

PENGARUH TAYANGAN PROGRAM ILOOK NET TV TERHADAP MINAT MENONTON SISWA/I SMK SAHID JAKARTA

Dwi Lestari Oktavia¹, Gita Widiasanty²

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

^{1,2}*Jl. Wijaya II No.62 Jakarta 12160*

¹ *dwilestariotaviam16@gmail.com*

² *gitawidya1978@gmail.com*

Abstrak. Penelitian yang dilaksanakan bertujuan untuk menemukan seberapa besar pengaruh yang didapatkan dari program televisi ilook Net TV terhadap minat menonton siswa/i SMK Sahid Jakarta. Peranan media massa saat ini dapat dikatakan cukup besar pada kehidupan manusia, media televisi termasuk dalam salah satunya. Televisi ialah media massa yang dapat memberikan informasi satu arah terhadap khalayak karena menampilkan banyak program, salah satunya program “ilook Net TV”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji adanya pengaruh yang diberikan program ilook Net TV terhadap minat menonton siswa/i SMK Sahid Jakarta. Penelitian yang dilaksanakan memanfaatkan pendekatan kuantitatif dan metode *survey* dan menggunakan kuesioner dalam memperoleh data sampel yang diperlukan dalam penelitian, teori yang digunakan *Hypodermic Needle Theory*, paradigma yang digunakan yaitu positivistik. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 150 siswa/i SMK Sahid Jakarta dengan jumlah sampel 109 siswa/i SMK Sahid Jakarta dengan memanfaatkan teknik *systematic random sampling*, dengan teknik pengolahan data yaitu SPSS, teknik analisis data yang dimanfaatkan yakni regresi linier sederhana, teknik konfirmasi data untuk menguji valid atau tidaknya penelitian yaitu menggunakan produk moment dan untuk uji reliabilitasnya menggunakan *alfa cronbach*. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa tayangan program televisi ilook Net TV berpengaruh terhadap minat menonton siswa/i SMK Sahid Jakarta. Hasil penelitian yang dilaksanakan ialah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan program ilook Net TV terhadap minat menonton siswa/i SMK Sahid Jakarta.

Kata kunci: Minat Menonton, Tayangan Program Televisi, ilook Net TV

Abstract. *The research carried out aims to find out how much influence the television program ilook Net TV has on the interest in watching students of SMK Sahid Jakarta. The role of mass media today can be said to be quite large in human life, television media is one of them. Television is a mass media that can provide one-way information to the audience because it displays many programs, one of which is the "ilook Net TV" program. The research has the aim of finding whether or not there is an influence given by the ilook Net TV program on the interest in watching students at SMK Sahid Jakarta. This research using a quantitative approach and survey methods and using a questionnaire to obtain the sample data needed in the study, the theory used was Hypodermic Needle Theory, the paradigm used was positivistic. The population in this study amounted to 150 students at SMK Sahid Jakarta with a sample of 109 students at SMK Sahid Jakarta by utilizing systematic random sampling techniques, with data processing techniques SPSS, data analysis techniques used simple linear regression, data confirmation techniques for to test whether the research is valid or not, that is using the moment product and to test its reliability using Cronbach's alpha. The results of this study are that the ilook Net TV television program has an effect on interest in watching students at SMK Sahid Jakarta. The results of the research carried out are that there is a positive and significant influence on the ilook Net TV program on the interest in watching students at SMK Sahid Jakarta.*

Keywords: *Interest in Watching, Broadcasting Television Programs, ILOOK NET TV*

1. Pendahuluan

Pada zaman ini, cepatnya laju teknologi dari hari ke hari mengakibatkan banyak perubahan pada sebuah negara salah satunya Indonesia. Dari pesatnya perubahan teknologi tersebut terdapat beberapa pengaruh positif misalnya mudah mendapatkan informasi terbaru (Ramadhani, 2020). Salah satunya teknologi televisi, televisi merupakan sebuah media pandang atau lihat dan juga media pendengar (audio-visual) televisi, lain masalahnya dalam media cetak yang menekankan pada penggunaan media pandang. Masyarakat melihat gambar-gambar pada tayangan televisi, dan juga mendengarkan maupun mencoba memahami isi penjelasan ataupun deskripsi atas gambar yang ditayangkan (Badjuri, 2010: 39).

Kesuksesan suatu stasiun televisi dalam menarik minat hati dan mata masyarakat sebagai penonton tidak lepas dari keberhasilan suatu program acara televisi yang ditayangkan. Program merupakan sebuah tayangan yang disiarkan oleh stasiun televisi yang ditujukan untuk menghibur pemirsanya (Morissan, 2009:200).

Dengan perkembangan era globalisasi yang sangat pesat saat ini media massa sangat diperlukan dan dibutuhkan, tanpa adanya media televisi, radio, internet maka masyarakat akan sulit mendapatkan informasi dan perkembangan dari sekelilingnya juga perubahan dunia

luar. Bahkan di Indonesia televisi bertumbuh dengan sangat cepat, hal tersebut terbukti dari bertambahnya jumlah stasiun televisi (La Ode Mohamad Yaser Arafat, 2020).

Indonesia memiliki beberapa stasiun televisi swasta antara lain Net TV. Net TV adalah kepanjangan dari *News and Entertainment Television*, yang memulai karirnya untuk menyiarkan program pada tanggal 26 Mei pada tahun 2013. Net TV merupakan anggota dari kelompok usaha INDIKA GROUP, program yang dihadirkan Net TV ditujukan kepada keluarga terutama kawula muda, serta memiliki slogan 'Televisi Masa Kini'. Salah satu tayangan Net TV adalah tayangan *fashion*. Net TV memiliki program *magazine show* yang membahas tentang pernak-pernik busana, *tips and trick* dalam mempadu padankan busana atau *fashion* dari ujung kepala sampai kaki yang bermanfaat dan menjadi acuan dalam berbusana, *tutorial make up* minimalis hingga *make up* untuk pesta yaitu program *ilook*. *ilook* merupakan tayangan program informasi *magazine* tentang *fashion, beauty* dan *life style*. Program ini dibawakan oleh *presenter* sekaligus model cantik Kimi Jayanti dibawakan secara santai bagi para penontonnya. Program tersebut ditayangkan di hari Sabtu dan Minggu pada jam 10.30-11.00 di Net TV. Dengan adanya *factor* dari media massa, dunia *entertainment*, dunia bisnis, dan

internet maka *trend fashion* di Indonesia sangat berkembang. Dengan adanya faktor tersebut para perancang busana lebih mudah untuk mengakses dan mendapatkan informasi tentang perkembangan busana yang sedang populer untuk menciptakan variasi busana (Mega, 2017).

ilook merupakan sebuah program yang dimiliki Net TV yang memiliki daya minat tonton remaja berdasarkan kriteria remaja wanita usia 15-16 tahun, dan mengetahui program ilook Net TV. Berlandaskan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik meneliti “*Pengaruh Tayangan Program ilook Net TV Terhadap Minat Menonton Siswa/i SMK Sahid Jakarta*”.

Berlandaskan permasalahan tersebut, peneliti menetapkan rumusan masalah pada penelitian yang dijalankan ialah apakah terdapat pengaruh yang diberikan program televisi ilook Net TV terhadap minat menonton dan seberapa besar pengaruh yang diberikan program ilook Net TV terhadap minat menonton siswa/i SMK Sahid Jakarta?. Penelitian yang dilaksanakan mempunyai tujuan, yakni menemukan ada atau tidak adanya pengaruh yang diberikan ilook Net TV seberapa besar pengaruh yang diberikan terhadap minat menonton siswa/i SMK Sahid Jakarta.

Penelitian yang dilaksanakan secara teoritis mempunyai manfaat

untuk menunjang perkembangan ilmu pengetahuan di bidang *broadcasting* (penyiaran), terutama mengenai pengaruh program televisi terhadap referensi dalam minat menonton program tayangan ilook Net TV. Penelitian yang dilaksanakan secara praktis dapat dimanfaatkan untuk perkembangan pada dunia *broadcasting* terutama dalam minat menonton program tayangan ilook Net TV.

2. Tinjauan Literatur Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilaksanakan dibuat dari sumber referensi serta beragam sumber yang berkaitan dengan teori dari beberapa penelitian terdahulu. Selanjutnya peneliti akan menguraikan berbagai penelitian terdahulu. Dalam penelitian yang dilaksanakan oleh Fauziah Khairunisa ketika tahun 2019 ini meneliti tentang ‘Pengaruh Tayangan *Muslim Traveler* Terhadap Minat Menonton Net TV’ (*survey* pada Lembaga Dakwah Kampus Salim Universitas Negeri Jakarta. Pada penelitian ini menggunakan teori *Hypodermic Needle Theory* atau teori peluru, dengan metode penelitian yaitu pendekatan kuantitatif, metode penelitian angket dan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh pada tayangan *Muslim Travelers* terhadap minat menonton Net TV (Khairunisa, 2019).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Niken Ayu Seruni dan Sherman Zein pada tahun 2019 ini membahas tentang ‘Motif Menonton program I LOOK di Net TV pada *Followers* Instagram @ilook_net’. Pada penelitian ini menggunakan teori motif dengan 4 dimensi dan teori *uses and gratification* menjadi teori pendukung. Penelitian yang dilaksanakan memanfaatkan *non probability sampling* dalam pemilihan atau pengambilan sampel, yakni *sampling* kuota, serta metode yang dimanfaatkan ialah metode kuantitatif deskriptif. Metode kuantitatif deskriptif sebagai metode penelitiannya. Hasil penelitian diperoleh dari hasil uraian data, oleh sebab itu dapat ditarik kesimpulan bahwa motif yang memperoleh angka persentase tertinggi ketika menyaksikan program televisi ilook pada *followers* akun @ilook_net ialah motif dalam memperoleh informasi senilai 4,12, kemudian diiringi dengan motif dalam memperoleh hiburan yakni senilai 4,10 pada posisi urutan kedua, selanjutnya motif interaksi sosial dengan persentase senilai 3,93 pada posisi urutan ketiga, serta motif identitas pribadi dengan persentase 3,79 menduduki urutan keempat (Sherman Zein Seruni, 2019).

Pada penelitian yang dilaksanakan oleh Fahri Ramadhan ketika tahun 2015 ini membahas tentang ‘Pengaruh Program

Talkshow Komedi *The Comment* di Net TV Terhadap Minat Menonton Masyarakat’ (Studi Pada Warga di Jalan Sukapura Bandung, Jawa Barat). Penelitian yang dilaksanakan menggunakan teori kultivasi, dengan pendekatan kuantitatif, metode penelitian kuesioner. Bahwa dapat disimpulkan pada penelitian tersebut yaitu terdapat pengaruh dari program *talkshow* komedi *The Comment* di Net TV pada minat menonton masyarakat. Oleh sebab itu, masukan yang mampu peneliti berikan yaitu supaya sebuah program pada televisi dapat lebih mengawasi muatan media pada tayangan televisi, hal ini bertujuan untuk memberikan peningkatan kualitas pada program tayangan televisi pada berbagai bidang agar penonton mendapatkan hiburan serta merasa puas dengan program yang ditayangkan (Rahmadan, 2015).

Komunikasi

Komunikasi yaitu suatu prosedur pengiriman pesan yang berasal dari komunikator yang ditujukan ke komunikan atau dapat dikatakan sebagai ‘*transfer informasi*’ atau pesan. Dalam sebuah sistem komunikasi maka komunikator akan mengirimkan pesan atau informasi kepada komunikan untuk mencapai target sebuah komunikasi (Suprpto, 2009: 5).

Pada penelitian yang dilaksanakan ini, bentuk komunikasi yang dipakai ialah komunikasi

massa, Defleur dan Dennis McQuail (1985) berpendapat media massa merupakan sebuah proses komunikator-komunikator memakai media untuk menyebar luaskan pesan dengan cara terus-menerus untuk menciptakan penjelasan dan pengertian yang diharapkan bisa mempengaruhi khalayak luas dan berbeda dengan melalui berbagai upaya (Riswandi, 2009:103-104).

Komunikasi massa ialah suatu wujud komunikasi yang penggunaan media dipakai guna menyebar luaskan pesan antara komunikator terhadap komunikan. Pesan yang disampaikan umumnya bersifat terbuka agar mudah diterima oleh masyarakat. Di dalam komunikasi dapat timbul sebuah efek terhadap targetnya, dan efek tersebut adalah:

Dalam komunikasi massa terdapat dampak kognitif karena pesan yang ingin diberikan menggunakan komunikasi dapat menyampaikan sebuah informasi kepada pihak penerima yaitu efek kognitif. Komunikasi massa memberikan manfaat terhadap masyarakat untuk memperoleh informasi sehingga masyarakat mengetahui informasi baru melalui pesan yang terdapat didalamnya.

Dalam komunikasi massa terdapat efek afektif yang berkaitan dengan perasaan atau emosi. Karena dalam pesan yang disampaikan antara komunikator kepada komunikan dapat menciptakan perasaan serta

dapat merubah perasaan. Faktor-faktor yang berpengaruh dalam efek afektif yaitu situasi, terpaan, suasana, emosional, skema kognitif serta faktor identifikasi. Suasana emosional berkaitan dengan emosional komunikan. Efek konotatif yang berkaitan dengan perilaku ataupun tindakan adalah efek konotatif.

Efek konatif adalah penggabungan antara efek afektif dan efek kognitif. Contohnya saat terjadi bencana kebakaran maka timbul rasa iba dan timbul pula rasa ingin membantu sehingga terwujudlah tindakan memberikan bantuan berupa sumbangan. Begitu pula sama halnya efek *behavioral* dengan efek konatif seperti perilaku maupun tindakan komunikan dalam komunikasi massa. Efek *behavioral* yang terjadi berbeda antara satu sama lainnya (Ivony, 2017).

Media

Pengertian media menurut Canggara (dalam Muslimin, 2019:57) yaitu sebuah sarana ataupun instrumen yang dimanfaatkan atau digunakan dengan tujuan mengirim dan memberikan pesan yang berasal dari komunikator kepada komunikan yang dijadikan sebagai khalayak.

Jenis-jenis media secara umum dapat dibagi menjadi:

Media visual ialah sebuah media massa yang dinikmati menggunakan indera pengelihatannya. Media yang menggunakan indera

penglihatan seperti: televisi, gambar, tulisan, poster dan lain sebagainya.

Media audio yaitu sebuah media massa dengan media salurannya melalui telinga atau indera pendengaran. Sebagai contohnya: lagu-lagu, suara bel, dan jenis-jenis suara lainnya.

Media audio-visual ialah penggabungan dari media visual serta audio dan berisikan suara serta gambar namun keduanya bisa dinikmati secara bersamaan sebagai contohnya: tayangan televisi, pertunjukan, dan lain sebagainya (Satrianawati, 2018: 10).

Hypodermic Needle Theory

Hypodermic Needle Theory adalah teori yang memiliki asumsi apabila elemen-elemen komunikasi (komunikator, pesan, media) sangat kuat dalam memberikan pengaruh dalam berkomunikasi. Teori ini dikenal sebagai jarum hipodermik karena pada model teori ini dimaknai seakan-akan komunikasi disuntikkan langsung ke dalam tubuh komunikan, sesuai dengan obat yang mengalir dalam tubuh sehingga terjadinya perubahan dalam sistem tubuh. Sama halnya dengan berbagai pesan persuasif yang mengubah sistem psikologis.

Teori peluru adalah konsep awal dari efek komunikasi massa. Teori peluru atau jarum hipodermik memberikan asumsi bahwa media mempunyai kekuatan yang sangat kuat dan komunikan dianggap pasif. Teori ini mengasumsikan

komunikator mampu menembakkan peluru komunikasi yang sangat ajaib kepada khalayak yang tidak berdaya (pasif).

Khalayak dianggap sebagai sekumpulan orang yang homogen dan mudah dipengaruhi. Sehingga, pesan-pesan yang disampaikan kepada khalayak akan selalu diterima. Fenomena inilah yang melahirkan teori jarum suntik (*Hypodermic Needle Theory*) (Musfialdy & Anggraini, 2020).

Televisi, Program Acara dan Minat Menonton

Televisi merupakan sebuah media massa yang mempunyai banyak fungsi. Fungsi dari televisi yaitu sebagai alat yang memberikan sebuah informasi terhadap khalayak masyarakat yang membutuhkan informasi dari nasional dan internasional. Informasi tersebut digunakan untuk menambah ilmu pengetahuan dan berita yang diterima dari media tersebut (McQuail, 2011: 63).

Majalah berita atau dalam bahasa asingnya *magazine news* merupakan suatu tayangan berita yang berisikan macam-macam tayangan *features* yang ditayangkan dalam reportase aktual. Pengertian dari minat yaitu suatu keadaan ketika individu mempunyai ketertarikan khusus pada sebuah dan memiliki tujuan guna menemukan dan mengkaji lebih dalam dan lebih jauh. Timbul dikarenakan adanya perhatian mendalam pada suatu

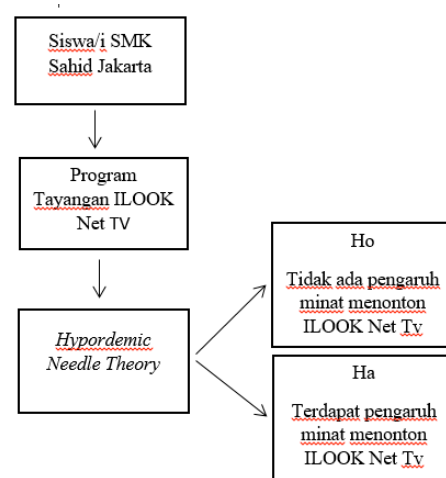
objek, dimana perhatian itu yang membuat rasa ingin tahu dan mempelajarinya untuk lebih dalam (Darmadi, 2017:307).

Menonton televisi yaitu suatu kemampuan manusia sebagai mahluk sosial, yaitu kemampuan yang diperolehnya dari pengalaman, hubungan dengan orang lain dengan lingkungan masyarakatnya. Fungsi menonton dalam hal ini disebut sebagai alat yaitu untuk mencapai pengertian yang baik di dunia tentang sesuatu hal. Seseorang yang ingin mendapatkan pengetahuan akan menonton pengetahuan yang sangat diperlukan untuk menambah pengetahuan. Ataupun sebaliknya jika ingin menghibur diri maka akan menonton televisi dan mencari acara televisi yang menghibur, maka menontonnya pun rileks dan menikmati tanpa mencerna isinya sungguh-sungguh (Alimuddin, 2015:71).

Merujuk pada literatur dan kajian penelitian terdahulu maka dalam penelitian ini dihipotesiskan bahwa:

Ho: Tidak ditemukan pengaruh dari program tayangan ilook Net TV terhadap minat menonton siswa/i SMK Sahid Jakarta.

Ha: Terdapat pengaruh dari program tayangan ilook Net TV terhadap minat menonton siswa/i SMK Sahid Jakarta.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

3. Metode Penelitian

Paradigma yang dimanfaatkan dalam penelitian yang dilaksanakan ialah paradigma positivisme atau biasa disebut sebagai paradigma positivistik. Paradigma ini memandang suatu dengan apa adanya dan memfokuskan keinginan bebas dan pengalaman. Pengalaman ialah data yang dirasakan indera dan dapat dilakukan pembuktian apabila bukan data yang dirasakan indera dapat ditarik kesimpulan hal tersebut bukanlah fakta (Soerjanto Poespowardojo & Seran, 2015).

Metode penelitian ialah pedoman dalam melaksanakan penelitian (Sudaryono, 2016:7). Penelitian yang dilaksanakan memanfaatkan metode penelitian kuantitatif ialah suatu metode mendapatkan pengetahuan dengan memakai data dalam bentuk angka yang dijadikan instrumen untuk mendapatkan pernyataan tentang

sesuatu yang akan diketahui. Metode penelitian kuantitatif dilaksanakan menggunakan *survey research*, *correlation research*, penelitian kuasi-eksperimental, dan penelitian eksperimen (Darmawan, 2014:37).

Pengertian penelitian *survey* ialah sebuah penelitian yang dilaksanakan menentukan sebuah populasi kecil atau populasi besar, namun data yang dikaji ialah data sampel yang dihimpun dari populasi sebelumnya hingga didapatkan peristiwa relatif distribusi serta hubungan di antara variable psikologis atau sosiologis (Anshiori & Iswati, 2017:12).

Populasi (*population*) merupakan keseluruhan beragam unit penelitian yang dijadikan objek pengamatan pada sebuah penelitian survei, hal tersebut ini dikuatkan dengan pendapat. Neuman (2011) populasi merupakan sebuah gabungan besar yang diambil oleh peneliti untuk menjadi sampel yang hasil sampelnya sudah digeneralisasi (Darwinsyah, 2018). Dengan konsep definisi yang lengkap mengenai populasi, maka keterangan yang diperoleh menurut sampel bisa dikaitkan menggunakan populasi yang jelas. Populasi yang ditentukan dalam suatu *survey* sebagai sasaran penelitian *survey* (Asra & Prasetyo, 2016:16). Pada penelitian ini adalah siswa/i SMK Sahid Jakarta jumlah populasinya adalah 150 orang yang aktif dan bersekolah di SMK Sahid Jakarta.

Sampel dapat diartikan sebagian dari jumlah populasi, tapi tidak semua jumlah populasi dapat dijadikan sebagai sampel dalam penelitian karena hanya sebagian dari populasi yang dipilih akan dijadikan sebuah sampel (Yulianto et al., 2018: 61). Maka dari itu, peneliti mengambil sampel sebanyak 109 siswa/i dari jumlah populasi siswa/i SMK Sahid Jakarta untuk diteliti.

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

n: Jumlah sampel

N: Jumlah populasi

e: *error tolerance* (Endra, 2017:106).

$$\begin{aligned} n &= \frac{150}{1 + 150 \cdot (0,05)^2} \\ &= \frac{150}{1 + 150 \cdot (0,0025)} \\ &= \frac{150}{1 + 0,375} \\ &= \frac{150}{1,375} \\ &= 109,0909 = 109 \end{aligned}$$

Teknik *systematic random sampling* merupakan teknik yang tingkat kesalahannya sedikit dalam penentuannya sehingga lebih praktis. *Systematic random sampling* merupakan langkah yang digunakan dalam prosedur ini (Yusuf, 2014:156-157). Cara penentuan dan pengambilan sampel awalnya menetapkan ukuran sampel (n) dari keseluruhan populasi (N). Kemudian populasi yang digunakan dibagi

kedalam beberapa kelompok (k) dengan ketentuan $k \leq N/n$.

Selanjutnya menetapkan dengan acak satuan unit sampel pertama dari k . Unit sampel seterusnya secara sistematis berurutan dari kelompok seterusnya.

Siswa/i SMK Sahid Jakarta diberikan nomor urut dari 1 sampai dengan 150. Kemudian dibagi kedalam 75 kelompok, lalu diambil satu unit sampel secara acak pada kelompok 1 dan diambil no urut dua. Selanjutnya diambil sampel pada kelompok seterusnya yang segaris hingga terkumpul 109 sampel. Pengambilan sampel dengan teknik tersebut dilakukan berulang hingga responden yang didapatkan mencapai 109 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian yang dilaksanakan ini teknik pengumpulan data yang dimanfaatkan ialah teknik yang tepat agar hasil yang didapat valid dan reliabel dalam penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data yakni:

Angket adalah sebuah susunan pernyataan ataupun pertanyaan yang akan diserahkan ke responden dengan tujuan mendapatkan informasi secara detail sebuah masalah, tetapi responden tidak perlu merasa khawatir dalam memberikan jawaban dari pertanyaan tersebut (Dolet, 2019:132).

Dokumentasi dipergunakan untuk mengetahui informasi atau data yang didapatkan dari tempat penelitian,

informasi atau data tersebut berupa buku-buku yang relevan, peraturan, laporan kegiatan, porto data-data yang relevan dalam penelitian (Dolet, 2019:140).

Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data pada penelitian yang dilaksanakan memanfaatkan sistem SPSS, secara komputerisasi untuk memperoleh hasil olahan data *statistic* dengan menggunakan bantuan *computer* tidak memerlukan waktu lama serta memperoleh hasil yang sesuai. Software yang dapat membantu pengolahan data *statistic* diantaranya adalah SPSS, *Eviews*, *Mintab*, *Matlab*, *Amos* (Sujarweni, 2015:21).

Skala likert ditujukan kepada responden untuk menunjukkan tingkat kesetujuan atau tidak setuju terhadap deretan sebuah pertanyaan dari sebuah objek penelitian. Skala ini dibuat oleh Rensis Likert yang memiliki 5 maupun 7 bagian mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju (ISTIANTO, 2009).

Tabel 1 Skala Likert

Respons	Singkatan	Mutu
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Ragu-ragu	R	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Statistic merupakan sebuah kumpulan data yang berbentuk angka maupun tidak dalam bentuk angka yang dirangkai berbentuk daftar table

maupun dalam bentuk diagram yang menjelaskan atau berhubungan sebuah kejadian yang sudah ditentukan (Ahmadi, 2015).

Statistic inferensial sering dikatakan sebagai *statistic* induktif yaitu *statistic* yang dimanfaatkan ketika mengkaji data sampel dan hasil pengolahannya kemudian disimpulkan atau digeneralisasikan sebagai populasi dari asal sampel itu dihimpun. Media pada program tayangan televisi, berguna dalam meningkatkan kualitas pada program tayangan televisi pada berbagai bidang supaya penonton merasa puas serta terhibur dengan tayangan yang disajikan.

Statistika inferensial menyajikan metode yang objektif untuk menghimpun, mengelola, serta melakukan analisis data kuantitatif, dan menyimpulkan mengenai kriteria-kriteria populasi yang sudah ditentukan berlandaskan atas hasil analisis sampel yang ditentukan secara acak dari populasi yang berkaitan (Sutopo & Slamet, 2017:2)

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara untuk memastikan teknik analisis data menggambarkan suatu prosedur yang melekat pada prosedur penelitian. Penjabaran data dilaksanakan dengan tujuan memberikan jawaban atas hipotesis serta rumusan masalah yang sudah ditentukan. Selanjutnya hasil penjabaran data diinterpretasikan dan ditarik kesimpulannya. Pada

penelitian kuantitatif, metode *analysis* terbagi menjadi dua, yaitu *statistic* deskriptif serta *statistic* inferensial. Statistik deskriptif yaitu statistik yang mendefinisikan sebuah kejadian maupun data berupa tabel, grafis, frekuensi, atau bentuk lainnya. Dalam statistik deskriptif pada dasarnya hanya menyajikan sebuah deskripsi (gambaran) tentang kondisi data yang sesungguhnya tanpa mempunyai maksud mengeneralisasi data tersebut. Pada *statistic* deskriptif dapat dilakukan analisis berbentuk kolom, tabel, grafis, ukuran tendensi pusat, perhitungan frekuensi, ukuran disperse (standar, varian, kisaran deviasi), ukuran tendensi pusat (mean, modus, median), dan lainnya. Adapula *statistic inferensial* dimanfaatkan dalam meneliti sampel, peneliti mempunyai tujuan untuk mengeneralisasi maupun menghitung populasi berlandaskan atas data sampel (Suryani & Hendryadi, 2015:210).

Teknik Konfirmasi Data

Uji Validitas

Validitas merupakan akurasi atau ketepatan sebuah instrumen dalam pengukuran. Dalam pengujian instrument pengumpulan data, validitas yakni kecermatan maupun ketepatan sebuah alat dalam melakukan pengukuran. Pada pelaksanaan pengujian instrument pengumpulan data istilah validitas banyak dipergunakan misalnya ketika melakukan penelitian, yakni

validitas eskperimen, validitas butir serta dan validitas pengukuran. Sebelum instrument dimanfaatkan sebagai instrumen pengumpulan data, terlebih dahulu di uji cobakan hingga prasyarat valid apabila instrumen tes poin-poinnya sungguh-sungguh melakukan pengukuran terhadap sasaran tes berbentuk kemampuan pada bidang yang sudah ditentukan, bukan kemampuan lain (Sinaga et al., 2019:105). Rumus atau teknik statistik produk moment dipakai untuk mendapatkan koefisien korelasi maupun derajat kekuatan antara hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan diantara variabel atau data dengan interfal lain. Teknik ini dimanfaatkan untuk meneliti apakah sebuah variabel mempunyai ketergantungan pada variabel lain (Kriyantono, 2010: 175). Uji validitas dilaksanakan dengan tujuan menguji kelayakan isi pernyataan maupun pertanyaan pada angket/kuesioner tersebut akan menggambarkan sebuah variabel selain itu susunan pertanyaan biasanya untuk mendukung suatu kelompok atau variabel tertentu. Uji validitas dilaksanakan pada tiap poin soal kemudian hasilnya dibandingkan dengan r tabel $df = n - k$ dengan tingkat kesalahan 5%. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir soal disebut valid (Noor, 2016: 169). Rumus yang dimanfaatkan dalam melakukan uji validitas pada penelitian ialah teknik korelasi

product moment adalah sebagai berikut: (Kriyantono, 2010: 175).

Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan hasil pengukuran konsisten sejauh mana jika dilakukan sebanyak dua kali atau lebih pada fenomena yang sama, dan juga dengan alat ukur yang sama. Alat ukur bisa diaktegorikan reliable jika pengukurannya sudah dilakukan berkali-kali dan hasilnya sama. Sebuah kuesioner dapat dikatakan reliable jika jawabannya konsisten, sebagai contoh panjang dan lebar sebuah meja yang diukur dengan alat ukur meteran dan pengukurannya dilakukan secara berkali-kali menggunakan alat ukur yang sama, oleh sebab itu hasilnya tidak akan mengalami perubahan atau sama. Berbeda pula jika memakai alat ukur meteran pengukur kain hasil yang didapat akan berbeda Penghitungan reabilitas bisa dilakukan jika koesioner sudah valid. Maka sebelum itu wajib melakukan pengujian validitas terlebih dahulu sebelum melakukan uji reabilitas, apabila uji validitas tidak memenuhi syarat maka uji reabilitas tidak perlu dilakukan. *Cronbach Alpha* merupakan metode alat ukur reabilitas koesioner. Kuisioner dikatakan reliabel, apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari r tabel. Tahapan-tahapan uji reliabilitas menggunakan program SPSS (E, 2011). Menurut Noorada terdapat beberapa pokok mengenai uji reliabilitas. Pertama yaitu uji ini

dilakukan dengan tujuan menilai kestabilan ukuran serta konsistensi responden untuk menjawab kuesioner, kuesioner tersebut menggambarkan konstruk untuk dimensi sebuah variabel yang dirancang ke dalam format pernyataan atau pertanyaan. Kedua uji reliabilitas dilaksanakan secara bersamaan kepada semua pertanyaan. Apabila nilai $\alpha > 0,60$ maka dapat dikatakan reliabel. Tahapan pengujian reliabilitas pada penelitian ini memanfaatkan rumus *alfa cronbach*, dengan rumus sebagai berikut (Noor, 2016:165)

$$r_{ii} = \left[\frac{\kappa}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma 1^2} \right]$$

Keterangan:

r_{ii} = Reliabilitas Instrumen

K = Banyaknya Butir Pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = Jumlah Butir Pertanyaan

$\sigma 1^2$ = Varian Total

4. Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Untuk menilai apakah alat ukur (*instrument*) yang digunakan melengkapi syarat-syarat ukur yang baik, sehingga mendapatkan data yang sesuai dengan kenapa yang diukur, sebelum melakukan analisis data bersumber dari hasil data yang dikumpulkan lebih dahulu melakukan pengujian data melewati uji validitas dan reabilitas data.

Percobaan ini dilakukan untuk menguji kesungguhan setiap butir penyayaan dalam mengukur variabelnya. Percobaan validitas ketika penelitian ini dilakukan upaya mengkorelasi angka dari masing-masing pernyataan yang diajukan kepada responden dengan total angka untuk seluruh item. Teknik korelasi yang digunakan untuk menguji validitas butir pernyataan pada penelitian yang dilaksanakan ialah korelasi *Pearson Product Moment*. Apabila nilai koefisien korelasi butir item pernyataan yang sedang diuji (r hitung) lebih besar dari r tabel senilai 0,188, maka ditarik kesimpulan jika item pernyataan atau pertanyaan tersebut ialah konstruksi (*construct*) yang valid. Hasil uji validitas kuesioner kedua variabel yang peneliti teliti digambarkan dalam tabel berikut:

Tabel 2 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menonton (X)

Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item 1	0,893	0,188	Valid
Item 2	0,893	0,188	Valid
Item 3	0,893	0,188	Valid
Item 4	0,893	0,188	Valid
Item 5	0,893	0,188	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2021

Dari Tabel 4.1 di atas terlihat bahwa nilai koefisien korelasi (r hitung) dari setiap butir pernyataan lebih besar dari nilai r tabel 0,188. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan untuk

variabel minat menonton layak digunakan sebagai alat ukur pelaksanaan penelitian dan dimanfaatkan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 4 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Program ilook Net TV (Y)

Butir Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Item 1	0,840	0,188	Valid
Item 2	0,838	0,188	Valid
Item 3	0,793	0,188	Valid
Item 4	0,826	0,188	Valid
Item 5	0,885	0,188	Valid
Item 6	0,813	0,188	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2021

Dari Tabel 4.2 tersebut nampak jika nilai koefisien korelasi (r hitung) dari setiap butir pernyataan lebih besar dari nilai r tabel 0,188. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan untuk variabel program ilook Net TV layak digunakan sebagai instrumen pengukuran dan dimanfaatkan untuk analisis selanjutnya.

Pengujian reliabilitas dilaksanakan terhadap butir pernyataan yang masuk ke dalam kategori *valid*. Pengujian reliabilitas dilaksanakan dengan cara melakukan uji coba instrumen sebanyak satu kali, setelahnya dilakukan analisis memanfaatkan metode *alpha cronbach*. Kuesioner dikatakan andal apabila koefisien reliabilitas bernilai positif dan lebih besar dari pada 0,6. Adapun hasil dari uji reliabilitas berdasarkan pada rumus *alpha*

cronbach didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Nilai Kritis	Ket
Minat Menonton	0,889	0,6	Reliabel
Program ilook Net TV	0,908	0,6	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2021

Berlandaskan table 4.3 diatas dapat diketahui nilai reliabilitas pernyataan pada kuesioner masing-masing variable yang sedang diteliti lebih besar dari 0,6 hasil ini menyatakan bahwa butir-butir pernyataan pada kuesioner andal untuk mengukur variabelnya.

Analisis Deskriptif Data Penelitian

Untuk memperkaya sebuah pembahasan maka diperlukan analisis deskriptif data penelitian. Dengan adanya analisis data ini maka kita dapat mengetahui seperti apa tanggapan dari responden dalam setiap penunjuk variable yang sedang diteliti. Dengan melakukan kategorisasi kepada skor tanggapan responden dapat mempermudah menginterpretasikan sebuah variable yang sedang diteliti. Dikutip dari teori Sugiyono (2018) prinsip kategorisasi jumlah skor tanggapan responden merupakan landasan rentan skor mulai dari maksimum (5) hingga minimum (1). Analisis

deskriptif ini digunakan dengan mengacu pada indikator-indikator yang terdapat pada tiap variable yang diteliti.

Variabel Minat Menonton (X)

Hasil data lapangan yang didapatkan memperlihatkan hampir seluruh responden menjawab “Setuju” terhadap pernyataan-pernyataan tentang minat menonton. Dari 109 responden yang mengembalikan kuesioner diperoleh jawaban mengenai minat menonton sebagai berikut:

Tabel 6 Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pernyataan pada Variabel Minat Menonton

No.	Jawaban Responden					Total Skor
	SS	S	N	TS	STS	
1	19	45	29	10	6	388
2	21	31	32	18	7	368
3	19	40	28	14	8	375
4	22	29	34	16	8	368
5	20	43	27	11	8	383
Total						1882

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2021

Berlandaskan hasil olah tabel tersebut, didapatkan skor paling tinggi senilai 1.882 dengan bobot skor tertinggi 5 dan bobot skor terendah 1 untuk pernyataan variabel minat menonton. Di bawah ini ialah perhitungan rentang tingkat skor untuk membuat interval kategori variabel minat menonton.

Skor maksimum

$$= 109 \times 5 \times 5 = 2725$$

Skor minimum

$$= 109 \times 5 \times 1 = 545$$

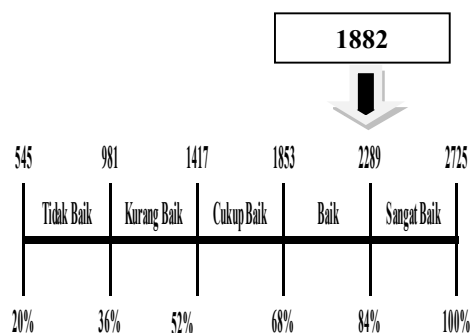
Rentang skor

$$= 2725 - 545 = 2180$$

Rentang antar tingkat

$$= 2180 / 5 = 436$$

Berdasarkan perhitungan di atas, didapatkan panjang interval untuk setiap kategori ialah 436 sehingga dari jumlah skor tanggapan responden atas 5 butir pernyataan mengenai minat menonton jika digambarkan dalam garis kontinum maka akan diperoleh rentang sebagai berikut”



Gambar 2 Garis Kontinum Variabel Minat Menonton

Berdasarkan kesinambungan di atas melalui skor tanggapan dari lima laporan yang disampaikan terkait preferensi menonton yang berbeda, kita dapat melihat bahwa tanggapan responden terhadap preferensi menonton berada pada kategori “baik”.

Variabel Program ilook Net TV (Y)

Hasil data lapangan yang diperoleh memperlihatkan hampir seluruh responden menjawab “Setuju” terhadap bermacam-macam pertanyaan yang diajukan mengenai program ilook Net TV. Dari 109 responden yang mengembalikan kuesioner diperoleh jawab mengenai program ilook Net TV sebagai berikut:

Tabel 7 Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pernyataan pada Variabel Program ilook Net TV

No.	Jawaban Responden					Total Skor
	SS	S	N	TS	STS	
1	13	28	44	22	2	355
2	11	40	28	24	6	353
3	21	33	34	19	2	379
4	6	42	40	20	1	359
5	17	45	37	10	0	396
6	14	41	39	14	1	380
Total						2222

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2021

Berdasarkan hasil olah tabel di atas, diperoleh total skor sebesar 2.222 dengan bobot skor tertinggi 5 dan bobot skor terendah 1 untuk pernyataan variabel program ilook Net TV. Di bawah ini merupakan perhitungan rentang tingkat skor untuk membuat interval kategori variabel program ilook Net TV.

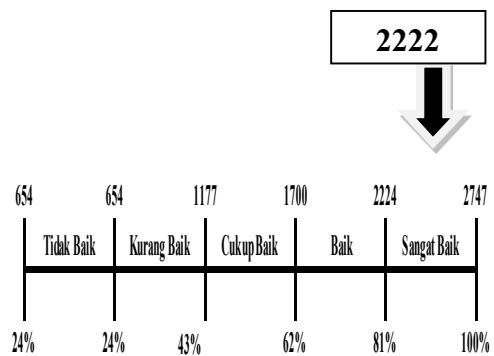
Skor maksimum
 $= 109 \times 6 \times 5 = 3270$

Skor minimum
 $= 109 \times 6 \times 1 = 654$

Rentang skor
 $= 3270 - 654 = 2616$

Rentang antar tingkat
 $= 2616 / 5 = 523$

Berdasarkan perhitungan di atas, didapatkan panjang interval untuk setiap kategori ialah 523 sehingga dari akumulasi skor tanggapan responden atas 6 butir pernyataan mengenai program ilook Net TV bila dilukiskan dengan memanfaatkan garis kontinum maka akan mendapatkan rentang sebagai berikut:



Gambar 3 Garis Kontinum Variabel Program ilook Net TV

Berlandaskan garis kontinum di atas menggunakan akumulasi skor tanggapan dari 6 pernyataan yang diberikan tentang variabel program ilook Net TV, maka dapat ditemukan jika tanggapan responden tentang program ilook Net TV termasuk dalam kategori “Baik”.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilaksanakan dengan memanfaatkan tes *Kolmogrov-Smirnov*. Menurut Singgih Santoso (2012:204), asas penarikan keputusan dapat dilaksanakan berlandaskan atas probabilitas (*asymptotic significance*) yakni:

Jika probabilitas > 0.05 maka distribusi dari populasi adalah normal.

Jika probabilitas < 0.05 maka distribusi dari populasi adalah tidak normal.

Tabel 8 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		109
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,2371983
		2
Most Extreme Differences	Absolute	,060
	Positive	,032
	Negative	-,060
Test Statistic		,060
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah 2021

Menurut Tabel tersebut, dapat ditarik kesimpulan jika nilai signifikansi *Asymp. Sig. (2-tailed)* ataupun probabilitas senilai 0.200 serta lebih besar dari 0.05 maka dapat ditarik kesimpulan jika data yang dimanfaatkan sudah masuk dalam kriteria asumsi normalitas serta kemudian mampu dimanfaatkan ketika melaksanakan analisis regresi yang memenuhi uji normalitas. Metode lain dalam menemukan apakah residual berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal dilaksanakan dengan cara menganalisis grafik dengan memperhatikan normalitas dari

gambar normal *P- Plot of Regression*.

Tabel 9. Uji Autokorelasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.734 ^a	.539	.535	3.25229

Predictors: (Constant), Program ilook Net TV

Tabel di atas menjelaskan besarnya nilai korelasi/hubungan R yakni senilai 0,734. Dari hasil olah data tersebut, didapatkan koefisien determinasi (R^2) senilai 0,539, yang bermakna bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y senilai 53,9%.

Tabel 10 Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1324.036	1324.036	125.176	.000 ^b
	Residual	1131.781	10.577		
	Total	2455.817			

a. Dependent Variable: Minat Menonton

b. Predictors: (Constant), Program ilook Net TV

Dari hasil olah data pada table, diketahui bahwa nilai F hitung senilai 125,2 dengan tingkat signifikansi senilai $0,000 < 0,05$, maka model regresi layak digunakan dalam melakukan prediksi variabel Y atau dengan kata lain terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

**Tabel 11 Uji t
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	SE	Beta		
1 (Constant)	7.570	1.187		6.377	.000
Program ilook Net TV	.742	.066	.734	11.188	.000

a. Dependent Variable: Minat Menonton

Dari hasil olah data diatas, didapatkan bahwa nilai *Constant* (a) senilai 7,570, dengan nilai koefisien regresi (b) senilai 0,742, sehingga persamaan regresinya dapat digambarkan:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 7,570 + 0,742X$$

Persamaan di atas diterjemahkan:

Konstanta senilai 7,570 bermakna nilai konsisten variabel X adalah 7,570.

Koefisien regresi X senilai 0,742 menyatakan jika setiap penambahan 1 tingkat nilai X, maka nilai Y akan bertambah senilai 0,742. Koefisien regresi tersebut bernilai positif. Sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif. Kemudian berdasarkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Kemudian ditemukan bahwa nilai t_{hitung} senilai $11.188 > t_{tabel}$ 1,982, sehingga dapat

disimpulkan variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

5. Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai “Pengaruh Program ilook Net TV Terhadap Minat Menonton Siswa/i SMK Sahid Jakarta”, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa berdasarkan hasil pengujian deskriptif didapatkan bahwa tanggapan responden mengenai program ilook Net TV pada siswa/i SMK Sahid Jakarta termasuk kategori baik.

Berdasarkan hasil pengujian deskriptif didapatkan bahwa tanggapan responden mengenai minat menonton pada siswa/i SMK Sahid Jakarta termasuk kategori baik. Dari hasil pengujian hipotesis didapatkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan program ilook Net TV terhadap minat menonton siswa/i SMK Sahid Jakarta yaitu dengan persentase pengaruh sebesar 53,9%, sedangkan 46,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Pada penelitian kali ini penulis dengan rendah hati menyadari banyak kekurangan yang belum sempurna dalam hal informasi maupun metode yang digunakan dalam penelitian. Maka kekurangan tersebut perlu diperhatikan guna menyempurnakan penelitian lebih lanjut. Selanjutnya peneliti diharapkan dapat memperkaya

sumber jurnal. Peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan refensi dalam penelitian lainnya.

Daftar Pustaka

- Ahmadi, F. (2015). *No Title*. <https://www.kompasiana.com/fatahahmadi/5518943081331127699de89e/pengertian-statistik>
- Alimuddin, A. U. (2015). *Televisi & Masyarakat Puralistik*. Penada media.
- Anshiori, M., & Iswati, S. (2017). *Metode penelitian kuantitatif*. Airlangga University Press.
- Asra, A., & Prasetyo, A. (2016). *PENGAMBILANN SAMPEL DALAM PENELITIAN SURVEI*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Badjuri, A. (2010). *Jurnalistik Televisi*. Graha Ilmu.
- Cangara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Raja Grafindo Persada.
- CARA. (2015). *No Title*. <http://mynewsarfa.blogspot.com/2015/10/karya-ilmiah-contoh-operasional-konsep.html>
- Darmadi. (2017). *pengembangan model dan metode pembelajaran dalam dinamika belajar siswa*. CV Budi utama.
- Darmawan, D. (2014). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. PT. REMAJA RODAKARYA.
- Dolet, D. U. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Grafindo.
- E, R. W. (2011). *UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS DALAM PENELITIAN EPIDEMIOLOGI KEDOKTERAN GIGI. Stomatognatic (J.K.G. Unej), 8*.
- Endra, F. (2017). *Pengantar metodologi penelitain (statistika praktis)*. Zifatawa jawara.
- Firdaus, & Zamzam, F. (2018). *Aplikasi Metodologi Penelitian*. CV BUDI UTAMA.
- ISTIJANTO. (2009). *APLIKASI PRAKTIS RISET PEMASARAN*. Gramedia pustaka utama.
- Ivony. (2017). *Pakarkomunikasi.com*. <https://pakarkomunikasi.com/efek-komunikasi-massa>
- Khairunisa, F. (2019). *tentang Pengaruh tayangan “Muslim Traveler” terhadap minat menonton NET TV (survey pada lembaga dakwah kampus salim Universitas Negri Jakarta*.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana.
- La Ode Mohamad Yaser Arafat. (2020). *PERAN KOMISI PENYIARAN INDONESIA DALAM KASUS PENAYANGAN GENDER DI INEWS*. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 2.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
- Mega, A. (2017). *Perkembangan Trend Fashion di Indonesia*. <https://www.kompasiana.com/annisamega/588321f3cc92731105931d89/perkembangan-trend-fashion-di-indonesia>
- Morissan. (2009). *Manajemen Media Penyiaran*. Kencana.
- Muhammad Darwinsyah. (2018). *ANALISA PENGARUH STRATEGI KOMUNIKASI CSR MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP*

- REPUTASI PERUSAHAAN. *Jurnal Komunikasi*, 3.
- Musfialdy, & Anggraini, I. (2020). KAJIAN SEJARAH DAN PERKEMBANGAN TEORI EFEK MEDIA. *JURNAL KOMUNIKASI DAN BISNIS*, VIII, 32.
- Muslimin, K. (2019). *Buku ajar komunikasi politik*. Unisnu Press.
- Noor, J. (2016). *Metode penelitian (skripsi, tesis, disertasi, dan karya ilmiah)*. Kencana.
- Oktaviani, W. P. (2019). PENGARUH TERPAAN TAYANGAN JURNALRISA TERHADAP SIKAP KEPERCAYAAN HAL MISTIS. *Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Rahim, A. R. (2020). *CARA PRAKTIS PENULISAN KARYA ILMIAH* (T. Paelori & Wardiman (eds.)). Zahir publishing.
- Rahmadan, F. (2015). PENGARUH PROGRAM TALKSHOW KOMEDI THE COMENT DI NET TV TERHADAP MINAT MENONTON MASYARAKAT (STUDI PADA WARGA DIJALAN SUKAPURA BANDUNG, JAWA BARAT. *E-Proceeding of Management*, 2.
- Ramadhani, N. (2020). *Akseleran*. <https://www.akseleran.co.id/blog/perkembangan-teknologi/>
- Riswandi. (2009). *Ilmu Komunikasi*. GRAHA ILMU.
- Satrianawati. (2018). *Media dan sumber belajar*. CV BUDI UTAMA.
- Sherman ZeinSeruni, N. A. (2019). Motif Menonton Program “I Look” Di Net TV Pada Followers Instagram @ilook_net. *JURNAL KAJIAN MEDIA*, 3.
- Sinaga, E. K., Matondang, Z., & Sitompul, H. (2019). *No Title*. yayasan kita menulis.
- Soerjanto Poespowardojo, T. ., & Seran, A. (2015). *Filsafat Ilmu: Hakikat Ilmu Pengetahuan*. Kompas.
- Sudaryono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Kencana.
- Sujarweni, V. W. (2015). *SPSS UNTUK PENELITIAN*. PUSTAKA BARU PRESS.
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar teori dan manajemen komunikasi*. Medpress.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *METODE RISET KUANTITATIF*. Prenadamedia Group.
- Sutopo, Y., & Slamet, A. (2017). *STATISTIKA INFERENSIAL*. ANDI (Anggota IKAPI).
- Yulianto, N. A. B., Maskan, M., & Utaminingsih, A. (2018). *Metodologi penelitian bisnis*. Polinema Press.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode penelitian: Kualitatif, kuantitatif, penelitian gabungan*. Kencana.
- E, R. W. (2011). UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS DALAM PENELITIAN EPIDEMIOLOGI KEDOKTERAN GIGI. *Stomatognatic (J.K.G. Unej)*, 8.
- Novianto, R. A., Lestari, M. T., & Nurfebiaraning, S. (2016). PENGARUH TERPAAN MEDIA TERHADAP

- PERUBAHAN SIKAP DARI TAYANGAN SINETRON ‘7 MANUSIA HARIMAU’ DI KALANGAN REMAJA SMA KOTA BANDUNG. *E-Proceeding of Management*, 3.
- Khairunisa, F. (2019). *tentang Pengaruh tayangan “Muslim Traveler” terhadap minat menonton NET TV (survey pada lembaga dakwah kampus salim Universitas Negri Jakarta*.
- Palaloi, V. J. dan H. (2015). Pengaruh Tayangan Talkshow “Sarah Sechan” di Net. TV Terhadap Minat Menonton (Studi pada Mahasiswa Psikologi UNJ Angkatan 2013). *PROMEDIA*, 1.
- Rahmadan, F. (2015). PENGARUH PROGRAM TALKSHOW KOMEDI THE COMENT DI NET TV TERHADAP MINAT MENONTON MASYARAKAT (STUDI PADA WARGA DIJALAN SUKAPURA BANDUNG, JAWA BARAT. *E-Proceeding of Management*, 2.
- Ahmadi, F. (2015). *No Title*. <https://www.kompasiana.com/fatahahmadi/5518943081331127699de89e/pengertian-statistik>
- CARA.(2015).*NoTitle*.
<http://mynewsarfa.blogspot.com/2015/10/karya-ilmiah-contoh-operasional-konsep.html>
- Ivony. (2017). *Pakarkomunikasi.com*.
<https://pakarkomunikasi.com/ef-ek-komunikasi-massa>
- Mega, A. (2017). *Perkembangan Trend Fashion di Indonesia*.
<https://www.kompasiana.com/annisamega/588321f3cc92731105931d89/perkembangan-trend-fashion-di-indonesia>