

Pengaruh Program Acara Televisi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Pondok Labu Jakarta Selatan

Aditya Gunshaputra¹, Rosita Anggraini²

¹ Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Inter Studi
Jl Wijaya II No 62 Jakarta 12160
adhitgs11@yahoo.com

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

Abstrak. Permasalahan dalam penelitian ini, semakin meningkatnya kebutuhan informasi masyarakat akan informasi baru, membuat masyarakat memilih media mana yang mereka butuhkan untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Televisi masih menjadi pilihan utama masyarakat dalam memenuhi kebutuhan informasinya dan lebih banyak memberikan program acara yang ditayangkan untuk memenuhi kebutuhan informasi baru kalayaknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Program Acara “The Newsroom” di Net Tv terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat pondok labu Jakarta Selatan dan seberapa besar pengaruh Program Acara “The Newsroom” Di Net Tv terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi masyarakat pondok labu RT 06, Jakarta selatan. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu, variabel independen dan variabel dependen, variabel independen penelitian ini adalah Program Acara (X) dan variabel dependen penelitian ini adalah Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y). Penelitian ini menggunakan konsep televisi, program acara, jenis program acara, program dokumenter, pemenuhan kebutuhan informasi, *uses and gratifications*. Paradigma yang digunakan adalah positivistik, pendekatan penelitian kuantitatif dan dengan jenis penelitian eksplanatif. Populasi penelitian diperoleh 150 orang, dengan mendapatkan sampel sebanyak 60 orang, yang diperoleh dengan cara *purposive*. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa ada pengaruh program “The Newsroom” terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi masyarakat pondok labu RT 06, Jakarta selatan dan nilai R square yaitu sebesar 0,483 atau 48,3% yang artinya pengaruhnya cukup kuat.

Kata kunci: Program Acara, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, *Uses, Gratifications*.

Abstract. *The problem in this research is the increasing information needs of the community for new information, making people choose which media they need to meet their information needs. Television is still the main choice of the people in meeting their information needs and more programs are aired to meet new information needs. This study aims to determine the effect of the "The Newsroom" Program on Net Tv on meeting the information needs of the Pondok Labu South Jakarta community and how much influence the "The Newsroom" Program on Net Tv on Meeting the Information Needs of the South Jakarta Pondok Labu community. This study consists of two variables namely, the independent variable of this study is the Program Program (X) and the dependent variable of this study is the Fulfillment of Information Needs (Y). This research uses the concept of television, program, type of program, documentary program, fulfillment of information needs, uses and gratifications. The paradigm used is positivistic, quantitative research approaches and with explanative research types. The study population was obtained by 150 people, by getting a sample of 60 people, obtained by purposive manner. Based on the results of research that has been done, it is known that there is an influence of the "The Newsroom" program on the Fulfillment of Information Needs of the community of pumpkin cottage RT 06, South Jakarta and the value of R square is 0.483 or 48.3%, which means the effect is quite.*

Keywords: *Programs Television, fulfillment of information needs, Uses, Gratifications.*

1. Pendahuluan

Televisi merupakan media massa yang sangat dibutuhkan bagi khalayak, selain untuk memberikan tayangan hiburan, televisi juga menjadi alternatif khalayak dalam hal mencari informasi. Televisi sendiri hingga saat ini masih dinilai menjadi media efektif yang memberikan informasi dan juga hiburan. (Ardianto & Erdinaya, 2005). Televisi saat ini sudah menjadi sesuatu yang harus dimiliki oleh masyarakat, karna dengan adanya televisi, masyarakat ingin mengetahui tentang informasi yang ada di sekitar mereka. Dengan penggabungan antara audio dan visual, dan program acara yang dikemas secara menarik, masyarakat lebih mudah menerima informasi yang mereka lihat, dibandingkan dengan hanya mendengarkan.

Televisi pada zaman modern seperti sekarang ini merupakan bagian yang paling tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak orang menghabiskan waktunya di depan televisi hanya untuk mencari informasi yang mereka butuhkan sebagai kebutuhan informasi. Sekarang ini, kebutuhan masyarakat akan hal informasi sudah semakin meningkat dari tahun ke tahun. Tentu dengan semakin banyak munculnya portal berita informasi bisa menjadi dugaan awal meningkatnya kebutuhan informasi masyarakat tentang suatu berita (Ardianto, Komala & Karlinah, 2009). Dengan menggunakan televisi, masyarakat bisa memilih program informasi yang mereka mau dan memenuhi kebutuhan informasi baik

berita maupun program lain yang mereka ingin tahu.

Kemajuan perkembangan media massa saat ini, menjadikan masyarakat lebih cenderung memilih media yang mereka inginkan sebagai kebutuhan informasi. Informasi dapat diperoleh masyarakat dengan mudah di era modern ini, semua dikemas dengan menarik untuk diberikan kepada masyarakat. Dalam studi Nielsen, pada tanggal 5 April 2019, menerangkan bahwa 5 jam masyarakat Indonesia masih menggunakan televisi, sementara 3 jam mereka masih gunakan untuk internet. Televisi merupakan media massa yang paling mudah di jangkau oleh masyarakat untuk memperoleh informasi. Tidak hanya memberikan berita seputar informasi terbaru, program acara di televisi juga sudah dikemas dengan menarik dalam bentuk format televisi sebagai alat kebutuhan informasi khalayak. Bisa dikatakan bahwa televisi juga memiliki peran yang sangat penting untuk memberikan informasi kepada khalayak. Informasi sangat penting bagi kebutuhan masyarakat yang harus dipenuhi, jika dalam penggunaan televisi masyarakat tidak mendapatkan informasi yang harusnya mereka dapatkan, maka televisi sudah keluar dari fungsinya (McQuail, 2011).

Jika televisi tidak bisa memberikan informasi dalam tayangannya, atau tidak ada informasi yang bisa di tangkap oleh khalayak, berarti televisi sudah keluar dari fungsinya. Televisi sangat efektif dalam menyampaikan informasi. Bisa dikatakan televisi merupakan media

massa yang paling efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat dibandingkan dengan media yang lain. Hal ini dikarenakan selain mengeluarkan suara atau audio, televisi juga menyampaikan gambar, sehingga informasi yang disampaikan akan lebih mudah dimengerti oleh masyarakat dibanding media lain (Stevani, Debby, & Anthonius, 2014).

Munculnya berbagai saluran televisi di Indonesia, meramaikan tontonan informasi, hiburan, dan edukasi bagi masyarakat. Stasiun televisi yang ada di Indonesia antara lain TVRI, RCTI, TRANS, ANTV, GLOBAL, NET dan lain-lain. Pengemasan program yang berbeda antara satu program dengan yang lainnya, menjadikan penonton bisa selektif dalam memilih tayangan. Televisi Indonesia berlomba-lomba memberikan tayangan dan konten semenarik mungkin melalui kreatifitas kepada penonton untuk dijadikan tontonan hiburan layar kaca. Televisi hanyalah alat sebagai proses penyampaian pesan kepada khalayaknya, namun televisi mempunyai program siaran yang dikemas secara menarik dan berbeda guna memenuhi kebutuhan audiencenya (Morissan, 2008).

Sekarang ini sudah semakin banyak kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat, bisa terbilang masyarakat sudah tahu kemana kah mereka mencari kebutuhan informasi mereka. Televisi sudah menjadi media yang sering sekali dijadikan kebutuhan informasi oleh masyarakat. Kebutuhan informasi kuliner, wisata, pengetahuan, berita

tentang suatu informasi, fashion, lifestyle, dan lain-lain.

Dari awal penayangannya, hingga saat ini, NET berhasil memperoleh banyak minat menonton masyarakat, baik anak muda maupun orang dewasa. Karena selalu memberikan program-program yang bersifat hiburan, talkshow, gameshow, dokumenter, dan reality show.

NET sendiri terkenal dengan slogannya yaitu Televisi Masa Kini, maka dari itu NET TV hadir dengan konten dan format program acara yang berbeda dengan stasiun TV di Indonesia lainnya. NET menyajikan program berita yang wajib menghibur, sedangkan tayangan hiburan NET harus mengandung fakta yang sesuai dengan apa yang terjadi, bukan rumor ataupun gosip, dan menyajikan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Salah satu program Net.tv yang bersifat dokumenter adalah The Newsroom.

Bukan hanya NET.TV saja yang mempunyai program dokumenter, bahkan program *dokumenter* sudah menjadi salah satu acara unggulan di setiap stasiun televisi di Indonesia sekarang. Tentu bukan tanpa alasan, pasalnya program *dokumenter* menawarkan sesuatu yang beda dibanding program-program TV pada umumnya. Berbagai program *dokumenter* pun dikemas sedemikian rupa sehingga dapat menarik minat penonton yang ditemukan di lapangan, tak hanya mengangkat tentang keindahan alam, bahkan tentang kehidupan warga lokal juga ikut ditayangkan mulai dari cara hidup dari

bertani, ibadah dan kekayaan keseniannya.

Berbeda dengan program dokumenter lainnya, NET.TV membuat program yang jauh berbeda dengan program televisi pada umumnya, dan lebih focus kepada informasi yang diberikan kepada penonton. Menurut produser Rahma Hayuningdyah dalam wawancaranya di suatu program NET.TV, program ini dibuat sesuai dengan *habbit* generasi pada saat ini, yaitu *sharing* info, dan program dokumenter hadir dengan memberikan informasi bagaimana proses peliputan sebuah berita, diperoleh oleh seorang reporter dan orang dibalik layar proses tayangan berita tersebut dengan judul *The Newsroom*.

The Newsroom merupakan program dokumenter yang berisikan informasi mengenai proses di balik layar pembuatan atau peliputan berita, ditayangkan setiap hari Minggu jam 11.00 WIB. Program acara NET.TV yang bertemakan informasi ini menampilkan bagaimana sebuah berita bisa ditayangkan, bagaimana proses peliputannya, apa saja persiapan sebelum melakukan peliputan, strategi yang dilakukan, sampai bagaimana pengambilan posisi atau bloking pada saat reporter sedang melakukan peliputan.

Tujuan dari acara ini untuk mengedukasi dan memberikan informasi gambaran kepada pemirsa, khususnya mahasiswa dan orang dewasa yang tidak terjun ke dalam bidang broadcasting dan jurnalistik, bahwa setiap tayangan berita yang tersaji di televise khususnya di NET 12, NET 24, NET UPDATE, NET

SPECIAL REPORT memiliki persiapan, strategi, dan juga ketepatan waktu yang sangat diperlukan untuk ditayangkan.

Penelitian ini penting dilakukan karena program acara televisi masih mendominasi untuk kebutuhan informasi masyarakat, maka dari itu penelitian ini ingin mengetahui adakah program acara televisi yang berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat. Seperti halnya yang dikatakan oleh penelitian sebelumnya yang menerangkan studi tentang khalayak (*audience*) televisi merupakan hal yang penting bagi penyelenggara televisi atau pembuat program guna mengetahui sejauh mana program acara yang dibuat dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan khalayaknya (Hendra, Saleh, Sri, & Mulyandari, 2016).

Dalam perkembangannya juga dikemukakan bahwa media massa dikelompokkan menjadi 3 jenis, media cetak, seperti koran, majalah, media elektronik seperti radio, televisi, dan media online, seperti internet. Dalam hal mendominasi, saat ini media elektronik televisi lah yang paling unggul di masyarakat. Televisi adalah salah satu media yang membawa pesan persuasif. Berdasarkan survei Neilsen *consumer media view* persentase televisi masih memimpin dengan 98%, lalu disusul dengan media luar ruang sebesar 53%, internet sebesar 44%, radio sebesar 37%, koran sebesar 7%, tabloid dan majalah sebesar 3% (Febriana, Made, Amanda, & Pradipta, 2017).

Sementara itu pada penelitian sebelumnya mengatakan, semua media komunikasi yang ada, televisi

merupakan media yang paling berpengaruh kepada kehidupan manusia, karena selain dapat didengar dan juga dapat dilihat secara langsung. Kemampuan dari televisi dalam hal menarik perhatian khalayak menunjukkan bahwa media televisi sangat menguasai jarak secara geografis serta sosiologis khalayak (Adha, 2014).

Lalu diketahui bahwa pesatnya industri televisi Indonesia sangat dipengaruhi oleh kebutuhan masyarakatnya akan informasi. Hal tersebut dijadikan peluang bagi industri televisi di Indonesia untuk membuktikan bahwa media elektronik televisi mampu menayangkan informasi yang mendidik, menghibur dan menjadikan bisnis yang menjanjikan (Nur, 2014).

Pada dasarnya, kebutuhan individu khalayak dalam memilih menonton program televisi berbeda antara satu khalayak dengan khalayak lainnya, oleh karena itu aktivitas khalayak untuk menonton memiliki tujuan kepuasan dan tujuan yang dicari pun akhirnya juga berbeda pula. "Jika setiap individu merasa dengan mereka menonton program acara tersebut dengan itu dapat memenuhi kebutuhan informasinya, maka ia akan mengkonsumsinya, namun jika sebaliknya, maka ia akan mencari media lain yang dirasa lebih dapat memenuhi kebutuhan informasinya. Pemenuhan kebutuhan individu terhadap media tentu berkaitan juga dengan media apa yang individu gunakan dalam pemenuhan kebutuhannya" (Wardani, 2003).

Program acara *The Newsroom* merupakan tayangan yang layak untuk ditonton, karena berisikan nilai

informasi dan edukasi mengenai peliputan sebuah berita yang sangat penting untuk diketahui, terutama pada anak muda dan orang dewasa. Di dalam program tersebut juga disajikan bagaimana cara mereka mendapatkan narasumber untuk di wawancarai. Untuk itu program acara *The Newsroom* dapat membantu anak muda dan orang dewasa untuk dapat memenuhi pemenuhan kebutuhan informasi mereka. Menggunakan teori *use and gratifications* peneliti akan mengukur hal tersebut.

Penelitian sebelumnya yang meneliti pengaruh program acara Indonesia *Lawyer Club* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat, Dipo Aldziyoga (2014) melakukan penelitian tentang pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat di RT 004 RW 005 Petukangan Selatan, Pesanggrahan, Jakarta Selatan. Studi tersebut mengatakan bahwa pada hasil nilai uji koefisien determinasi atau R^2 didapatkan dan diketahui yaitu berpengaruh dan nilainya sebesar 55.6% sedangkan sisanya, nilainya sebesar 44.4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian atau di luar penelitian ini. Berdasarkan nilai Crosstab variabel X dengan Y yang menunjukkan mayoritas cukup signifikan (Aldziyoga, 2014).

Serta Penelitian Situmeang (2016) yang membahas penelitian tentang program acara mata najwa terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat, yang menunjukkan bahwa nilai R^2 atau R^2 untuk variabel X dan Y yaitu didapatkan dengan nilai sebesar 0,514

atau bisa dibaca dalam koefisien determinasi adalah sebesar 51,4%. Yang artinya pengaruh program acara terhadap tingkat pengetahuan sebesar 51,4%. Sementara itu nilai sebesar 48,6% lainnya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini atau faktor di luar penelitian ini (Situmeang, 2016).

Dengan menggunakan acara yang bersifat informasi dan edukasi, sangat membantu masyarakat yang tidak mengetahui proses dibalik peliputan dengan menonton The Newsroom mereka bisa mengetahui proses sebuah berita bisa ditayangkan. Peneliti menganggap bahwa hal tersebut sangat menarik untuk diteliti. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh program acara “The Newsroom” di NET.TV terhadap pemenuhan kebutuhan Informasi masyarakat Pondok Labu RT 06, Jakarta Selatan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penelitian ini menganalisis “pengaruh program acara “The Newsroom” di NET.TV terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat di Pondok Labu RT 06, Jakarta Selatan”. Dengan memilih subjek penelitian program “The Newsroom” dan mengambil lokasi penelitian di Pondok Labu RT 06, Jakarta Selatan.

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah Untuk mengetahui adakah pengaruh program acara “The Newsroom” di NET.TV Terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat dan Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh program acara

“The Newsroom” di NET.TV terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Masyarakat Pondok Labu RT 06, Jakarta Selatan.

2. Literature Review

Dalam bahasa inggris, televisi disebut sebagai *television*. Kata *television* berasal dari bahasa Yunani yaitu *tele* yang beratinya *far, off, jauh*, ditambah lagi dengan kata *vision* yang berasal dari bahasa Latin *vision*, yang artinya *to see*, atau bisa dikatakan melihat. Artinya baik secara harfiah, televisi adalah melihat jauh. Karena pada dasarnya televisi merupakan suatu alat penangkap siaran yang bergambar dan bersuara yang lalu akan dipancarkan melalui gelombang elektromagnetik, maka televisi merupakan alat media massa yang tampak atau juga dapat dilihat dari jarak yang cukup jauh oleh khalayak (Romli, 2016).

Sementara itu fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya seperti surat kabar dan radio siaran, yang mempunyai fungsi yakni memberi informasi, mendidik, menghibur dan membujuk. Tetapi fungsi menghibur dalam media televisi lebih dominan pada umumnya dibandingkan media lain. Tujuan utama khalayak menonton televisi adalah untuk memperoleh hiburan, kemudian selanjutnya untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Tiga pokok fungsi televisi, yaitu: fungsi penerangan, fungsi pendidikan, fungsi hiburan.

Program acara televisi adalah bahan yang telah disusun sebelumnya dalam satu format sajian dengan unsur video yang ditunjang unsur audio yang

secara teknis memenuhi persyaratan untuk layak siar serta atau tidak dan telah memenuhi standar estetika dan artistik yang berlaku. Berdasarkan kamus besar Bahasa Indonesia, secara sederhana program dapat diartikan sebagai susunan acara yang disajikan dalam bentuk siaran, ataupun pagelaran.

Menurut Elvinaro (2007), ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam membuat program acara yaitu: Pemirsa, Waktu, Durasi, Metode Penyajian. Pemirsa, Program acara televisi hadir karena adanya sumber informasi yang diberikan kepada pemirsa. Waktu, waktu bisa dikatakan bagaimana frekuensi penggunaan media mengumpulkan data dari khalayak tentang berapa kali mereka dalam sehari seseorang menggunakan media dalam satu minggu.

Durasi, yaitu jumlah menit dalam setiap penyajian program acara. Masing-masing acara mempunyai durasi yang harus disesuaikan dengan jenis acara dan tuntutan skrip, agar tujuan dari acara tersebut dapat tercapai dengan maksimal. Metode Penyajian, Kejelasan pesan adalah suatu proses penyampaian pesan media televisi kepada *audiens*, maka pesan itu harus sangat jelas disampaikan menurut kebutuhan *audiens*.

Secara umum jenis program acara televisi terbagi dua bagian, yaitu program hiburan populer disebut program *entertainment* dan informasi disebut juga program berita (*news*). Program Hiburan, Program hiburan dibagi menjadi dua, yaitu program drama dan nondrama. Program Informasi, Program informasi adalah

program yang bertujuan memberikan tambahan pengetahuan kepada penonton melalui informasi. Program acara informasi terbagi menjadi dua format, yaitu *hard news* dan *soft news*.

Hard News merupakan informasi penting dan menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran, karena sifatnya terkait waktu jam siaran agar dapat segera diketahui oleh pemirsa pada saat berita tersebut terjadi. *Hard news* dibagi dalam tiga kelompok: *Straight News*, *One The Spot Reporting*, *Interview On Air*. Sementara *Soft news* atau berita lunak merupakan segala informasi penting yang disampaikan secara mendalam dan menyeluruh, namun tidak bersifat harus secara tayang pada saat berita tersebut terjadi. *Soft news* dibagi dalam enam kelompok yaitu: *Current Affair*, *Magazine*, *Infotainment*, *Feature*, *Dokumenter*, *Sport*.

Menurut Morris (2008) dokumenter merupakan program informasi yang ditayangkan mempunyai tujuan untuk pembelajaran dan pendidikan, tetapi disajikan dengan menarik. Misalnya program dokumenter yang menceritakan mengenai suatu tempat, kehidupan atau sejarah seorang tokoh atau kehidupan hewan dipadukan rumput dan sebagainya. Gaya dan penyajian dokumenter sangat beragam dalam hal teknik pengambilan gambar, teknik editing serta teknik penceritaannya. Mulai dari yang paling sederhana hingga yang sangat sulit sekalipun.

Pemenuhan Kebutuhan Informasi, dari Arslan pada Thesisnya yang mengutip Zipper mendefinisikan pemenuhan kebutuhan informasi yaitu

merupakan suatu kondisi atau keadaan seseorang dimana informasi tertentu yang memiliki kontribusi yang besar dalam suatu pencapaian dimana mereka harus membuat keputusan, menjawab pertanyaan, menempatkan fakta-fakta, serta memecahkan masalah atau dapat memahami sesuatu masalah tertentu. Serta dalam penelitian ini menggunakan teori komunikasi *Uses and gratification*.

Uses and gratification adalah teori komunikasi yang pada dasarnya meneliti asal mula kebutuhan manusia baik itu secara psikologis dan secara sosial, yang akan menimbulkan harapan-harapan tertentu pada media massa dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan.

Uses and Gratification menurut Katz dan Blumer ini mengatakan bahwa penggunaan media ini memainkan peran yang aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain penggunaan media tersebut adalah pihak yang sangat aktif dalam proses suatu komunikasi. Artinya *teori use and gratification* mengasumsikan bahwa para pengguna media mempunyai pilihan untuk memuaskan kebutuhan informasinya yang dia butuhkan melalui media tersebut (Elvinaro, Komala dan Karlinah, 2007).

Ada 5 faktor kebutuhan informasi khayalak yang dikemukakan oleh Katz, Guvrevitch, Dan Blumer yaitu kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan intergrasi sosial, dan kebutuhan pelepasan. Kebutuhan kognitif, Kebutuhan kognitif, memperkuat kebutuhan informasi, pengetahuan, dan

pemahaman seseorang akan lingkungannya.

Kebutuhan afektif, Kebutuhan afektif dikaitkan dengan pengaturan etnis, hal yang dapat menyenangkan dan pengalaman-pengalaman emosional. Kebutuhan integrasi personal, Kebutuhan integrasi personal adalah kebutuhan yang dikaitkan dengan penguatan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individu. Kebutuhan integrasi sosial, Kebutuhan integrasi sosial hal ini dikaitkan dengan pengaturan hubungan dengan keluarga, teman, dan orang lain di dunia. Kebutuhan pelepasan, Kebutuhan pelepasan ini terdiri dari kebutuhan-kebutuhan untuk melarikan diri, melepaskan ketegangan diri dan hasrat untuk mencari hiburan atau pengalihan (Effendy, 2003).

Uji hipotesis digunakan dalam penelitian ini untuk pengujian, apakah dapat diterima atau tidak.

H_a : “Adanya Pengaruh Program Acara “The Newsroom” di NET TV terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Pondok Labu, Jakarta Selatan”

H_o : “Tidak adanya Pengaruh Program Acara “The Newsroom” Di NET TV Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Pondok Labu, Jakarta Selatan”

Jika $r \neq 0$, maka H_0 ditolak dan H_A diterima

Jika $r = 0$, maka H_0 diterima dan H_A ditolak.

3. Metode Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan paradigma penelitian

positivistik, dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, Dalam penelitian ini menggunakan metode survey, penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden masyarakat berupa pernyataan yang sudah disiapkan peneliti dan menggunakan skala likert dalam 5 kategori, yaitu sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah warga masyarakat RT 06 Pondok Labu Jakarta Selatan, Pemilihan populasi ini dengan alasan karena warga masyarakat RT 06 Pondok Labu Jakarta Selatan, berkerja di dalam bidang pegawai negeri sipil, yang dimana sangat jauh dengan bidang atau dengan profesi di industri media broadcasting seperti dalam program The Newsroom, yang dimana di program ini memberikan bagaimana cara berkerja dibalik layar seorang wartawan pencari berita, disini peneliti ini mengetahui pengaruh dalam program The Newsroom terhadap masyarakat pondok labu RT 06 yang sama sekali sebelumnya tidak mengetahui bagaimana cara berkerja di industri media televisi.

Menurut data yang peneliti dapat dari data Nielsen peneliti mendapatkan bahwa penonton terbanyak The Newsroom berusia 40-49 tahun. Peneliti menentukan populasi yang berjumlah 150 orang, karena 150 orang ini warga masyarakat pondok labu yang berusia 40-49 tahun yang merupakan penonton terbanyak program televisi The Newsroom di NET menurut data yang peneliti dapatkan dari Nielsen sesuai dengan data usia.

Sampel dalam penelitian ini menggunakan Rumus Taro Yamane, dengan menggunakan penghitungan Rumus Taro Yamane, akan didapatkan sampel yang akan digunakan dalam pengambilan kuesioner kepada

responden. Sesuai dengan hasil hitung dari data populasi dan mendapatkan sampel menggunakan Rumus Taro Yamane, maka sampel dalam penelitian ini sebesar 60 warga masyarakat Pondok Labu RT 06, Jakarta Selatan.

Dalam teknik sampling peneliti menggunakan teknik *nonprobability sampling*, yaitu dengan teknik *purposive sampling*, teknik yang penentuan sampelnya menggunakan pertimbangan tertentu oleh peneliti. Peneliti memilih responden sebagai sampel dengan cara memilih responden yang benar-benar mengetahui program televisi tersebut atau memiliki kompetensi dengan topik penelitian, yaitu program The Newsroom di NET.TV. Teknik pengumpulan menggunakan sumber primer dan juga sumber sekunder. Sumber primer sumber data yang memberikan langsung kuesioner kepada responden secara langsung. Di dalam penelitian ini, yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah kuesioner. Dan dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder oleh peneliti adalah artikel, jurnal, buku, dan daftar kepustakaan.

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data secara kuantitatif yang menggunakan analisa statistik. Yaitu dengan menggunakan program bantuan yaitu menggunakan program aplikasi SPSS statistik 20 yang digunakan dalam penelitian ini.

Teknik analisis data menggunakan 2 analisis yaitu analisis univariat, analisis univariat adalah analisis dari satu variable. Dan Analisis Bivariate, Yang dimana analisis bivariate terdiri dari 2 jenis, yaitu analisis korelasi sederhana, untuk mengetahui kuat lemahnya hubungan antar 2 variabel, dan analisis regresi sederhana, untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel

terikat. teknik konfirmasi data menggunakan reliabilitas, untuk menguji reliabel instrumen dalam penelitian kuesioner ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Sementara validitas dalam penelitian ini uji validitas yang digunakan adalah analisis factor variable dalam skala likert, dengan teknik ini, akan diperoleh nilai *Kaiserimayer-olkin* (KMO). Disini peneliti menggunakan 2 teknik univariat, univariat dilakukan untuk mendapatkan hasil dalam bentuk table distribusi frekuensi yang memperlihatkan nilai rata-rata atau proses persentase dari tiap-tiap kategori jawaban. Pengukuran dilakukan dengan cara menghitung skor jawaban responden terhadap elemen-elemen tersebut, dan bivariat, yang dimana analisis bivariate terdiri dari 2 jenis, yaitu analisis korelasi sederhana, untuk mengetahui kuat lemahnya hubungan antar 2 variabel, dan analisis regresi sederhana, untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Menggunakan operasional konsep, variabel dalam penelitian ini yaitu Program Acara (Variabel X) dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Variabel Y). Dimana variabel Program Acara terbagi menjadi 4 dimensi yaitu, Pemirsa, Waktu, Durasi, Dan Metode Penyajian. Yang masing-masing dibagi ke dalam indikator, dimensi Pemirsa indikatornya adalah, Pemirsa, program acara televisi hadir karna adanya sumber informasi yang diberikan kepada pemirsa. Waktu, Frekuensi bagaimana penggunaan media mengumpulkan data khalayak tentang berapa kali sehari seseorang menggunakan media dalam satu minggu.

Durasi, yaitu jumlah menit dalam setiap penayangan program acara. Masing-masing acara mempunyai durasi yang harus disesuaikan terlebih dahulu dengan jenis acara dan tuntutan skrip

yang berlaku, agar tujuan dari acara tersebut dapat tercapai dengan semestinya. Metode Penyajian, kejelasan pesan merupakan proses penyampaian pesan dari media televisi kepada pemirsanya, maka pesan itu disampaikan dengan sangat jelas disampaikan menurut kebutuhan informasi pemirsa tersebut. Sedangkan variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi terbagi menjadi 5 dimensi, yaitu kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan intergrasi sosial, dan kebutuhan pelepasan.

Yang terbagi ke dalam indikatornya adalah Kebutuhan kognitif, memperkuat kebutuhan informasi, pengetahuan, dan pemahaman seseorang akan lingkungannya. Kebutuhan afektif, Kebutuhan afektif merupakan kebutuhan yang dikaitkan dengan pengaturan etnis, hal yang dapat menyenangkan dan pengalaman-pengalaman emosionalnya. Kebutuhan integrasi personal, bisa dikatakan kebutuhan integrasi personal merupakan kebutuhan yang dikaitkan dengan penguatan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individu. Kebutuhan integrasi sosial, hal ini dikaitkan dengan pengaturan hubungan dengan keluarga, teman, dan orang lain di dunia. Kebutuhan pelepasan, Kebutuhan pelepasan ini terdiri dari kebutuhan-kebutuhan untuk melarikan diri, melepaskan ketegangan diri dan hasrat untuk mencari hiburan atau pengalihan.

Dengan menggunakan kuesioner dan skala likert, yaitu dalam 5 kategori, sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju pada pilihan jawaban responden pada setiap pernyataan yang akan diberikan kepada responden. Setelah itu data yang sudah dikumpulkan lalu diolah dengan menggunakan SPSS 20.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil Uji Validitas Variabel X (Program Acara) sebagai berikut

Tabel 1

KMO and Bartlett's Test Variabel X

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0.848
Bartlett's Test Approx. Chi-Square	100.135
df	105
Sig.	.000

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa nilai KMO yang ditunjukkan dari Variabel X (Program Acara) adalah 0,848 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang berarti variabel Program Acara serta indikatornya memiliki tingkat validitas yang memenuhi syarat sebagai instrument penelitian atau di atas 0.5. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi)

Tabel 2

KMO and Bartlett's Test Variabel Y

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0.843
Bartlett's Test Approx. Chi-Square	27.860
df	105
Sig.	.000

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa nilai KMO yang ditunjukkan dari Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) adalah 0,843 dengan tingkat signifikansi 0,000, Yang berarti variabel pemenuhan kebutuhan informasi serta indikatornya memiliki tingkat validitas

yang memenuhi syarat sebagai instrument penelitian. Atau di atas 0.5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Program Acara)

Tabel 3

Reliability Statistics Variabel X

Cronbach's Alpha	.939
Based on Standardized Items	.945
N of Items	15

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* variabel X (Program Acara) adalah 0,939. Angka tersebut > 0,6 yang berarti variabel program acara serta indikatornya reliabel sebagai instrument penelitian. Hasil Uji Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi)

Tabel 4

Reliability Statistics Variabel Y

Cronbach's Alpha	.937
Based on Standardized Items	.939
N of Items	15

Tabel Reliability Statistics Variabel Y di atas menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) adalah 0,937. Angka tersebut > 0,6 yang berarti variabel pemenuhan kebutuhan informasi serta indikatornya reliabel sebagai instrument penelitian.

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk pengujian dalam penelitian ini, apakah dapat diterima atau tidak.

Variabel Pengaruh “Program Acara “The Newsroom” di NET TV terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Pondok Labu, Jakarta Selatan”

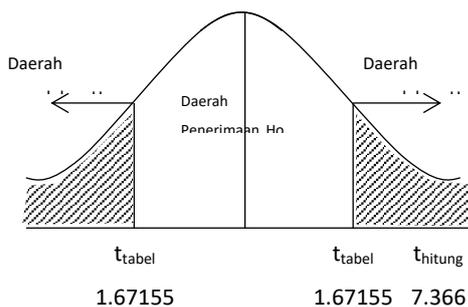
Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

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

$$t_{tabel} = 1.67155$$

$$t_{hitung} = 7.366$$

Gambar 1
Grafik Hipotesis



Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat dinyatakan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , dan t_{hitung} jatuh pada daerah penolakan H_0 , sehingga H_0 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa terdapat Pengaruh yang cukup signifikan dari Program Acara “The Newsroom” terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Pondok Labu Jakarta Selatan.

Uji Regresi

Tabel 5

Model Summary

Model	R	R ²	Adjusted R ²	Std. Error of the Estimate
1	.695 ^a	.483	.474	.596

a. Predictors: (Constant), Variabel X (Program Acara)

R sebagai koefisien korelasi. Dapat dikatakan bahwa skor atau nilai koefisien korelasi variabel Program Acara (X) “The Newsroom” di NET.TV Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) adalah 0,695 atau sebesar 69,5% yang berarti terdapat hubungan yang kuat antara variabel X yaitu program acara dan variabel Y yaitu pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat.

R Square disebut koefisien determinasi. Dari tabel di atas dapat dibaca bahwa nilai R Square (R²) untuk variabel X dan Y yaitu sebesar 0,483 atau dibaca dalam koefisien determinasi adalah 48,3%. Artinya dengan kata lain variabel Program Acara “The Newsroom” di NET.TV terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat, cukup berpengaruh.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian uji univariat yang dilakukan, didapatkan hasil persentase nilai tertinggi dalam dimensi variabel program acara (X) yaitu dengan skor 3,77 berada pada indikator pernyataan 10 yakni, penyampaian pesan tentang proses peliputan berita pada program “The Newsroom” NET TV dikemas secara lengkap dari awal

persiapan peliputan sampai dengan proses peliputan. Ini menandakan bahwa menurut responden, Penyampaian pesan tentang proses peliputan berita pada program "The Newsroom" NET TV dikemas secara lengkap dari awal persiapan peliputan sampai dengan proses peliputan sesuai dengan kebutuhan informasi responden. Sementara didapatkan hasil persentase nilai tertinggi dalam dimensi Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) yaitu dengan skor 3,70. berada pada indikator pernyataan 24 yakni, program "the newsroom" meyakinkan saya bahwa setiap berita yang ditayangkan tidak didapatkan dengan mudah, pasti ada kesulitan dibalik proses peliputan. Ini menandakan bahwa menurut responden, Program "The Newsroom" meyakinkan saya bahwa setiap berita yang ditayangkan tidak didapatkan dengan mudah, dan sesuai dengan kebutuhan informasi yang ingin didapatkan oleh responden melalui Program Acara "The Newsroom".

Sementara nilai tertendah dimensi variabel program acara (X) yaitu dengan skor 2,72 ada pada indikator pernyataan 4 yakni, program "The Newsroom" yang ditayangkan NET TV pada pukul 11.00 – 12.00 sesuai dengan kebutuhan penonton. Ini menandakan bahwa menurut responden, Program "The Newsroom" yang ditayangkan NET TV pada pukul 11.00-12.00 WIB belum sesuai dengan kebutuhan penonton. Sementara nilai terendah dimensi variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) yaitu dengan skor 3,08 ada pada indikator 19 yakni, program "the newsroom" memuaskan rasa ingin tahu

terhadap proses dibalik layar sebuah peliputan berita.

Sementara itu jika dilihat dari penelitian sebelumnya oleh Ilona V. Oisina Situmeang yang berjudul pengaruh program acara mata najwa terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (survey mahasiswa ilmu komunikasi universitas Bunda Mulia, Jakarta) Dilihat dari indikator-indikator masing-masing variabel, menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung memberikan nilai tinggi terhadap indikator-indikator dari variabel program acara. Ini berarti bahwa program acara Mata Nazwa dapat dikategorikan baik. Demikian pun hasil kuesioner tingkat pengetahuan, dimana responden sebagian besar cenderung memberikan jawaban dengan pilihan kategori baik terhadap indikator-indikator dari variabel tingkat pengetahuan artinya mahasiswa UBM memiliki tingkat pengetahuan dengan kategori tinggi.

Hasil penelitian menentukan bahwa pengaruh Program Acara "The Newsroom" di NET.TV terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi masyarakat terdapat Pengaruh yang kuat antara variabel X yaitu Program Acara dan variabel Y yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Hasil analisis univariat semua dimensi pada variabel Program Acara (X) dan Pemenuhan Kebutuhan informasi (Y) menunjukkan sebagian besar responden terletak pada titik 60% - 80% yang berarti termasuk Kuat.

5. Simpulan

Berdasarkan Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sebagaimana peneliti uraikan, peneliti menyimpulkan penelitian ini memiliki atau mempunyai pengaruh yang cukup kuat kepada masyarakat pondok labu RT 06 Jakarta selatan sebesar 0,483. Dilihat dari hasil analisa yang diperoleh tanggapan responden berdasarkan hasil garis kontinum variabel X (Program Acara) didapatkan nilai mean tertinggi pada dimensi variabel program acara (X) Nilai tertinggi dengan skor 3,77 berada pada indikator 10 yakni, penyampaian pesan tentang proses peliputan berita pada program “the newsroom” NET TV dikemas secara lengkap dari awal persiapan peliputan sampai dengan proses peliputan. Dan jika dilihat dari hasil analisa yang diperoleh tanggapan responden berdasarkan hasil garis kontinum variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) Nilai tertinggi dengan skor 3,70. berada pada indikator 24 yakni, program “the newsroom” meyakinkan saya bahwa setiap berita yang ditayangkan tidak didapatkan dengan mudah, pasti ada kesulitan dibalik proses peliputan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden mengetahui dibalik layar proses peliputan media di televisi yang tidak diketahui sebelumnya, melalui program The Newsroom yang ditayangkan oleh NET TV.

6. Daftar Pustaka

Adha, R. S. (2014). Acara Di Televisi Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Studi Korelasional Pengaruh Program Acara Wide Shot Di Metro Tv Terhadap

Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Mahasiswa Komunikasi Fisip Usu). *Universitas Sumatera Utara*.

Aldziyoga, D. (2014). Pengaruh Tayangan Indonesia Lawyers Club Di Tv One Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Di Petukangan Selatan (Survei Terhadap Warga Rt 004 Rw 005 Petukangan Selatan , Pesanggrahan , Jakarta Selatan). *Universitas Budi Luhur*.

Ardianto & Erdinaya, L. K. (2005). *Komunikasi massa: suatu pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Ardianto, Komala, dan Karlina. (2009). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Ferika Offset.

Elvinaro, A., & Lukiaty, K. (2007). *Komunikasi Massa (Suatu Pengantar)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Febriana, R., Made, N., Amanda, R., & Pradipta, A. D. (2017). Pengaruh terpaan tayangan “86” di NET TV terhadap persepsi khayalak di kota Denpasar tentang POLRI. *Universitas Udayana*.

Nur, Bintang., Harahap, A. (2014). pengaruh menonton program acara sarah sechan di net tv terhadap gaya hidup (studi pada penonton perempuan di kota Bandung) The impact of watching sarah sechan tv program on net tv towards lifestyle. *Telkom University*.

- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana
- Onong Uchjana, E. (2003). *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Romli, Khomsahrial. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo.
- Rory Stevani, Kawengian D, & Golung A. (2014). Efektivitas Tayangan “Yuk Keep Smile” Di Trans Tv Terhadap Pemenuhan Hiburan Pemirsa Di Kelurahan Walian. *Universitas Jenderal Soedirman*.
- Hendra, G., Saleh, A., Sri, R., & Mulyandari, H. (2016). *The Pattern of Television Usage to Fulfill Information’s Needs and Improve Skills for Cattle Farmers in Bojonegoro*. IPB University.
- Situmeang, I. V. O. (2016). Pengaruh Program Acara Mata Najwa Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survey Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia , Jakarta). *Persada Indonesia University Y.A.I*.
- Wardani, F. (2003). Motif Penonton Surabaya Menonton Program Acara Highlights Otomotif Di Trans7. *Petra Christian University*.