperasionalisasi menjadi sub dimensi Hasil pertandingan dan sub dimensi pembahasan timnas/klub. Sementara dimensi Persepsi terhadap manusia dioperasionalisasi menjadi sub dimensi profil pemain nasional, Kemudian seluruh dimensi pada variabel X_1 dan X_2 langsung dioperasionalisasi menjadi indikator, sementara untuk variabel Y dari sub dimensi dioperasionalisasi menjadi indikator.

Untuk memperlihatkan bahwa penelitian ini dapat dipercaya digunakan penghitungan reliabilitas dan validitas. Dimana untuk memastikan bahwa instrument penelitian yang digunakan reliabel digunakan nilai Alpha Cronbach (α Cronbach) dengan nilai lebih besar dari 0,6 (α Cronbach > 0.6) (Bryman,

2012) Hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Reliabilitas Penelitian

Dimensi	Nilai α Cronbach
Variabel X ₁ Dimensi Hasil Pertandingan	0.755
Variabel X ₁ Dimensi Timnas/Klub	0.914
Variabel X ₁ Dimensi Profil Pemain Nasional	0.856
Variabel X ₂ Dimensi Jumlah waktu	0.889
Variabel X ₂ Dimensi Hubungan dengan Media	0.931
Variabel Y Dimensi Persepsi Terhadap Manusia	0.921
Variabel Y Dimensi Persepsi Terhadap Obyek	0.935

Dari hasil penghitungan reliabilitas yang tertera dalam Tabel 1, terlihat bahwa semua indikator dalam seluruh dimensi adalah reliabel karena nilai α Cronbach berada di atas 0.6

Adapun selain menghitung reliabilitas, juga dilakukan penghitungan validitas dengan menggunakan analisis faktor untuk ketiga variabel dengan melihat nilai Kaiser Meyer Olkin (KMO) yang minimal sebesar 0.5 dengan signifikansi sebesar maksimal 0.05 (Singarimbun & Effendi, 2006). Hasilnya ada dalam Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2
Validitas Penelitian

Variabel	Nilai KMO	Signifikansi
----------	-----------	--------------

Program Olah Raga "Galeri Sport" (X ₁)	0.831	0.000
Penggunaan Media (X ₂)	0.825	0.000
Persepsi Penonton (Y)	0.918	0.000

Dari tabel 2 di atas dapat disimpulkan bahwa validitas ketiga variabel dalam penelitian ini adalah valid, sehingga seluruh indikator dapat digunakan untuk penghitungan lanjutan dan analisis hasil penelitian.

4. Hasil dan Pembahasan

Dari 100 responden yang didapatkan, jenis kelamin dari responden adalah 19 orang perempuan (19%) dan 81 orang laki-laki (81%). Dari usia terbanyak adalah berusia 21 hingga 29 tahun yaitu berjumlah 62 orang atau 62%. Sementara yang berusia 14-24 tahun terdapat 26 orang atau 26%, 30-40 tahun berjumlah 9 orang atau 9%, 41-50 orang berjumlah 2 orang atau 2% dan di atas 50 tahun berjumlah 1 orang. Domisili dari responden mayoritas berdomisili di Jakarta Timur yaitu sebanyak 57 orang (57%), kemudian di daerah Bodetabek sebanyak 17 orang (17%), di Luar Jabodetabek sebanyak 15 orang (15%), Jakarta Selatan 8 orang (8%), Jakarta Barat 2 orang (2%), dan Jakarta Pusat sebanyak 1 orang (1%). Sementara tidak ada responden yang berdomisili di Jakarta Utara dan Kepulauan Seribu

Dari seratus responden kebanyakan memiliki profesi sebagai karyawan atau pegawai sebanyak 49 orang (49%), setelah itu yang berprofesi sebagai mahasiswa sebanyak 23 orang (23%), profesi sebagai wiraswasta/pengusaha sebanyak 15 orang (15%) dan berprofesi sebagai pelajar sebanyak 13 orang (13%). Sementara itu, tidak ada responden yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga dan lainnya.

Setiap responden memiliki pengeluaran per bulan, yang paling banyak dalam pengeluaran per bulan Rp. 2.000.001 – Rp. 3.000.000 sebanyak 29 orang (29%), sementara itu, yang pengeluaran per bulannya > Rp. 3.000.000 sebanyak 23 orang (23%) dan yang pengeluaran per bulannya Rp. 1.000.001 – Rp. 2.000.000, serta Rp. 500.001 – Rp. 1.000.000 dan < Rp. 500.000 jumlahnya masing-masing 16 orang (16%)

Dari hasil penelitian Univariat dari tujuh dimensi dari tiga variabel, dapat diketahui bahwa tingkat persetujuan tertinggi dari semua dimensi yaitu ada pada dimensi *Pembahasan Timnas/Klub* dari variabel X_1 yaitu sebesar 448 (89,6%) yang berarti tingkat persetujuan responden berada di tingkat sangat kuat. Sementara itu tingkat persetujuan yang terendah ada pada dimensi *Hubungan dengan media* dari variabel X_2 , yaitu memiliki nilai rata-rata 360 (72%)

yang berarti tingkat persetujuan responden ditingkat Kuat. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tingkat persetujuan responden pada oilihan jawaban yang disediakan oleh peneliti berada pada level Kuat menuju Sangat Kuat.

Pada analisis bivariat, pengaruh Program Olah Raga “Galeri Sport: di Trans 7 terhadap Persepsi Penonton adalah signifikan karena nilai R^2 adalah 0,666 (66,6%) atau di atas 50%. Sementara tingkat hubungan antara variabel X_1 dan Y adalah sangat kuat karena nilai R nya 0,816 (81,6%). Hal ini dapat dilihat dari tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3
Pengaruh Program Olahraga Galeri Sport Trans 7 (X_1) Terhadap Persepsi Penonton (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.816 ^a	.666	.663	.348

a. Predictors: (Constant), Program Olahraga Galeri Sport Trans 7 (X_1)

Sementara pengaruh Penggunaan Media (X_2) terhadap Persepsi Penonton (Y) adalah juga **signifikan** karena nilai R^2 sebesar 0.533 (53.3%), dan tingkat hubungannya adalah sebesar 0.730 (73%) yang artinya hubunganantara kedua variabel ini **kuat**. Hal ini dapat dilihat dari Tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4
Pengaruh Penggunaan Media (X_2) terhadap Persepsi Penonton (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 ^a	.533	.529	.412

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media (X₂)

Untuk lebih mengetahui seberapa besar pengaruh program terhadap persepsi penonton, juga sebagai upaya mengaitkan teori *Uses and Effect* dengan hasil penelitian, dilakukan penghitungan regresi linear berganda. Dimana hasilnya adalah pengaruh Program “Galeri Sport” lebih besar lagi yaitu sangat signifikan karena nilai Adjusted R² adalah 0.711 (71,1%) demikian juga dengan hubungan antara ketiga variabel adalah juga meningkat menjadi sangat kuat karena nilai R adalah 0,847 (84,7%). Hasilnya dapat dilihat pada Tabel 5

Tabel 5
Pengaruh Program Olahraga Galeri Sport Trans 7 (X₁) dan Penggunaan Media (X₂) terhadap Persepsi Penonton

Tabel 4.40
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.847 ^a	.717	.711	.322

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media (X₂), Program Olahraga Galeri Sport Trans 7 (X₁)

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahawa penerapan teori *Uses and Effect* sudah tepat karena tampak pada saat penghitungan bivariat dari variabel X₁ dan X₂ nilai pengaruhnya (R²) terhadap variabel Y lebih kecil dari nilai pengaruh ketika kedua variabel

X₁ dan X₂ secara bersama-sama memengaruhi variabel Y. Hal ini sesuai dengan asumsi teori ini yaitu isi media akan menghasilkan efek dan penggunaan media akan menghasilkan konsekuensi, dan keduanya kan menghasilkan konsekuensi (*consequence*). Ketika Program Galeri Sport (X₁) dianggap penonton sebagai program yang menarik dan berguna bagi mereka maka efeknya adalah mereka akan menonton terus. Hal ini akan menyebabkan peningkatan dari penggunaan media (X₂) yang mana akan menimbulkan konsekuensi berupa meningkatnya frekuensi, durasi, dan intensitas penonton dalam menonton program ini, juga akan membuat mereka makin loyal dan selalu berhubungan dengan program ini melalui Instagram, Twitter, dan YouTube yang dimiliki oleh program ini. Hal ini akan menyiptakan Persepsi Penonton (Y) tentang Program ini.

5. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa Program olahraga “Galeri Sport” Trans 7 memiliki pengaruh terhadap kemunculan Persepsi Penonton tentang dunia sepakbolaan di Indonesia. Pengaruhnya sangat signifikan.

Dari hasil penelitian Univariat dari beberapa dimensi mengenai Variabel program olahraga “Galeri

Sport” Trans 7 (X_1), Penggunaan Media (X_2) terhadap Persepsi Penonton (Y) dapat diketahui bahwa tingkat persetujuan tertinggi dari semua dimensi yaitu dimensi *Pembahasan Timnas/Klub* memiliki nilai rata-rata tertinggi 448 bahwa tingkat persetujuan responden berada di tingkat sangat setuju dan terendah terletak pada Dimensi *Hubungan dengan media* memiliki nilai rata-rata terendah 360 bahwa tingkat persetujuan responden berada ditingkat setuju. Sedangkan Pada hasil analisis Bivariat, pada regresi linear sederhana antara program olahraga “Galeri Sport” Trans 7 (X_1) dan variabel Persepsi penonton (Y), menunjukkan nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,816 yang berarti terdapat hubungan yang sangat kuat antara , sementara pengaruhnya dari nilai R^2 (R Square) atau disebut sebagai *koefisien* Determinasi menunjukkan nilai sebesar 66,6% yang artinya terdapat pengaruh sebesar 0,847. Sementara nilai *Adjusted R Square (Adjusted R^2)* menunjukkan nilai sebesar 71,1% yang menandakan terdapat pengaruh yang sangat signifikan dari variabel program olahraga “Galeri Sport” Trans 7 (X_1) dan Penggunaan media (X_2) terhadap variabel Persepsi penonton (Y) karena nilai *Adjusted R^2* lebih dari 50%.

Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan kesimpulan yang telah dikemukakan,

variabel program olahraga “Galeri Sport Trans 7” (X_1) terhadap variabel Persepsi penonton (Y) adalah signifikan, karena nilai R^2 lebih dari 50%. Pada penghitungan regresi linear sederhana antara variabel Penggunaan media (X_2) dan variabel Persepsi penonton (Y) dengan menunjukkan hubungan yang kuat, karena nilai R (Koefisien Korelasi) sebesar 0,730%. Sedangkan nilai R^2 (R Square) nya sebesar 53,3% yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel program olahraga Galeri Sport Trans 7 (X_1) terhadap variabel Persepsi penonton (Y), karena nilai R^2 lebih dari 50%. Jika 2 variabel X digabungkan yaitu variabel program olahraga “Galeri Sport” Trans 7 (X_1) dan Penggunaan media (X_2) terhadap Persepsi Penonton tentang Dunia Persepakbolaan Indonesia dihitung dengan regresi linear berganda, memiliki hubungan yang sangat kuat karena nilai R (koefisien korelasi) maka ada beberapa saran yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Galeri Sport dapat lebih meningkatkan kualitas programnya, mulai dari tingkat kualitas konsep programnya yang lebih menarik dari program olahraga lainnya/
2. Menambah durasi tayangan dan lebih mempertajam informasi tentang sepakbola Indonesianya pada segmen Galeri Sepakbola Indonesia, Hal ini karena di Indonesia olahraga yang paling banyak diminati masyarakat adalah sepakbola.

3. Akun Instagram Galeri Sport juga harus lebih interaktif, utamanya dalam membalas komentar yang merupakan saran maupun pertanyaan dari *follower* yang merupakan penonton setia program ini, agar hubungan dengan penonton setia bisa lebih harmonis sehingga akan meningkatkan loyalitas. Bagi Trans 7, agar secara rutin mengunggah tayangan program “Galeri sport” ke channel sport” ke channel YouTube setiap minggunya, agar penonton yang tidak sempat menonton pada televisi dapat menontonnya di YouTube. Hal ini akan menimbulkan kepuasan dan meningkatkan loyalitas penonton.

Daftar Pustaka

- Ardhita, F. (2016). *Pengaruh Program Acara Olahraga terhadap keputusan konsumen untuk menonton siaran televisi di Provinsi Lampung: Program Acara Djarum Indonesia Super League*. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Bastian, Y. T. (2011). Pengaruh Persepsi mengenai Partisipasi Masyarakat dan Infrastruktur terhadap Pengembangan Industri Kepariwisata di Kabupaten Tangerang. *Publika Vol 3 No. 01*, 31-45.
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods 4th Edition*. New York: Oxford University Press.
- Darwanto. (2007). *Televisi sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mulyana, D. (2004). *Ilmu Komunikasi: suatau Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan, M. (2008). *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Mulyana, D. (2004). *Ilmu Komunikasi: suatau Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Naratama. (2004). *Menjadi Sutradara Televisi: Dengan Single dan Multi camera*. Jakarta: PT Grasindo.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Method: Qualitative and Quantitative Approaches 7th Edition*. Essex: Pearson Education
- Morissan, M. (2008). *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Santoso, B. (2018, November 8). *Kenapa Sepak Bola Olahraga Paling Favorit di Muka Bumi?* Retrieved from TribunJateng.com: <https://jateng.tribunnews.com/2018/11/08/kenapa-sepak-bola-olahraga-paling-favorit-di-muka-bumi?page=2>

- Galeri Sport Trans 7*. (2020). Retrieved from Trans7.co.id: <https://www.trans7.co.id/programs/galeri-sport>
- Darwanto. (2007). *Televisi sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi umum*. Yogyakarta: CV Andi.
- Mulyana, D. (2004). *Ilmu Komunikasi: sebuah Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugianto, G. E., Mingkid, E., & Kalesaran, E. R. (2017). Persepsi Mahasiswa Pada Film "Senjakala di Manado". *e-journal Acta Diurna* Volume VI. No. 1., 1-16.
- Ardhita, F. (2016). *Pengaruh Program Acara Olahraga terhadap keputusan konsumen untuk menonton siaran televisi di Provinsi Lampung: Program Acara Djarum Indonesia Super League*. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Bastian, Y. T. (2011). Pengaruh Persepsi mengenai Partisipasi Masyarakat dan Infrastruktur terhadap Pengembangan Industri Kepariwisata di Kabupaten Tangerang. *Publika Vol 3 No. 01*, 31-45.
- Windhal, S., Signitzer, B., & Olson, J. T. (1992). *Using Communication Theory: On Introducing To Planned Communication*. London: Sage Publication.
- Naratama. (2004). *Menjadi Sutradara Televisi: Dengan Single dan Multi camera*. Jakarta: PT Grasindo.
- Sendjaja, S. D. (1999). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Method: Qualitative and Quantitative Approaches 7th Edition*. Essex: Pearson Education.
- Riduwan. (2013). *Metode Dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods 4th Edition*. New York: Oxford University Press.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2006). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT. Pustaka LP3S, Jakarta.
- Wardjito, A. (2018). Pengaruh Program 86 Net TV Terhadap Sikap Penonton. *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 1 No. 1*, 45-56.