

## **PENGARUH PROGRAM ACARA MATA NAJWA TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI (SURVEY MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS BUNDA MULIA, JAKARTA)**

Ilona V. Oisina Situmeang  
Fakultas Ilmu Komunikasi UPI YAI, Jakarta  
Jalan Diponegoro No. 74 Jakarta Pusat, Indonesia  
ilonaoisina@yahoo.com

### **Abstract**

*Mata Najwa program is one program on TV that provides in-depth information about events experienced political figures, government to the general public that is worthy to note the problem. Presenting a variety of programs that important information such whether it can meet the information needs for students of Communication Studies University of Bunda Mulia, Jakarta. Correlation of test results done shows 0.717, which means there is a strong influence among the programs Najwa Eyes on the fulfillment of information needs. From regression obtained for 71.7% of programs affecting the fulfillment of the information and the hypothesis test conducted found results  $H_a$  accepted and  $H_o$  rejected, which means there is influence between Mata Najwa programs to meet the needs of information for students of Communication Studies University of Bunda Mulia, Jakarta.*

**Keywords :** Program, Mata Najwa, Information.

### **Abstrak**

Program acara Mata Nazwa merupakan salah satu program acara di media TV yang memberikan informasi yang mendalam tentang kejadian yang dialami tokoh politik, pemerintahan sampai ke masyarakat umum yang layak untuk diketahui permasalahannya. Program acara yang menyajikan berbagai informasi penting tersebut apakah dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia, Jakarta. Dari hasil Uji korelasi yang dilakukan diperoleh hasil 0,717 yang artinya terdapat pengaruh yang kuat antara program acara Mata Nazwa terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. dari uji regresi yang diperoleh sebesar 71,7% program acara mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi dan dari Uji hipotesis yang dilakukan didapatkan hasil  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak yang artinya terdapat pengaruh antara program acara Mata Nazwa terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia, Jakarta

**Kata kunci:** Program, Mata Najwa, Informasi.

### **Pendahuluan**

Kemajuan teknologi pertelevisian berlangsung secara revolusioner dengan kualitas teknik gambar dan suara yang semakin tinggi. Mutu gambar yang dulu hanya hitam-putih dan tidak begitu jelas, dewasa ini berwarna, kemampuannya sudah mencapai 7.000 lebih, pita-pita elektronik yang dipakai kini sudah mencapai ke jenis Mini DV. Begitu pula kepekaannya telah amat tinggi serta mampu mengangkat detail yang sangat lemah sekalipun. Demikian pula kemajuannya sebagai media siaran pesan-pesan yang ditayangkan melalui televisi diyakini berpengaruh langsung terhadap pemirsannya, baik itu kognitif, efektif maupun konatif (*behavioral*).

Di Indonesia media televisi berkembang dengan pesat hal ini ditandai dengan banyaknya stasiun televisi swasta, televisi lokal, televisi kabel dan televisi komunitas yang mengudara. Salah satu televisi swasta yang banyak ditonton untuk saat sekarang ini adalah Metro TV. Dikarenakan pada tahun 2014 merupakan tahun politis bagi Indonesia. Metro TV merupakan televisi yang siarannya hanya pada warta berita saja. Hal ini yang menyebabkan Metro TV semakin diminati oleh semua kalangan yang ingin mendapatkan berbagai berita terutama berita-berita politik. Berbagai program acara yang dikemas oleh stasiun televisi ini untuk menarik perhatian para pemirsa. Pada umumnya, program siaran televisi meliputi acara-acara sebagai berikut (Muda,

2003): *news reporting, talk show, call-in show, documenter, magazine* atau *tabloid, rural program, advertising, education* atau *instructional, art and culture, music, soap operas, Tv movie, infotainment.*

Diharapkan melalui program acara yang disiarkan melalui Metro TV, khususnya pada program acara Mata Najwa dapat memenuhi kebutuhan akan informasi bagi yang menontonnya. Metro TV memiliki 19 buah mobil satelit untuk dapat menayangkan secara *live* kejadian-kejadian yang berlangsung setempat. Peralatan tersebut berupa 12 Buah mobil SNG (*Satelit News Gathering*) dan 7 Buah mobil ENG (*Electronic News Gathering*).

Salah satu program *talkshow* unggulan di Metro TV adalah: Mata Najwa. Program acara ini dipandu oleh jurnalis senior, Najwa Shihab. *Talkshow* ini ditayangkan setiap hari Rabu pukul 20:05 hingga 21.30 WIB. Disiarkan perdana 25 November 2009, Mata Najwa konsisten menghadirkan topik-topik menarik dengan narasumber kelas satu. Sejumlah tamu istimewa telah hadir dan berbicara di Mata Najwa, diantaranya mantan Presiden RI, BJ Habibie (episode: Separuh Jiwaku Pergi), mantan Wakil Presiden Jusuf Kalla (episode: Pemimpin Bernyali), Menteri BUMN Dahlan Iskan (episode: Komandan Koboi), dan Gubernur DKI Jakarta Joko Widodo (episode: Laga Ibukota).

Dari penjelasan diatas penulis ingin meneliti tentang apakah ada pengaruh antara program acara *talkshow* Mata Najwa terhadap pemenuhan kebutuhan informasi khususnya dibidang politik dimana pada tahun ini 2014 merupakan tahun politik di Indonesia, dimana program acara Mata Najwa menyajikan informasi yang dikupas secara tuntas tentang tokoh politik di Indonesia.

## **Tujuan Penelitian**

Dari penjelasan latar belakang diatas penulis ingin meneliti: “Sejauhmana pengaruh program acara Mata Najwa terhadap tingkat kebutuhan informasi, survei pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia Jakarta?”

## **Tinjauan Pustaka Program Acara**

Setiap harinya berbagai macam jenis program kini dihadirkan oleh stasiun televisi. Tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan

khalayak akan informasi, hiburan maupun pendidikan. Pada dasarnya apa saja bisa dijadikan program untuk ditayangkan ditelivisi selama program itu menarik dan disuakai *audience*, dan selama tidak bertentangan dengan kesusilaan, hokum dan peraturan yang berlaku. Pengelola stasiun penyiaran dituntut untuk memiliki kreativitas seluas mungkin untuk menghasilkan berbagai program yang menarik. (Morissan, 2008)

Menurut Morissan (2008) mengenai program, yaitu “kata “program” berasal dari bahasa Inggris *programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Undang-undang Penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata “program” lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia dari pada kata “siaran” untuk mengacu kepada pengertian acara. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan *audience*-nya. Dengan demikian, program memiliki pengertian yang sangat luas”.

Menurut Elvinaro (2007), ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam membuat program acara yaitu:

1. Pemirsa, Dalam hal ini komunikator harus memahami kebiasaan dan minat pemirsanya, baik yang termasuk kategori anak-anak, remaja maupun dewasa. Hal ini perlu, karena berkaitan dengan materi pesandan jam tayang.
2. Waktu, Faktor waktu menjadi bahasa pertimbangan, agar setiap acara ditayangkan secara proposional dan dapat diterima oleh khalayak yang dituju.
3. Durasi, Durasi yaitu jumlah menitt dalam setiap penayangan program acara. Masing-masing acara mempunyai durasi yang disesuaikan dengan jenis acara dan tuntutan skrip, agar tujuan dari acara tersebut dapat tercapai.
4. Metode Penyajian, Dalam mengemas pesan dalam suatu acara yang sedemikian rupa yaitu menggunakan metode penyajian tertentu agar pesan non hiburan dapat mengandung unsur hiburan. Hal ini berkaitan dengan fungsi utama dari televisi. Maka informasi tersebut akan lebih baik dan dapat mencapai sasarannya.

Dalam mengemas pesan yang sedemikian rupa, maka digunakan berbagai metode dalam penyajian suatu program acara. Hal ini berkaitan dengan fungsi utama dari televisi. Dengan begitu, informasi yang disampaikan akan menjadi lebih baik dan dapat mencapai sasarannya. Menurut Morrisan (2008) program dapat dikelompokkan menjadi dua bagian besar berdasarkan jenisnya yaitu:

1. Program informasi (berita) adalah segala jenis program atau siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak *audience*. Program informasi kemudian dibagi lagi menjadi dua jenis, yaitu berita keras (*hard news*) yang merupakan laporan berita terkini yang harus segera disiarkan dan berita lunak (*soft news*) yang merupakan kombinasi dari fakta, gossip dan opini.
2. Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur *audience* dalam bentuk musik, lagu, cerita, diskusi, dan permainan. Program yang termasuk kategori hiburan adalah diskusi, permainan (*game*), musik, dan pertunjukkan.

### **Penyebaran Informasi**

Pengertian informasi menurut Sutabri (2005) adalah data yang telah diklasifikasikan atau diolah atau diinterpretasikan untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Sedangkan menurut Jogiyanto (1999), "Informasi dapat didefinisikan sebagai hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian yang nyata yang digunakan untuk pengambilan keputusan". Pengertian Informasi Menurut George H. Bodnar (2000), informasi adalah data yang diolah sehingga dapat dijadikan dasar untuk mengambil keputusan yang tepat.

Menurut Estrabrook (Yusuf, 2009), informasi adalah pusat suatu rekaman fenomena yang diamati, atau bisa juga berupa putusan-putusan yang dibuat seseorang. Menurut Lesly (Iriantara, 2004), menyatakan penyebaran informasi adalah: "penyebaran informasi atau pesan yang direncanakan dan dilakukan untuk mencapai tujuan lewat media tertentu untuk kepentingan tertentu dari organisasi dan perorangan tanpa penyebaran tertentu pada media".

Lebih lanjut menurut Cutlip dan Center (Iriantara, 2004), penyebaran informasi adalah: "penyebaran informasi secara sistematis tentang lembaga atau perorangan". Ada juga yang menyebutkan penyebaran informasi itu sekedar pemberian sarana yang mengarah para wartawan untuk memasukan nama perusahaan atau produk ke dalam berita koran, majalah, acara tv atau radio dengan memberikan ide berita, orang yang diwawancarai, informasi latar dan bahan-bahan lain.

Menurut Bodnar (dalam Arifin, 2009) ada tiga macam bentuk yang harus diperhatikan dalam melaksanakan penyebaran informasi, yaitu: Berita, Laporan dan Pendapat atau opini.

Kreativitas memang dikenal sebagai salah satu prinsip dasar yang pertama dalam penyebaran informasi. Prinsip dasar penyebaran informasi itu mencakup (Iriantara, 2004).

1. Kreativitas, yang berarti mendorong *antusiasmei* dan perhatian khalayak melalui metode kegiatan yang cerdas, unik dan segar.
2. Beragam, yang berarti bila penyebaran informasi hanya menggunakan satu media saja dipandang belum memadai, maka harus dipergunakan berbagai media.
3. Kuantitas, yang pada dasarnya menggunakan prinsip repetisi untuk menyampaikan pesan secara berulang-ulang pada publik.
4. Visibilitas, yang berarti materi penyebaran informasi tersebut mudah dilihat oleh khalayak atau perhatian khalayak bisa tertuju pada publisitas.
5. Legibilitas, yang berarti untuk tulisan yang dibuat menyampaikan pesan enak dan cukup jelas diikuti oleh khalayak untuk publisitas dalam bentuk cetak, dan jelas didengar dan dilihat untuk media *audio visual*.
6. Mudah dipahami, yang berarti rangkaian pesannya sangat mudah dipahami maksudnya oleh khalayak.

### **Kebutuhan Informasi**

Kebutuhan adalah sesuatu yang penting, tidak terhindarkan, untuk memenuhi suatu kondisi. Kebutuhan menurut Kartz, Gurevitch dan Haas, kebutuhan dikategorikan sebagai kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan pribadi secara *integrative*, kebutuhan sosial dengan *integrative* dan kebutuhan pelepasan dan hiburan (Effendy, 2003). Penjelasannya sebagai berikut:

1. Kebutuhan Kognitif (*cognitive needs*), Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk menyelidiki kita.
2. Kebutuhan afektif (*affective needs*), Kebutuhan yang berhubungan dengan peneguhan pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional.
3. Kebutuhan Interaksi sosial (*social interactive needs*), Kebutuhan yang berhubungan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman, dan dunia.
4. Kebutuhan integrasi pribadi (*personal integrative needs*), Kebutuhan yang berhubungan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individu.
5. Kebutuhan pelepasan (*escapist needs*), Upaya menghindari tekanan, ketegangan dan hasrat akan keanekaragaman.

## Metodologi Penelitian

### Desain Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dan dikuatkan dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kuantitatif menurut Kriyantono (2007) adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Penelitian kuantitatif dimulai dengan kegiatan menjajaki permasalahan yang menjadi pusat perhatian peneliti. Kemudian peneliti mendefinisikan dan memformulasikan masalah penelitian dengan jelas, sehingga mudah dimengerti. Setelah masalah penelitian diformulasikan, maka didesain rancangan penelitian yaitu desain model penelitian, desain inilah yang nantinya menuntun pelaksanaan penelitian secara keseluruhan (Bungin, 2008).

Mengacu pada tujuan penelitian ini, peneliti berusaha mencari pengaruh diantara variabel-variabel yang ada. Untuk mencapai tujuan tersebut, peneliti merancang penelitian ini sebagai survei dengan mengombinasikan antara penelitian menerangkan (*explanatory research*) dengan penelitian deskriptif (*descriptive research*).

Rancangan ini sesuai dengan pendapat Babbie (1992) yang menyatakan bahwa penelitian yang bertipe menerangkan adalah, penelitian yang

bertujuan menjelaskan hubungan dan pengaruh antar variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian semacam ini dalam deskriptif juga mengandung uraian-uraian, tetapi fokusnya terletak pada hubungan dan pengaruh antar variabel. Namun dalam penelitian ini hanya melihat hubungan antar peubah, sekaligus menguji hubungan hipotesis penelitian.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia, Jakarta.

## Populasi dan Sampel Penelitian

### Populasi Penelitian

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

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia, Jakarta.

### Sampel Penelitian

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

Besar jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus Slovin (Sevilla *et al.*, 1993):

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

Keterangan  
n : Ukuran sampel  
N: Ukuran populasi  
d : Persen kelonggaran ketidakteelitian (*presisi*) adalah 7%.

$$\begin{aligned} N &= \frac{240}{\frac{240 \cdot (0,07)^2 + 1}{3,4}} \\ &= \frac{240}{0,451} = 70,451 = 70 \text{ sampel} \end{aligned}$$

### **Teknik Penarikan Sampel**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik penarikan sampel dengan cara *Simple Random Sampling*. Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2011).

Dalam penelitian ini penulis mengambil secara acak dari mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Bunda Mulia, Jakarta semester 2 (dua).

### **Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Kriyantono (2007), jenis data meliputi:

1. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan, di mana sumber data dapat melalui responden atau subyek penelitian, hasil pengisian kuesioner, wawancara maupun observasi.
2. Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder.

### **Operasionalisasi Variabel**

Agar variabel-variabel yang diteliti mudah dipahami dan makna yang sesuai dengan tujuan penelitian, maka perlu dilakukan konseptualisasi atau diberi ketetapan makna sehingga tidak terjadi ambigu atau asosiasi yang berbeda-beda (Seviella *et.al* 1993). Selanjutnya agar konsep tersebut dapat diukur, maka diberikan penjelasan lebih lanjut yang bersifat operasional. Kerlinger (2002) menyebutnya *measured operational definition* (definisi operasional yang dapat diukur).

Pengukuran adalah pemberian angka pada obyek-obyek atau kejadian-kejadian menurut suatu aturan (Kerlinger, 2002). Dalam pengukuran yang perlu diperhatikan adalah terdapat kesamaan yang dekat antara realitas sosial yang diteliti dengan nilai yang diperoleh dengan pengukuran. Oleh sebab itu, suatu instrumen pengukuran dipandang baik apabila hasilnya dapat merefleksikan secara tepat realitas dari fenomena yang hendak diukur (Singarimbun dan Effendi, 1995).

Variabel X: Program Acara Mata Najwa,  
Dimensi:

1. Pemirsa, Dalam hal ini komunikator harus memahami kebiasaan dan minat pemirsanya, baik yang termasuk kategori anak-anak,

remaja maupun dewasa. Hal ini perlu, karena berkaitan dengan materi pesandan jam tayang.

2. Waktu, Faktor waktu menjadi bahasa pertimbangan, agar setiap acara ditayangkan secara proposional dan dapat diterima oleh khalayak yang dituju.
3. Durasi, Durasi yaitu jumlah menit dalam setiap penyajian program acara. Masing-masing acara mempunyai durasi yang disesuaikan dengan jenis acara dan tuntutan skrip, agar tujuan dari acara tersebut dapat tercapai.
4. Metode Penyajian, Dalam mengemas pesan dalam suatu acara yang sedemikian rupa yaitu menggunakan metode penyajian tertentu agar pesan non hiburan dapat mengandung unsur hiburan. Hal ini berkaitan dengan fungsi utama dari televisi. Maka informasi tersebut akan lebih baik dan dapat mencapai sasarannya.

Variabel Y: Tingkat Kebutuhan akan informasi di era globalisasi kini sudah dapat dipenuhi dengan cepat dan praktis. Dimensi:

1. Kebutuhan Kognitif (*cognitive needs*), Kebutuhan yang berkaitan dengan penguasaan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk menyelidiki kita.
2. Kebutuhan afektif (*affective needs*), Kebutuhan yang berhubungan dengan penguasaan pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional.
3. Kebutuhan Interaksi social (*social interactive needs*), Kebutuhan yang berhubungan dengan penguasaan kontak dengan keluarga, teman, dan dunia.
4. Kebutuhan integrasi pribadi (*personal integrative needs*), Kebutuhan yang berhubungan dengan penguasaan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individu.
5. Kebutuhan pelepasan (*escapist needs*), Upaya menghindari tekanan, ketegangan dan hasrat akan keanekaragaman.

### **Validitas dan Reliabilitas Instrumentasi**

#### **Validitas Instrumentasi**

Salah satu ukuran validitas untuk sebuah kuesioner adalah apa yang disebut sebagai

validitas konstruk (*construct validity*). Dalam pemahaman ini, sebuah kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan untuk mengukur suatu hal, dikatakan *valid* jika setiap butir pertanyaan yang menyusun kuesioner tersebut memiliki keterkaitan yang tinggi.

Pada penelitian ini, uji validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan uji validitas isi (butir) dengan cara menyusun indikator pengukuran operasional berdasarkan kerangka teori dari konsep yang diukur. Validitas isi dari instrumen ditentukan dengan jalan mengkorelasikan antara skor masing-masing item dengan total skor item.

Langkah-langkah cara menguji validitas menurut Ancok (1995), adalah:

1. Mendefinisikan secara operasional konsep yang diukur.
2. Melakukan uji coba skala pengukuran pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total, menggunakan teknik korelasi *product moment*.

Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$  pada taraf kepercayaan (signifikansi) tertentu, berarti instrumen yang dibuat memenuhi kriteria validitas atau instrumen tersebut valid. Sebaliknya, jika angka korelasi yang diperoleh  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  (berkorelasi negatif), berarti pernyataan tersebut bertentangan dengan pernyataan lainnya atau instrumen tersebut tidak valid.

### **Reliabilitas Instrumentasi**

Jogiyanto (2008) mengatakan bahwa reliabilitas suatu alat ukur (kuesioner) menunjukkan akurasi dan ketepatan dari pengukurannya. Reliabilitas berhubungan dengan akurasi (*accurately*) dari pengukurannya. Suatu pengukur dikatakan reliabel jika dapat dipercaya. Supaya dapat dipercaya, maka hasil dari pengukuran harus akurat dan konsisten atau presisi. Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subyek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda. Besarnya tingkat reliabilitas dalam hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisiennya, yaitu koefisien reliabilitas.

Reliabilitas instrumentasi adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk

mencapai hal tersebut, dalam penelitian ini dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan rumus alpha Cronbach diukur berdasarkan skala alpha Cronbach 0 sampai 1.

Apabila nilai hasil perhitungan ( $\alpha$ ) dikelompokkan dalam lima kelas skala yang sama (0 sampai 1) maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- (1) Nilai koefisien alpha berkisar 0,00 – 0,20 berarti kurang reliabel.
- (2) Nilai koefisien alpha berkisar 0,21 – 0,40 berarti agak reliabel.
- (3) Nilai koefisien alpha berkisar 0,41 – 0,60 berarti cukup reliabel.
- (4) Nilai koefisien alpha berkisar 0,61 – 0,80 berarti reliabel.
- (5) Nilai koefisien alpha berkisar 0,81 – 1,00 berarti sangat reliabel.

Menurut Babbie (1992) suatu instrumentasi (keseluruhan indikator dianggap reliabel (reliabilitas internal) jika  $\alpha \geq 0,6$ .

### **Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data secara primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa:

- a. Kuesioner, adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau dikerjakan oleh responden yang diteliti.
- b. Wawancara, yaitu percakapan antara periset sebagai seseorang yang berharap mendapat informasi dengan informan sebagai seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu obyek. Wawancara mendalam termasuk wawancara semi terstruktur.

Teknik pengumpulan data secara sekunder diperoleh dari: Buku-buku literatur yang digunakan, jurnal, majalah maupun data lain yang didapat dari sumber sekunder.

### **Teknik Analisis Data**

#### **1. Korelasi**

Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner. Rumus atau teknik statistik yang digunakan untuk mengetahui koefisien korelasi atau derajat kekuatan hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan antara variabel atau data atau skala interval dengan interval lainnya yaitu dengan menggunakan teknik korelasi Pearson's Product Moment (Kriyantono, 2007). Tabel dibawah ini

pedoman dalam memberikan interpretasi koefisien korelasi.

**Tabel 1**  
**Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,09	Sangat Rendah
0,02 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

*Sumber: Sugiyono (2004)*

## 2. Regresi

Analisis regresi ditujukan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau persamaan (Kriyantono, 2008). Untuk meriset apakah memang ada pengaruh antara variabel X dengan Variabel Y maka digunakan rumus Regresi Linear sederhana. Penulis menggunakan Regresi Linear sederhana karena sudah diketahui variabel X adalah variabel bebas dan variabel Y adalah variabel terikat dimana nilai-nilai Y dapat dihitung berdasarkan nilai X tertentu.

## Hasil Uji Validitas

**Tabel 2**  
**Uji Validitas Variabel X**

Dimensi	Butir Pernyataan	R hitung	r tabel	Status
PEMIRSA	P1	0,741	> 0,361	valid
	P2	0,458	> 0,361	valid
	P3	0,574	> 0,361	valid
WAKTU	P4	0,620	> 0,361	valid
	P5	0,548	> 0,361	valid
DURASI	P6	0,682	> 0,361	valid
	P8	0,747	> 0,361	valid
METODE PENYAJIAN	P9	0,688	> 0,361	valid
	P10	0,563	> 0,361	valid
	P11	0,575	> 0,361	valid

Dalam penelitian ini, tabel menggunakan signifikansi 0,05 dengan uji terhadap variabel X serta jumlah responden sebesar (n) = 30, maka dapat diketahui semua pernyataan valid, karena telah memenuhi syarat nilai r hitung > r tabel. Dengan demikian pertanyaan tersebut dapat dilanjutkan untuk penelitian selanjutnya.

## Uji Reliabilitas Variabel X

**Tabel 3**  
**Uji Reliabilitas Variabel X**

Cronbach's Alpha	N of Items
,933	11

Dari hasil analisis tabel diatas, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.933 dengan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa data tersebut adalah reliabel, karena  $0.933 > 0,60$  (syarat reliabel).

## Untuk Variabel Y

**Tabel 4**  
**Uji Validitas Variabel Y**

Dimensi	Butir Pernyataan	R hitung	R tabel	Status
kognitif	P25	0,703	> 0,361	valid
	P26	0,663	> 0,361	valid
	P27	0,665	> 0,361	valid
	P28	0,868	> 0,361	valid
afektif	P29	0,543	> 0,361	valid
	P30	0,714	> 0,361	valid
	P31	0,584	> 0,361	valid
konatif	P32	0,652	> 0,361	valid
	P33	0,614	> 0,361	valid

Dalam penelitian ini, tabel menggunakan signifikansi 0,05 dengan uji terhadap variabel Y serta jumlah responden sebesar (n) = 30.

## Uji Reliabilitas Variabel Y

**Tabel 5**  
**Uji Reliabilitas Variabel Y**

Cronbach's Alpha	N of Items
,902	9

Dari hasil analisis tabel diatas, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.902 dengan hasil tersebut maka bisa dikatakan bahwa data tersebut adalah reliabel, karena  $0.902 > 0.60$  (syarat reliabel).

## Hasil dan Pembahasan Uji Korelasi

Pengujian ini bertujuan untuk untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara dua variabel. Program acara (X) dan tingkat pengetahuan (Y).

**Tabel 7**  
**Hasil Uji korelasi**

		Organisasi	Kinerja
Program Acara	Pearson Correlation	1	,717**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	70	70
Tingkat pengetahuan	Pearson Correlation	,717**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	70	70

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

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar  $r = 0,717$ , dari tabel nilai koefisien korelasi. Maka nilai tersebut berada pada posisi 0,71 – 0,90 yakni berada pada kategori tingkat hubungan yang tinggi. Hal ini menunjukkan arah korelasi (hubungan) yang signifikan antara variabel X dan variabel Y, yaitu terdapat hubungan yang tinggi antara program acara Mata Najwa terhadap tingkat pengetahuan mahasiswa UBM-Jakarta.

### Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi merupakan pengaruh yang terjadi antara variabel budaya program acara Mata Najwa terhadap tingkat pengetahuan mahasiswa UBM-Jakarta. Berikut hasil uji analisis regresi berdasarkan dengan perhitungan SPSS versi 21.

**Tabel 8**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,717 <sup>a</sup>	,514	,506	1,948

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

R disebut juga sebagai koefisien korelasi. Dapat dikatakan bahwa nilai koefisien korelasi antara variabel program acara (X) dengan tingkat pengetahuan (Y) adalah 0,717 berarti terdapat hubungan yang tinggi antara variabel program acara dengan variabel tingkat pengetahuan mahasiswa UBM Jakarta sebesar 71,7%.

R *square* disebut koefisien determinasi. Dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai R *square* ( $R^2$ ) untuk variabel X dan Y yaitu sebesar 0,514 atau dibaca dalam koefisien determinasi adalah sebesar 51,4%. Yang artinya pengaruh program acara terhadap tingkat pengetahuan sebesar 51,4%. Sementara 48,6% lainnya

dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Uji Hipotesis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidak ada pengaruh program acara (X) terhadap tingkat pengetahuan mahasiswa (Y), survei pada Universitas Bunda Mulia, Jakarta.

**Tabel 9**  
**Hasil Coefficients**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,338	2,911		4,581	,000
	X	,249	,029	,717	8,474	,000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan uji regresi linear sederhana dapat dinyatakan bahwa dengan rumus persamaan:

$$Y = a + Bx$$

$$Y = 13,338 + 0,249 X$$

Dari penjabaran di atas, dapat diartikan sebagai berikut: Bahwa Constant sebesar 13,338 artinya jika program acara (X) nilainya adalah 0, maka tingkat pengetahuan (Y) nilainya positif 13,338. Koefisien regresi variabel program acara (X) sebesar 0,249 artinya jika program acara mengalami kenaikan 1 point, maka tingkat pengetahuan akan mengalami peningkatan sebesar 0,249. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara program acara dengan tingkat pengetahuan, semakin naik nilai yang didapat dari program acara maka semakin meningkat tingkat pengetahuan di UBM Jakarta.

Dari tabel dapat diketahui nilai t hitung adalah sebesar 8,474 yang didapat dari hasil uji regresi linear sederhana antara variabel program acara (x) tingkat pengetahuan (y). Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$  atau 0,025 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df)  $n - k - 1$  atau  $70 - 1 - 1 = 68$  (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen) maka dapat diketahui nilai t tabel yang di peroleh adalah 1,995 (Priyatno, 2009:71).

Nilai t hitung 8,474 dan nilai t tabel 1,995 jadi nilai t hitung > t tabel maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel program acara (x) dengan tingkat pengetahuan (y). Jadi, dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa program

acara Mata Najwa memiliki pengaruh terhadap tingkat pengetahuan mahasiswa.

### **Kesimpulan**

1. Dilihat dari gambaran 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.
2. Pengaruh program acara berpengaruh positif terhadap tingkat pengetahuan artinya perubahan program acara Mata Nazwa mempunyai pengaruh searah terhadap perubahan tingkat pengetahuan atau dengan kata lain apabila terjadi peningkatan program acara Mata Nazwa maka akan terjadi peningkatan pengetahuan mahasiswa dan secara statistik memiliki pengaruh yang positif signifikan.

### **Saran**

1. Nilai-nilai yang telah diuji validitasnya dalam bentuk kuisisioner seperti Pemirsa, waktu, durasi dan metode penyajian baik sehingga harus tetap dipertahankan dalam setiap episodenya agar tetap menjadi baik.
2. Dengan mempertahankan kualitas dari program acara secara langsung akan berdampak pada tingkat pengetahuan penonton sehingga perlu terus dilakukan evaluasi untuk mempertahankan kualitas program acara tersebut.

### **Daftar Pustaka**

Ancok D. (1995). *Validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Dalam metode penelitian survai*. Diedit oleh Singarimbun dan Sofian effendi. Jakarta : LP3ES.

Ashenfelter O, Levine PB, Zimmerma DJ. (2003). *Statistics and econometrics: methods and applications*. New York: John Wiley & Sons, Inc.

Babbie E. (1992). *The practice of social research*. Edisi Enam. Belmont, California: Wadsworth Publishing Company.

Bonar SK. (1993). *Hubungan masyarakat modern*. Jakarta: Rineka Cipta.

Bungin B. (2006). *Metodologi penelitian kuantitatif-komunikasi, ekonomi dan kebijakan publik serta ilmu-ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.

Effendy OU. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra aditya Bakti.

Elvinaro A. (2007). *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

Iriantara Y. (2004). *Manajemen Strategis Public Relation*. Bandung: Ghalia Indonesia.

Jogiyanto HM. (2008). *Metodologi penelitian sistem informasi: Pedoman dan contoh melakukan penelitian di bidang sistem teknologi informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Kerlinger NF. (2002). *Azas-azas penelitian behavioral*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Kriyantono R. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana. Jakarta.

Muda DI. (2003). *Jurnalistik Televisi*. Bandung: Rosda Karya.

Morissan. (2008). *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Prenada Media Group.

Muda Deddy Iskandar. (2004). *Jurnalistik Televisi*. Bandung: Remadja Rosdakarya.

Seviela CG, Ochave A, Punsalan G, Regala P, Uriarte. (1993). *Pengantar metode penelitian*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.

Sutabri T. (2005). *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Andi.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit ALFABETA.

Yusuf PM. (2009). *Ilmu Informasi Komunikasi dan Kepustakaan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.