

PENGARUH PRESENTER PROGRAM “RUMPI (NO SECRET)” DI TRANS TV TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT

Defika Aryani¹, Ebnu Yufriadi²

¹*Ilmu Komunikasi, STIKOM Interstudi
Jl Wijaya II No 62 Jakarta 12160
defikaaryani51@gmail.com*

²*Ilmu Komunikasi, STIKOM Interstudi
Jl Wijaya II No 62 Jakarta 12160
ebnu.yufriadi@gmail.com*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada dan seberapa besar pengaruh antara Presenter Rumpi (*No Secret*) di Trans TV terhadap persepsi masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh presenter program rumpi (*no secret*) di trans tv terhadap persepsi masyarakat RT 018 desa pasirangin kecamatan cileungsi Jawa Barat. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Social Judgement Theory. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dengan analisis eksplanatif. Pengambilan sampel ini menggunakan non probability sampling dengan menggunakan jenis convenience sampling, yaitu penetapan sampel berdasarkan kemudahan-kemudahan bagi peneliti. Acara ini mengusung tagline “*No Secret*” sebagai representasi dimana acara ini akan mengungkap dan mengkonfirmasi bintang tamu mengenai suatu masalah hingga tuntas. program “Rumpi (*No Secret*)” sendiri tayang setiap hari senin – jumat pukul 16.00 WIB. Data-data di dalam penelitian ini diolah dengan menggunakan system package social science (SPSS). penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel Presenter Rumpi (*No Secret*) (X) dan Persepsi Masyarakat (Y). Data yang diperoleh dalam bentuk skala likert yang selanjutnya dibuat skoring. Berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang diperoleh dalam penelitian, ditemukan bahwa Pengaruh Presenter Program Rumpi (*No Secret*) di Trans TV Terhadap Persepsi Masyarakat memiliki hubungan yang kuat serta pengaruh yang cukup signifikan terhadap persepsi masyarakat.

Kata Kunci: Pengaruh, Presenter, Persepsi, Social Judgement Theory.

Abstract. *This study attempts to ascertain whether there are and how much influence between presenter rumpi (no secret) in trans tv to the public perception The purpose of this study was to determine the effect of presenter program rumpi (no secret) in trans tv against public perception RT 018 pasirangin village cileungsi in west java. the theory used in this research is social judgement theory. This study used a quantitative approach by distributing questionnaire to respondents eksplanatory analysis. It uses the sample collection non probability sampling by using the convenience of sampling, the sampling based on ease of facilities for research. The show is pitching a tagline “no secret” as representatives of where the show will uncover and confirm a guest star on an issue to its conclusion. The program “rumpi (no secret)” on air every Monday-friday at 16.00. WIB.. Data in this research mixed with use a computerized system, that is by using system package social science (spss). This research consisting of two variables, variable presenter rumpi (no secret) (x) and perceptions of (y). The data collected in the form of scales likert which later made skoring. Based on the results of the analysis and interpretation of the data obtained in*

research , found that the impact of the presenter rumpi (no secret) in trans tv against public perceptions had strong ties and a fairly significant effect on the public perception .

Key Word: Effect, Presenter, Perception, Social Judgement Theory

PENDAHULUAN

Salah satu program unggulan yang disiarkan sejak lama adalah program *Talk Show*. Program acara *Talk Show* adalah suatu program televisi yang dapat menampilkan seseorang atau beberapa orang sebagai narasumber untuk dapat membahas topik tertentu yang akan dipandu atau dibawakan oleh seorang pembawa acara (*Host*). Para artis yang diundang ke dalam acara tersebut yaitu seseorang yang memiliki pengalaman langsung dengan semua peristiwa-peristiwa ataupun masalah yang tengah diperbincangkan dan para narasumber yang ahli dalam masalah yang sedang dibahas (Morissan, 2009:212).

Program “Rumpi (*No Secret*)” adalah sebuah program yang ditayangkan di Trans TV. Tayang setiap hari Senin – Jumat pukul 16.00 WIB. Program yang bergenre *Talk Show* ini mengangkat tema *Lifestyle* dan gosip yang tayang di trans TV dengan tema yang berbeda-beda dan dipandu oleh *Host* Feny Rose. Program ini selalu membahas topik hangat mengenai *Public Figure* yang sedang menjadi perbincangan maupun membahas kasus-kasus hangat hingga gaya hidup *Glamour* artis yang menjadi sorotan publik dan akan dikupas secara rinci dengan gaya bicara Feny Rose yang suka bersilatlidah dan memunculkan pertanyaan yang tajam. Acara ini

mengusung tagline “*No Secret*” sebagai representasi di mana acara ini akan mengungkap dan mengkonfirmasi bintang tamu mengenai suatu masalah hingga tuntas.

Program ini menampilkan gaya yang berbeda dibanding program lainnya, keunikan lain dari program ini dibanding dengan program lainnya yaitu pembawaan *presenter* yang bergaya santai dan menggelitik dimana pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan terasa mewakili pertanyaan yang ada di benak penontonnya. Selain itu *presenter* nya mampu mengolah kalimat-kalimat pertanyaan yang berani sehingga dapat menguak tuntas rahasia dari bintang tamunya. Program Rumpi (*No Secret*) bersama Feny Rose yang tayang setiap hari Senin – Jumat pukul 16.00 WIB ini juga akan membahas segala hal permasalahan artis.

Dunia para selebritis tidak lepas dari program acara infotainment yakni Rumpi (*No Secret*), program tersebut membahas dan mengupas tuntas segala permasalahan artis, idola maupun selebritis indonesia, tetapi dengan pembawaan yang berbeda. Para selebritis yang bersangkutan pasti akan diundang ke acara tersebut untuk membahas kisah mereka secara terbuka tanpa ada yang ditutup-tutupi. Serta menghadirkan orang yang terdekat dari para artis-artis tersebut dengan tujuan melakukan

klarifikasi agar kabar yang belum tentu kebenarannya beredar di publik menjadi terbukti kebenarannya. Diadakan pula tantangan untuk mendorong artis agar mengakui segala hal yang menyangkut dirinya tersebut mitos atau fakta. Dengan pembawaan Feny Rose yang khas selalu membuat acara ini menjadi digemari pemirsa Trans TV. Program ini selalu up to date dengan gosip yang terbaru dari setiap selebriti di Indonesia dan sudah tidak diragukan lagi. Program Rumpi (No Secret) ditayangkan Senin sampai Jumat pukul 16.00 WIB di stasiun tv nasional Trans TV. (<http://www.transtv.co.id>).

Acara program Talk Show “Rumpi No Secret” di TRANS TV dipandu oleh presenter Feni Rose. Presenter tersebut memiliki karakter berbeda dan gaya yang unik, serta dapat membuat gelak tawa penonton dan dapat menimbulkan ketegangan di setiap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada narasumber dan mampu membuat para narasumber merasa nyaman. Serta mampu membuat suasana di dalam studio menjadi sangat santai dan sedikit tegang serta mampu menjadikan acara tersebut menarik dan dapat membuat penonton penasaran di setiap menit segmennya. Gaya bahasa yang digunakan pada program talk show tersebut berbeda dengan gaya bahasa yang biasa digunakan di acara program yang sebelumnya dipandu oleh Feny Rose. (Kurniawan, 2019)

Setiap acara program televisi yang ditayangkan selalu memiliki maksud dan

tujuan yang pasti ingin disampaikan kepada pemirsanya. Acara “Rumpi (No Secret)” memiliki tujuan untuk memberi hiburan kepada masyarakat atau penonton yang kerap membicarakan hal tabu.

Persepsi menonton sebuah program acara dapat timbul disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya faktor dorongan dalam diri pemirsa seperti menyukai presenter yang ditampilkan dalam program tersebut, juga faktor motif sosial di mana pemirsa menimbulkan persepsi menonton sebuah program. yang terakhir faktor emosional, karena pemirsa merasa program tersebut dapat memberikan informasi yang sedang hangat dibicarakan oleh masyarakat.

Oleh karena itu, para *Presenter* peran yang sangat penting di dalam suatu program yang dibawakan. Beberapa penelitian terdahulu telah berhasil membuktikan bahwa televisi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh (Kurniawan, 2019) “pengaruh gaya komunikasi presenter talkshow “rumpi no secret” di trans tv terhadap *audience satisfaction*, menunjukkan bahwa nilai R Square (R^2) variabel X dan Y sebesar 0,573 dibaca dalam koefisien determinasi yaitu sebesar 57,3% yang artinya pengaruh program acara terhadap tingkat pengetahuan sebesar 57,3%, sementara 43,7% lainnya merupakan kontribusi

dari faktor penelitian lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti membuat perumusan masalah penelitian yaitu, **apakah terdapat pengaruh presenter program Rumpi (No Secret) di Trans TV terhadap persepsi masyarakat?**

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi massa/ Televisi

Komunikasi massa ditujukan untuk massa, dapat terjadi namun tidak berarti saat khalayak maupun semua orang yang membaca dan menonton. (Nurudin, 2013: 11-12).

Bagian dari media atau wahana komunikasi massa, dapat diartikan sebagai surat kabar, dan secara luas diartikan sebagai media pemberitahuan, media cetak dan berbagai media elektronik, salah satunya televisi yang dapat menjangkau masyarakat luas disebut dalam Media Massa. (Bungin, 2010). dari definisi media massa tersebut maka peneliti mengambil bentuk media massa Televisi, dari seluruh media komunikasi yang ada di Indonesia televisi lah yang paling berpengaruh dalam kehidupan manusia. fungsi televisi yang lebih dominan pada umumnya khalayak memiliki tujuan utama untuk menonton televisi adalah memperoleh hiburan dan memperoleh informasi. (Elvinaro, Lukiat dan Karlinah, 2007: 103-143).

Media massa yang disebut televisi saat ini sudah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Sudah banyak sekali orang yang rela menghabiskan waktunya berlama-lama di depan pesawat televisi dibandingkan dengan waktu yang dapat digunakan untuk mengobrol dengan keluarga maupun pasangan mereka. Menurut pendapat khalayak televisi dapat dijadikan teman, Televisi memperlihatkan suatu kehidupan serta mampu memberikan ide-ide mengenai bagaimana kita harus menjalani hidup ini. dapat disimpulkan televisi menjadi salah satu media yang mampu memasuki kehidupan kita. (Morissan, 2005: 1-3).

Selanjutnya peneliti menggunakan format acara televisi non fiksi atau non drama, bukan rangkaian cerita fiksi dari para pelakunya, untuk itu format acara program non drama atau non fiksi merupakan sebuah rangkaian pertunjukkan kreatif yang sangat mengutamakan unsur hiburan yang dipenuhi oleh gaya dan musik. salah satunya yaitu program Talkshow, program ini ditampilkan dalam bentuk sajian yang menegangkan pembicaraan seseorang mengenai suatu hal yang menarik yang sedang hangat dibicarakan masyarakat. (Fred Wibowo, 2007: 67)

Jenis program talkshow yang digunakan pada penelitian ini yaitu program panel diskusi, program yang mampu memperkaya wawasan penonton akan permasalahan tersebut, akan tetapi tetap

saja program acara tersebut tidak akan menarik jika tidak melakukan upaya untuk membuat acara program tersebut menjadi menarik. kunci utama untuk kesuksesan acara televisi adalah kemampuan pembawa acara, hal ini menjadikan presenter harus mengendalikan serta menjaga pembicaraan tersebut agar tetap menarik. tentu saja pemilihan topik acara dan pemilihan seorang tokoh yang saling bertatap muka di dalam acara tersebut akan menjadi perdebatan yang sangat menarik. Di dalam program acara ini seleb yang diundang dipersilahkan untuk dapat saling mengemukakan pendapat, dan seorang pembawa acara bertindak sebagai moderator juga bisa memberikan pendapat atau membagi pembicaraan. (Fred Wibowo, 2007: 67-82)

Presenter ialah seseorang yang melakukan pekerjaan dengan mengandalkan suara dan kemampuan berbahasa mereka dilengkapi dengan keterampilan untuk membawakan suatu acara. (Fred Wibowo, 2007: 124). jenis presenter, *Continuity Presenter*, *Host*, *Anchor*. Peneliti memilih host karena program rumpi no secret di Trans Tv masuk kedalam jenis host dimana presenter memiliki karakter, penampilan yang baik, kecerdasan, keramahan, memiliki warna suara/ jenis suara yang baik serta memegang suatu acara dan memiliki peran penting dalam sebuah program.

Persepsi untuk mendapatkan pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh

untuk menyimpulkan informasi dan mengartikan pesan. (Rakhmat, 2012: 50). Adapun sifat persepsi yang diambil oleh peneliti, persepsi berdasarkan pengalaman, Persepsi bersifat selektif, Persepsi bersifat dugaan, Persepsi bersifat evaluatif.

Teori Social Judgement

Didalam penelitian ini peneliti menggunakan teori *Social Judgement Theory*, teori ini memberikan suatu perhatian bagaimana seseorang memberikan penilaian mengenai segala pernyataan yang telah didengarnya. (Morissan, 2015). Untuk melakukan penelitian penilaian sosial ini, beberapa responden dimintai untuk memberikan pendapat terhadap beberapa pernyataan mengenai berbagai topik acara, rentang penerimaan atau penolakan seseorang terhadap suatu isu dapat dipengaruhi oleh suatu variabel yang penting karena adanya keterlibatan ego. Teori penilaian sosial ini menyatakan pesan yang berada di dalam wilayah penerimaan akan mendapatkan dorongan untuk perubahan sikap. argumen yang ada dalam suatu wilayah penerimaan mampu membujuk dibandingkan dengan argumen yang berada diluar wilayah penerimaan. Jika dapat menilai suatu argumen atau pesan yang masuk didalam suatu wilayah penolakan, maka perubahan sikap jelas akan berkurang bahkan dinyatakan tidak ada. Pernyataan atau argumen yang berbeda jauh dengan sikap kemungkinan akan dapat menyebabkan perubahan

sikap di bandingkan dengan argumen yang tidak berbeda jauh dengan pandangan-nya sendiri selama ia berada diantara kedua wilayah tersebut. Secara umum bisa dikatakan jika ada perubahan sikap jauh lebih mudah dilakukan terhadap individu yang tidak memiliki keterlibatan ego, dibanding dengan mereka yang memiliki keterlibatan ego didalamnya. Pada penelitian ini bahwa pesan yang dikirimkan melalui program “Rumpi *no secret*” di Trans Tv kepada masyarakat, apabila masyarakat mempunyai persepsi tidak baik atau terjadi rentang penolakan kepada program tersebut maka masyarakat tidak akan dapat menerima pesan yang dikirimkan oleh program tersebut dengan baik. Begitu pula sebaliknya, jika masyarakat mempunyai persepsi yang baik atau terjadi rentang penerimaan tentang program “Rumpi *no secret*” maka masyarakat akan dapat menerima pesan yang dikirimkan oleh program tersebut. (Morissan, 2015: 79-83)

Di dalam penelitian ini memiliki beberapa konsep yang terdiri dari *Presenter*, dan Persepsi Masyarakat. Konsep Persepsi di dalam penelitian ini terdiri dari 4 jenis persepsi, yaitu: Persepsi berdasarkan pengalaman, Persepsi bersifat selektif, Persepsi bersifat dugaan, dan Persepsi bersifat evaluatif.

METODE

Desain Penelitian

Paradigma penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah Positivistik. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif Pendekatan kuantitatif digunakan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, yaitu antara pengaruh *presenter* program Rumpi *no secret* di Trans Tv terhadap persepsi masyarakat. (Kriyantono, 2010: 55). Dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan jenis penelitian eksplanatif yaitu merupakan penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan suatu hubungan dan mencari suatu sebab dan akibat diantara dua variabel atau lebih variabel yang ingin diteliti. Penelitian ini sangat membutuhkan suatu definisi konsep, kerangka konseptual serta kerangka teori. Sehingga penelitian ini perlu untuk melakukan kegiatan-kegiatan berteori sehingga menghasilkan dugaan awal (hipotesis) antara variabel yang satu dengan variabel yang lain. lalu objek penelitiannya yaitu pembawa acara *talkshow* “Rumpi *no secret*” yang ditayangkan di Trans Tv dan persepsi masyarakat, yang menjadi respondennya adalah orang-orang yang menonton program Rumpi *no secret* yang datanya didapat dari Nielsen Indonesia

Peneliti menggunakan Metode Survei didalam penelitian ini. Metode Survei dapat diartikan sebagai Metode riset yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen untuk pengumpulan data.

dengan tujuan untuk mendapatkan sebuah informasi tentang beberapa responden yang telah dianggap dapat mewakili populasi tertentu. Di dalam survei ini proses-proses pengumpulan data dan analisis data sosial dapat sangat

tersusun serta detail menggunakan lembar kuesioner sebagai instrument utama guna untuk mendapatkan sebuah info dari beberapa responden yang telah diasumsikan mewakili populasi secara spesifik.

Tabel 1. Operasional Konsep

Varia bel	Dimen si	Sub Dimens i	Indikator
Prese nter (X)	Penamp ilan	Watak	Rentang Penerimaan 1. Penonton menyukai gaya bicara <i>Presenter</i> program Rumpi (<i>No Secret</i>) karena pembawaannya yang santai. 2. Penonton menyukai <i>Presenter</i> program Rumpi (<i>No Secret</i>) karena keramahan <i>Presenter</i> nya. 3. Penonton menyukai <i>Presenter</i> program Rumpi (<i>No Secret</i>) karena selalu menjaga komunikasi yang baik dengan penonton.
			Rentang Penolakan 4. Penonton tidak suka dengan <i>Presenter</i> yang bertingkah laku berlebihan (<i>Over Acting</i>). 5. Penonton tidak suka dengan <i>Presenter</i> yang terlalu ingin ikut campur kehidupan pribadi selebritis. 6. Penonton tidak suka dengan <i>Presenter</i> yang centil.
	Kecerd asan Pikiran	Pengua saan Bahasa	Rentang Penerimaan 7. Penonton menyukai <i>Presenter</i> program Rumpi (<i>No Secret</i>) karena gaya bahasa yang santai. 8. Penonton menyukai <i>Presenter</i> program Rumpi (<i>No Secret</i>) karena penyampaian pesannya mudah dimengerti. 9. Penonton menyukai <i>Presenter</i> program Rumpi (<i>No Secret</i>) karena penggunaan bahasa modern.
			Rentang Penolakan 10. Penonton tidak suka dengan <i>Presenter</i> yang menggunakan bahasa yang berlebihan. 11. Penonton tidak suka dengan <i>Presenter</i> yang penyampaian pesannya terlalu berbelit-belit

Varia bel	Dimen si	Sub Dimens i	Indikator
			12. Penonton tidak suka dengan <i>Presenter</i> yang terlalu menggunakan bahasa yang modern.
	Kerama han	Sopan Santun	Rentang Penerimaan 13. Penonton menyukai <i>Presenter</i> program Rumpi (<i>No Secret</i>) karena pembawaannya yang tidak menyinggung 14. Penonton menyukai <i>Presenter</i> program Rumpi (<i>No Secret</i>) karena tidak bertingkah berlebihan 15. Penonton menyukai <i>Presenter</i> program Rumpi (<i>No Secret</i>) karena memiliki sikap sopan santun
			Rentang Penolakan 16. Penonton tidak menyukai <i>Presenter</i> yang ucapannya selalu menyinggung pemirsa 17. Penonton tidak menyukai <i>Presenter</i> yang <i>over friendly</i> atau bersikap berlebihan 18. Penonton tidak menyukai <i>Presenter</i> yang tidak memiliki sopan santun
	Jenis Suara	<i>Present er</i>	Rentang Penerimaan 19. Penonton menyukai <i>Presenter</i> program Rumpi (<i>No Secret</i>) karena memiliki suara yang enak untuk didengar. 20. Penonton menyukai <i>Presenter</i> program Rumpi (<i>No Secret</i>) karena memiliki suara yang bisa menimbulkan keyakinan. 21. penonton menyukai <i>Presenter</i> program Rumpi (<i>No Secret</i>) karena memiliki suara yang khas.
			Rentang Penolakan 22. Penonton tidak menyukai <i>Presenter</i> yang memiliki suara biasa-biasa saja 23. Penonton tidak menyukai <i>Presenter</i> yang tidak memiliki suara yang bisa menimbulkan keyakinan dan tidak berwibawa 24. penonton tidak menyukai <i>Presenter</i> yang tidak memiliki ciri khas suara.
Perse psi (Y)	Perseps i berdasa rkan	Reaksi	Rentang Penerimaan 25. Setelah menonton program Rumpi (<i>No Secret</i>) penonton memiliki harapan untuk bisa mengetahui yang sebenarnya mengenai informasi kehidupan artis

Varia bel	Dimen si	Sub Dimens i	Indikator
	pengala man		26. setelah menonton program Rumpi (<i>No Secret</i>) penonton bisa mengetahui dengan jelas yang sebenarnya terjadi tentang info-info yang beredar 27. setelah menonton program Rumpi (<i>No Secret</i>) penonton merasa jawaban-jawaban yang disampaikan oleh bintang tamu sudah sesuai dengan info yang beredar
			Rentang penolakan 28. Setelah menonton program Rumpi (<i>No Secret</i>) tidak semua penonton ingin mengetahui kehidupan artis yang sebenarnya. 29. Setelah menonton program Rumpi (<i>No Secret</i>) tidak semua penonton peduli dengan kebenaran info-info yang beredar. 30. Setelah menonton program Rumpi (<i>No Secret</i>) tidak semua penonton merasa jawaban yang telah diberikan oleh bintang tamu dapat dipercaya.
	Perseps i bersifat selektif	Faktor Psikolo gis	Rentang Penerimaan 31. Setelah menonton program Rumpi (<i>No Secret</i>) penonton berharap bisa mendapatkan informasi yang beredar mengenai bintang tamu. 32. Setelah menonton program Rumpi (<i>No Secret</i>) penonton merasa puas karena informasi yang disampaikan sudah jelas 33. setelah menonton program Rumpi (<i>No Secret</i>) penonton mengetahui perkembangan dari kabar-kabar yang beredar di luar.
			Rentang Penolakan 34. Setelah menonton program Rumpi (<i>No Secret</i>) tidak semua penonton memiliki harapan untuk mendapatkan informasi yang sebenarnya 35. Setelah menonton program Rumpi (<i>No Secret</i>) tidak semua penonton merasa puas meskipun informasi yang disampaikan sudah jelas 36. setelah menonton program Rumpi (<i>No Secret</i>) tidak semua penonton ingin mengetahui perkembangan kabar yang beredar

Varia bel	Dimen si	Sub Dimens i	Indikator
	Persepsi bersifat dugaan	Objek	Rentang Penerimaan 37. setelah menonton program Rumpi (<i>No Secret</i>) penonton jadi tahu kebenaran mengenai informasi yang beredar tentang para bintang tamu. 38. setelah menonton program Rumpi (<i>No Secret</i>) penonton mulai mengetahui masalah yang sedang dihadapi oleh bintang tamu. 39. setelah menonton program Rumpi (<i>No Secret</i>) penonton menjadi tahu bagaimana yang sebenarnya terjadi dengan bintang tamu tersebut.
			Rentang Penolakan 40. beberapa penonton hanya ingin tahu saja kebenaran mengenai informasi yang beredar mengenai bintang tamu 41. tidak semua penonton peduli dengan masalah yang sedang dihadapi oleh bintang tamu 42. tidak semua penonton ingin mengetahui masalah yang sebenarnya terjadi
	Persepsi bersifat evaluatif	Sikap	Rentang Penerimaan 43. penonton menyukai bintang tamu yang memiliki sikap sopan 44. penonton menyukai bintang tamu yang tidak bertingkah berlebihan 45. penonton tidak menyukai bintang tamu yang berbicara tidak menyinggung pihak lain
			Rentang Penolakan 46. penonton tidak menyukai bintang tamu yang tidak memiliki sikap sopan 47. penonton tidak menyukai bintang tamu yang bertingkah berlebihan 48. penonton tidak menyukai bintang tamu yang berbicara selalu menyinggung pihak lain.

Populasi yang diteliti bukan hanya orang saja tetapi juga dapat menjadi objek ataupun benda-benda alam yang lainnya.

Populasi juga bukan hanya sekedar jumlah pada manusia saja, namun yang ada pada objek/subjek yang telah

dipelajari, tapi juga meliputi seluruh karakter atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek. (Sugiono, 2011: 80)

Populasi dan Sampel: Warga Rt.018 Desa Pasirangin Kecamatan Cileungsi dan Sampel 100 orang. Populasi diambil dari data yang didapat dari Nielsen Indonesia, yaitu sebesar 471,628 pemirsa (Periode Januari – April 2018).

Dapat diketahui bahwa jumlah populasi sebesar $N = 100$ responden, dan batas kesalahan atau *Sampling Error* yang ditetapkan 10% atau dibaca 0,10. Maka peneliti memperoleh jumlah sampel (n) sebagai berikut $n = 99,97$ dibulatkan menjadi 100 responden. Peneliti menggunakan rumus Taro Yamane karena populasi yang diambil sangat besar, dan peneliti memiliki keterbatasan untuk menjangkau seluruh populasi sehingga hasil penelitian berhasil diperoleh dari sampel dan dapat digeneralisasikan pada populasi. (Rakhmat, 2014 hal. 82).

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan yakni data primer dan data sekunder. dimana data primer yang peneliti gunakan yaitu kuesioner. Kuesioner berisi beberapa pertanyaan yang wajib diisi oleh para responden atau bisa juga disebut angket, yang bertujuan untuk mencari sebuah informasi lengkap tentang suatu masalah dari para responden tanpa merasakan khawatir apabila responden tersebut memberi jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan di dalam pengisian beberapa

pertanyaan tersebut. di dalam penelitian ini peneliti menggunakan Angket Tertutup dimana responden telah diberikan alternatif jawaban oleh peneliti. Sehingga responden dapat langsung memberikan pilihan jawaban-jawaban yang menurutnya sudah sesuai dengan realita yang telah dialaminya, biasanya dengan memberikan tanda pilhan (X) atau (✓).

Lalu data yang digunakan oleh peneliti untuk penelitian ini yaitu data sekunder yang didapat secara tidak langsung melainkan melalui perantara media yang dihasilkan oleh pihak lain atau digunakan oleh lembaga-lembaga lainnya yang bukan merupakan pengolahnya, namun tetap dapat dimanfaatkan di dalam suatu penelitian tertentu.

Peneliti menggunakan data sekunder, yang digunakan di dalam penelitian ini meliputi daftar kepustakaan, *website* dan data dari Nielsen Indonesia. (Ruslan, 2008: 27).

TEKNIK ANALISIS DATA

Penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas dan reliabilitas dan menggunakan analisis bivariat. Dilakukannya analisis ini yaitu untuk melihat adanya hubungan antara kedua variabel. Sehingga variabel-variabel tersebut merupakan variabel yang utama, yaitu variabel pengaruh (independen) X dan variabel terikat (dependen) Y. (Kriyantono, 2010 hl. 168).

HASIL DAN PEMBAHASAN

**Uji Reliabilitas Presenter program (X)
Dimensi “Presenter”**

Tabel 3. Sub Dimensi Penampilan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.861	.865	6

Tabel 4. Sub Dimensi Kecerdasan Pikiran

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.841	.849	6

Tabel 5. Sub Dimensi Keramahan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.843	.850	6

Tabel 6. Sub Dimensi Jenis Suara

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.835	.841	6

**Uji Reliabilitas Presenter program (Y)
Dimensi “Persepsi”**

Tabel 7. Sub Dimensi Persepsi Berdasarkan Pengalaman

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.848	.853	6

Tabel 8. Sub Dimensi Persepsi Bersifat selektif

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.849	.848	6

Tabel 9. Sub Dimensi Persepsi Bersifat Dugaan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.817	.828	6

Tabel 10. Sub Dimensi Persepsi Bersifat Evaluatif

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.847	.870	6

Analisis Hasil Uji Validitas

Variabel “Presenter” Program Rumpi (No Secret) di Trans TV (X)

Tabel 11. Analisis Hasil Uji Validitas

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.897
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1926.328
	Df	276
	Sig.	.000

Tabel 12. Analisis Hail Uji Validitas Variabel “Persepsi Masyarakat” (Y)

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.912
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1882.366
	Df	276
	Sig.	.000

Tabel 13. Interpretasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.741 ^a	.549	.545	.520
a. Predictors: (Constant), Presenter (Variabel X)				

Tabel 14. Coefficients

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.810	.247		.3278
	Presenter (Variabel X)	.752	.069	.741	.000
a. Dependent Variable: Persepsi (Variabel Y)					

PEMBAHASAN

Berdasarkan **dimensi Presenter** tabel nomor 3 **sub dimensi Penampilan** dapat dilihat dan telah dinyatakan reliabel, karena data tersebut mempunyai

nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,6 yakni sebesar 0,861, dapat diartikan pernyataan tersebut yang ada di dalam uji reliabilitas dimensi *Presenter* program Rumpi *no secret* di Trans TV dengan sub dimensi Penampilan ini bisa dipercaya sebagai alat pengumpulan data di dalam penelitian ini.

Sub dimensi Kecerdasan Pikiran dinyatakan telah reliabel, karena data tersebut mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,6 yaitu 0,841, yang diartikan pernyataan yang ada di dalam uji reliabilitas tersebut dimensi *Presenter* program Rumpi *no secret* di Trans TV dengan sub dimensi Kecerdasan Pikiran ini bisa dipercaya sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini.

Sub dimensi Keramahan dinyatakan telah reliabel, karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,6 yaitu 0,843, yang artinya pernyataan yang ada di dalam uji reliabilitas dimensi *Presenter* program Rumpi *no secret* di Trans TV dengan sub dimensi Keramahan ini bisa dipercaya sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini.

Sub dimensi Jenis Suara dinyatakan telah reliabel, karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,6 yaitu 0,835 yang diartikan pernyataan yang ada di dalam uji reliabilitas dimensi *Presenter* program Rumpi *no secret* di Trans TV dengan sub dimensi Jenis Suara ini bisa dipercaya sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini.

Sub dimensi Persepsi Berdasarkan Pengalaman dapat dinyatakan telah reliabel, karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,6 yaitu 0,848, yang diartikan pernyataan yang ada di dalam uji reliabilitas dimensi Persepsi program Rumpi *no secret* di Trans TV dengan sub dimensi Persepsi Berdasarkan Pengalaman ini bisa dipercaya sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini.

Sub dimensi Persepsi Bersifat Selektif dapat dinyatakan telah reliabel, karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,6 yaitu 0,849 dapat diartikan pernyataan yang ada di dalam uji reliabilitas dimensi Persepsi program Rumpi *no secret* di Trans TV dengan sub dimensi Persepsi Bersifat Selektif ini bisa dipercaya sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini.

Sub dimensi Persepsi Bersifat Dugaan dinyatakan telah reliabel, karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,6 yaitu 0,817 sehingga dapat diartikan pernyataan yang ada di dalam uji reliabilitas dimensi Persepsi program Rumpi *no secret* di Trans TV dengan sub dimensi Persepsi Bersifat Dugaan ini bisa dipercaya sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini.

Sub dimensi Persepsi Bersifat Evaluatif dinyatakan telah reliabel, karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,6 yaitu 0,847 yang diartikan pernyataan yang ada di dalam uji reliabilitas dimensi Persepsi program Rumpi *no secret* di Trans TV dengan sub

dimensi Persepsi Bersifat Evaluatif ini bisa dipercaya sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini.

Berdasarkan tabel analisis uji validitas variabel (X) *Presenter* Program Rumpi (*No Secret*) di Trans Tv, hasil uji KMO menunjukkan hasil 0,897 sehingga lebih besar dari 0,5. Maka dengan demikian data tersebut dianggap valid serta bisa digunakan dalam penelitian. Penelitian ini dapat diperkuat dengan hasil uji *Bartlett's Test Of Sphericity* sebesar 1926.328 dengan nilai Signifikan sebesar 0,000. Nilai Signifikan tersebut harus lebih kecil dari 0,05 sehingga data tersebut dapat dinyatakan telah valid.

Berdasarkan tabel analisis uji validitas variabel (Y) Persepsi Masyarakat, hasil uji KMO menunjukkan hasil 0,912 yang artinya lebih besar dari 0,5. Maka dengan demikian data penelitian ini dapat dinyatakan valid dan telah dapat digunakan dalam penelitian. Hal ini dapat juga diperkuat dengan hasil uji *Bartlett's Test Of Sphericity* sebesar 1882.366 dengan nilai Signifikan sebesar 0,000. Nilai Signifikan tersebut harus lebih kecil dari 0,05, maka data tersebut dapat dikatakan valid.

Nilai R

R disebut juga dengan koefisien korelasi antara variabel. Dapat dipercaya bahwa nilai koefisien korelasi antara variabel Pengaruh *Presenter* program "Rumpi (*No Secret*) di Trans TV (X) dan variabel Persepsi Masyarakat (Y) adalah

0,741, yang berarti terdapat hubungan yang **Kuat** sebesar 74,1%.

Nilai R^2 (R square)

R square disebut juga sebagai koefisien determinasi. Dari tabel nomor 13 interpretasi, dapat dibaca bahwa nilai R square (R^2) untuk variabel X dan Y sebesar 0,549 atau dapat dibaca dalam bentuk determinasi yakni 54,9%. Dengan kata lain variabel Pengaruh *Presenter* program “Rumpi (*No Secret*) di Trans TV mempunyai pengaruh yang cukup signifikan terhadap Persepsi Masyarakat. Karena prosentase R square lebih dari 50%.

Uji Koefisien

Berdasarkan tabel *coefficients* terdapat beberapa nilai yaitu:

Constant (Konstanta) = 0,810

Presenter (X) = 0,752

Sehingga persamaan regresi dari penelitian yaitu $Y = 0,810 + 0,752 X$

Dari persamaan di atas diketahui nilai konstanta untuk variabel Y sebelum ada variabel X adalah sebesar 0,810. Berarti ketika $X = 0$ maka $Y = 0,810$. setiap penambahan 1 angka pada variabel X maka variabel Y akan bertambah sebesar 0,752, sehingga nilai Y menjadi 1,562.

Hasil dari penelitian ini yakni, masyarakat menerima dampak kepuasan yang ditimbulkan oleh gaya *presenter* rumpi *no secret* di trans tv terhadap persepsi masyarakat, maka teori *social*

judgement yang digunakan sebagai acuan oleh peneliti terbukti di dalam penelitian.

KESIMPULAN

Dari variabel *Presenter* program Rumpi *No Secret* ditrans TV (X), hasil jawaban responden yang memberikan tingkat persetujuan tertinggi adalah pada dimensi Kecerdasan Pikiran dengan pernyataan “Penonton tidak suka dengan Presenter yang penyampaian pesannya terlalu berbelit-belit.” Artinya penonton lebih menyukai penyampaian pesan yang mudah dipahami.

Dari variabel Persepsi masyarakat (Y), tingkat persetujuan tertinggi adalah pada dimensi Persepsi Bersifat Evaluatif dengan dua pernyataan sebagai berikut “penonton menyukai bintang tamu yang tidak bertingkah berlebihan.” artinya penonton lebih menyukai bintang tamu yang bertingkah biasa namun menarik, dan pernyataan “penonton tidak menyukai bintang tamu yang berbicara tidak menyinggung pihak lain.” artinya penonton lebih menyukai bintang tamu yang mampu menjaga ucapan.

Dari tabel interpretasi dapat dilihat nilai R Square atau (R^2) variabel X dan Y sebesar 0,549 dan dapat juga dibaca dalam determinasi yaitu 54,9% dengan kata lain variabel pengaruh presenter program rumpi *no secret* di trans tv mempunyai pengaruh yang cukup signifikan terhadap persepsi, sementara 45,1% lainnya dipengaruhi

oleh unsur lain yang tidak terdapat didalam penelitian ini.

REFERENSI

Bungin, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi Ekonomi Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial*.

Drs.Elvinaro Ardianto, M., & Dra. Lukiati Komala, M. D. (2007). *Komunikasi Massa*.

Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Publik Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana Prenada Media Group.

Kurniawan, Boedi, A. (2019). Pengaruh Gaya Komunikasi Presenter Talkshow “Rumpi No Secret” di Trans Tv Terhadap Audience Satisfaction. *Visi Komunikasi*, 18, 64–77.

MORISSAN. (2015). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Prenamedia Group.

Morissan, M. (2005). *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Ramdina Prakarsa.

Nurudin, M. (2013). *Pengantar Komunikasi Massa*. Pt Rajagrafindo Persada.

Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Pt Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, J. (2014). *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Pt Remaja Rosdakarya.

Ruslan, R. (2008). *Metode Penelitian Public Relation Dan Komunikasi*. Pt Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Wibowo, F. (2007). *Teknik Produksi Program Televisi*. Pinus Book Publisher.