

**Pengaruh Tayangan *Talkshow* "Sarah Sechan" di Net. TV
Terhadap Minat Menonton
(Studi pada Mahasiswa Psikologi UNJ Angkatan 2013)**

The Influence of "Sarah Sechan" on The Audience Interests
(Studies in the Department of Psychology Students UNJ
Force in 2013)

Vemi Jumiartika dan Hamzah Palaloi
Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta dan Dosen
Universitas YAI Jakarta
Jalan Sunter Permai Raya-Sunter Agung Podomoro Jakarta 14350

hamzah.palaloi@uta45jakarta.ac.id

Abstract:

This study aims to determine the extent of the influence of "Sarahsechan" talkshow against interest watch (Studies on students UNJ Psychology force in 2013) to the entertainment needs will talk through attention (Attention), interest (Interest), the desire to watch (Desire) and watch the action (Action). In this study, researchers used Theory of TV journalism. This study used a quantitative methodological approach with an explanatory nature. Data was collected through questionnaires and literature. Population of 100 students in the sample was 50 students of the Department of Psychology class of 2013 UNJ selected using stratified random sampling technique. Using coefficient alpha reliability test and validity test using product moment correlation. The results showed that there is influence between "Sarahsechan" talkshow against the interest of the students watch UNJ Psychology force 2013 was 0.890 (89%), showing the influence of "Sarahsechan" talkshow against the interest of the UNJ students to watch that talkshow.

Keywords: Impression, Talkshow Effect, Watch Interest

Abstraksi:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana pengaruh tayangan *talkshow* “Sarahsechan” terhadap minat menonton (Studi terhadap mahasiswa UNJ Jurusan Psikologi angkatan 2013) terhadap kebutuhan hiburan akan talkshow melalui perhatian (*Attention*), ketertarikan (*Interest*), hasrat menonton (*Desire*) dan tindakan menonton (*Action*). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teori Baskin mengenai jurnalistik TV dan Teori Morrison mengenai program *talk show* yaitu program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*host*). Penelitian ini menggunakan pendekatan metodologi kuantitatif dengan sifat eksplanatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan studi pustaka. Populasi berjumlah 100 mahasiswa dengan sampel berjumlah 50 mahasiswa UNJ Jurusan Psikologi angkatan 2013 yang dipilih dengan menggunakan teknik *stratified random sampling*. Uji reliabilitas menggunakan *koefisien alpha* dan uji validitas menggunakan *korelasi product moment*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh antara tayangan *talkshow* “Sarahsechan” terhadap minat menonton mahasiswa UNJ Jurusan Psikologi angkatan 2013 sebesar 0,890 (89%), menunjukkan adanya pengaruh antara tayangan *talkshow* “Sarahsechan” terhadap minat menonton mahasiswa UNJ.

Kata Kunci: Pengaruh, Tayangan, *Talkshow*, Minat Menonton

I. PENDAHULUAN

Dahulu masyarakat memperoleh informasi melalui media cetak dan radio, dimana masing-masing media mempunyai kelebihan dan kekurangan. Namun masyarakat menginginkan penyampaian informasi yang lebih baik lagi. Semakin berkembangnya pengetahuan manusia mengenai penyebaran informasi dan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap informasi yang aktual, terkini dan menghibur, meningkat pula media atau sarana untuk menyampaikan informasi.

Oleh karena itu berkembanglah teknologi dengan munculnya media penyampaian informasi dimana kita dapat melihat gambar bergerak dan bersuara, yang dinamakan sebagai televisi. Televisi yang pada mulanya dipandang sebagai barang mainan menjadi sebuah penemuan yang serius dan dapat memberikan sumbangan terhadap kehidupan sosial, sebagai alat pelayanan. Pada intinya, TV hadir dengan memanfaatkan semua media yang telah ada sebelumnya. (McQuail, 2000 : 21)

Stasiun Televisi sebagai salah satu media hiburan memang mampu menghadirkan beraneka ragam pilihan hiburan yang sengaja diupayakan untuk menjangkau permintaan pemirsanya untuk berbagai kalangan usia. Berbagai program acara di televisi dihadirkan sebagai tontonan gratis yang dapat dinikmati kapan saja oleh pemirsa televisi. Variasi acara televisi mencakup berbagai kategori seperti Sinetron, Musik, Berita, Komedi, Talkshow dan lain sebagainya.

Oleh karena itu PT Net Mediatama Indonesia, NET (singkatan dari News and Entertainment Television) adalah sebuah stasiun televisi berjaringan di Indonesia yang resmi diluncurkan pada 26 Mei 2013, ingin membangun sebuah stasiun TV yang membawakan sebuah revolusi media yang maju dan lebih modern yang diprakasai oleh Wishnutama (mantan Direktur Utama TransTV) dan Agus Lasmono (CEO Grup Indika dan pernah menjabat sebagai Komisaris Independen SCTV).

NET. memulai masa siaran percobaan selama satu pekan yang terhitung sejak Sabtu, 18 Mei 2013. Masa siaran percobaan NET. disiarkan mulai dari pukul 05.00 WIB - 24.00 WIB tanpa ada iklan komersial. Setelah selesai masa siaran percobaan, jam tayang NET. diperpanjang dari pukul 04.00 WIB - 02.00 WIB.

Dalam hal ini, pemirsa televisi yang bertindak sebagai konsumen sekaligus juri menjadi penentu arah dari produktivitas suatu televisi. Semakin tinggi antusiasme pemirsa terhadap suatu acara televisi maka akan semakin lama eksistensi acara tersebut. Sebaliknya, tak peduli berkualitas atau tidak suatu tayangan televisi, pada akhirnya akan segera dihentikan tayangannya jika tidak mampu menarik perhatian pemirsa televisi.

Sebenarnya tak masalah jika saja pemirsa televisi mampu menjadi filter dengan cermat memilih dan memilah tayangan mana yang layak dan yang tidak. Sayangnya, selera masyarakat terkadang mengacu kepada acara-acara konyol yang secara tidak langsung telah membodoh-bodohi dan tidak 'berisi' sama sekali.

Ini juga yang mempengaruhi maraknya acara yang ‘cacat’ di televisi kita dan tidak layak tayang. Beruntung masih ada beberapa acara televisi yang memang layak untuk dinikmati di waktu senggang untuk sejenak melepas letihnya rutinitas sepanjang hari. Salah satunya adalah acara bincang-bincang (Talkshow) di televisi.

Menyoal program talkshow di televisi, Hollywood boleh berbangga memiliki seorang Ellen Degeneres yang mahir mengocok perut dengan humor kreatifnya. Setelah si ratu talkshow, Oprah Winfrey sukses dengan acara bincang-bincang yang berjudul sama dengan namanya. Ellen De generes memang menjadi acara talkshow tersukses kedua yang mengikuti kesuksesan The Oprah Show.

Namun, jika Oprah memiliki karakter yang lebih serius dalam membawakan acaranya yang memang juga bertema lebih serius, maka Ellen tampil lebih santai dengan bincang-bincang yang banyak berisi guyonan untuk membuat tamu-tamu dan penontonnya setia mendengarnya berbicara sepanjang acara. Tidak aneh mengingat rekam jejaknya di dunia Showbiz, Ellen memang seorang komika yang juga aktif dalam berbagai Stand up Comedy hingga film-film bergenre komedi.

Karenanya tidak menghenrakan, jika acara The Ellen Show yang dibawakannya ini selalu mengalir sedemikian atraktifnya dan tidak menjadi bincang-bincang yang membosankan. Jadilah Ellen Show menjadi salah satu talkshow

paling populer dengan ribuan episode di US dan rasanya tak ada tokoh populer yang belum dihadirkan di acaranya yang mulai ditayangkan sejak 2003 lalu ini.

Di Indonesia, talkshow sudah menjadi bagian acara televisi kita semenjak lama. Terbukti tiap tahun, ada saja acara bincang-bincang di televisi yang muncul di layar kaca. Tak bisa dipungkiri, acara talkshow ini telah memiliki slot penonton tersendiri yang lebih menikmati dialog-dialog inspiratif dari tokoh yang dapat menginspirasi daripada sekedar menyaksikan berjam-jam sinetron yang penuh drama tak berkesudahan yang kadang membuat pusing penontonnya.

Suatu acara talkshow tentu memerlukan pembawa acara. Jika tidak ada pembawa acara maka suatu acara tidak akan berjalan dengan baik dan maksimal. Peran pembawa acara tentu sangat penting untuk kelancaran program. Seorang pembawa acara dan pengisi acara tentu di tuntut memiliki penampilan yang baik, intelektual yang tinggi dan lain sebagainya. Bahkan seorang pembawa acara itu dapat menjadi daya tarik dari program tersebut, karenanya kemudian menjadi profesi yang dipandang sebagian kalangan sebagai profesi yang glamour akhir-akhir ini.

Dengan demikian, menjadi suatu obyek yang menarik untuk di bicarakan di samping “daya tarik” penghasilan yang di peroleh oleh seorang pembawa acara yang terbilang cukup tinggi. Trend talkshow kemudian beralih ke acara yang lebih banyak memasukkan unsur hiburan. Masyarakat memang lebih menyukai

perbincangan yang ringan – ringan, menghibur, dan tidak sampai membuat kening berkerut, di bandingkan dengan menawarkan informasi. Salah satu contohnya komedian Tukul Arwana sebagai sosok yang sukses dengan pendapatan yang terbilang sangat tinggi di awal-awal menjadi presenter atau host di salah satu acara talkshow di sebuah televisi swasta di Indonesia.

Salah satu program unggulan NET. yang kemudian menjadi objek penelitian dalam penulisan ini adalah talkshow “SarahSechan” yang nama acaranya diambil langsung dari presenternya. Sarah Sechan, seorang artis multitalenta yang sebelumnya banyak bergelut di dunia musik dan bintang iklan. Dengan gaya kocaknya, Sarah Sechan sukses menghadirkan tawa ringan penonton di tiap episodnya. Mengambil topik hiburan, acara ini menghadirkan berbagai hal yang menarik namun tidak berlebihan di layar televisi.

Segmen tayangan talkshow Sarah Sechan ini bebas dan luas. Setiap bintang tamu yang diundang sebagai narasumber, disesuaikan dengan tema yang akan diangkat, sebagai contoh tema tentang penderita penyakit lupus yang terus berjuang melawan penyakitnya hingga sembuh total dan dapat memberikan pengalamannya kepada pemirsa. Ini berarti program talks show “Sarah Sechan” tersebut telah berfungsi sebagai ujung tombak stasiun televisi NET. dalam menembus pasar yang semakin ketat, hal ini terbukti bahwa tayangan tersebut masih mengudara sampai sekarang.

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Tayangan Talkshow “SarahSechan” di NET. TV Terhadap Minat Menonton” (Studi Terhadap Mahasiswa UNJ Jurusan Psikologi Angkatan 2013)”

II. TINJAUAN PUSTAKA

Cukup banyak penelitian mengenai tayangan *talkshow* di beberapa televisi di Indonesia yang serupa dengan tema dan permasalahan pada penelitian ini. Hanya yang merujuk pada tayangan *talkshow* “Sarahsechan” sangat terbatas.

Oleh karena itu sebagai perbandingan penelitian, peneliti merujuk pada tiga penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

Penelitian berjudul: “Pengaruh Presenter Tayangan *Talkshow* “Hitam Putih” di Trans 7 Terhadap Minat Menonton (Studi terhadap Siswa-Siswi Sma Advent Jakarta Pusat)”, yang dilakukan Ika Windarti pada tahun 2012. Tujuan Penelitian, ialah untuk mengetahui minat penonton dalam menonton tayangan *talkshow* “Hitam Putih”, selain itu juga untuk mengetahui pengaruh presenter tayangan talk show Hitam Putih terhadap minat menonton siswa-siswi Advent Jakarta Pusat.

Teori yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah teori Komunikasi Massa dalam Nurudin (2003) dan Ardianto (2004), teori *Uses and Gratification Approach* oleh Burhan Bungin (2006)

dengan pendekatan model komunikasi SMCR (*Source, Media, channel, Receiver*).

Penelitian berjudul “Analisis Tugas *Production Assistant* Dalam Proses Produksi Program Sarah Sechan Di Net.”, dengan peneliti Anindyka Pribadi, Indra Prawira, S.P, M.I.Kom. yang dilakukan pada tahun 2013. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis tugas *production assistant* dalam proses produksi program Sarah Sechan di NET. Mulai dari proses pra-produksi, produksi, sampai pasca produksi program Sarah Sechan.

Metode Penelitian yang digunakan adalah paradigma konstruktivisme dan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif untuk mengetahui gejala atau fenomena-fenomena yang di dapatkan dari hasil wawancara mendalam dan observasi langsung kelapangan. Hasil yang dicapai, dapat memahami dan menganalisis tugas dari *production assistant* dalam proses produksi program “Sarah Sechan”, mulai dari pra produksi, produksi, hingga pasca produksi.

Penelitian berjudul “Pembawa Acara dan Minat Menonton (Studi Korelasional Tentang Pengaruh Pembawa Acara Radio Show Tv One Terhadap Minat Menonton Mahasiswa FISIP USU)” yang dilakukan oleh Siska Maysarah Purba pada tahun 2013. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti hubungan antara pembawa acara Radio Show di TV ONE dengan minat menonton mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara. Penelitian ini menggunakan metode korelasional yang

berusaha untuk meneliti hubungan antara variabel-variabel, dalam hal ini variabel yang dimaksud adalah variabel X, yaitu pembawa acara *Radio Show* di TV One dan variabel Y adalah minat menonton mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.

III. METODOLOGI

Metode penelitian yang dipergunakan penulis adalah menggunakan metode kuantitatif yaitu metode yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Periset lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi. (Kriyantono, 2012: 55).

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian Eksplanatif yaitu periset menghubungkan atau mencari sebab akibat antara dua atau lebih konsep (variabel) yang akan diteliti. Penulis membutuhkan definisi konsep, kerangka konseptual, dan kerangka teori. Penulis perlu melakukan kegiatan berteori untuk menghasilkan dugaan awal (hipotesis) antara variabel satu (variabel X) dengan lainnya (variabel Y). Variabel adalah konsep yang bisa diukur. Kegiatan berteori ini ada dalam kerangka teori. (Kriyantono, 2012: 69).

Berdasarkan metodologi kuantitatif, penulis menggunakan metode survei yaitu metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. (Kriyantono, 2012: 59).

Untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti, Survei Eksplanatif menggunakan sifat Asosiatif yaitu bermaksud untuk menjelaskan hubungan (korelasi) antar variabel, “Apakah Ada Pengaruh Tayangan Talkshow “Sarahsechan” di NET. terhadap minat menonton Mahasiswa UNJ Jurusan Psikologi angkatan 2013?”. (Kriyantono, 2012: 60).

Penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan kuesioner (angket) yaitu daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden.

Jenis angket atau kuesioner yang digunakan adalah angket tertutup dan pertanyaan diisi jawaban dengan di checklist. Checklist atau daftar cek adalah suatu daftar yang memuat beberapa aspek yang akan diriset. Checklist ini berfungsi sebagai alat bantu bagi periset untuk mencatat tiap-tiap peristiwa yang dianggapnya penting. (Kriyantono, 2012: 99).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa pada Universitas Negeri Jakarta Jurusan Psikologi. Sementara yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa UNJ Jurusan Psikologi yang terdaftar sebagai mahasiswa aktif pada

semester ganjil 2013/2014 berjumlah 101 mahasiswa dan menonton tayangan talkshow “Sarahsechan” di NET.

Penentuan ukuran atau jumlah sampel juga bisa dilakukan dengan perhitungan statistik. Perhitungan statistik ini bisa diterapkan baik untuk populasi yang diketahui jumlahnya yaitu Rumus Slovin. (Kriyantono, 2012: 164)

Peneliti memilih Mahasiswa UNJ Jurusan Psikologi angkatan 2013 karena dianggap suka menonton bahkan sering menonton talkshow “SarahSechan” di NET.

Variabel bebas pada penelitian ini adalah Pengaruh Tayangan Talkshow “SarahSechan” di NET. (X), sedangkan variabel tak bebas penelitian ini adalah Minat Menonton Mahasiswa UNJ Jurusan Psikologi Angkatan 2013 (Y).

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. (Budi,Ashari, 2005: 248).

Uji validitas atau kesahihan digunakan untuk mengetahui seberapa tepat suatu alat ukur mampu melakukan fungsi. Pada penelitian ini alat ukur yang digunakan dalam pengujian validitas yaitu dengan menggunakan alat bantu software SPSS 18.0 dan dapat dilakukan dengan dua alternatif. Alternatif pertama adalah menggunakan angka r hasil korelasi antara skor pernyataan dan skor keseluruhan pernyataan responden terhadap informasi dalam kuesioner. (Prawira 2006:247).

Dalam penelitian ini untuk pengujian validitas menggunakan alternatif kedua yaitu, dengan menggunakan alat bantu software SPSS 18.0, dengan menggunakan nilai r dari hasil corrected item total correlation melalui sub menu scale pada pilihan reliability analysis.

Reliabilitas adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengujian diulang dua kali atau lebih. (Singarimbun, 1989:111).

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode Alpha Cronbach (Cronbach Alpha). Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel dan tidaknya suatu instrumen penelitian umumnya adalah perbandingan antara nilai r hitung dengan r tabel pada taraf kepercayaan 95% atau tingkat signifikansi 5%.

Peneliti menggunakan hipotesis asosiasi merupakan pernyataan yang menunjukkan dugaan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya dapat berbentuk hubungan korelasional dan hubungan sebab akibat. (Kriyantono, 2012: 35).

Pengujian hipotesis statistik dilakukan berdasarkan atas rumus sebagai berikut:

Ho: $\rho = 0$ 0 berarti tidak ada hubungan.

Ha: $\rho \neq 0$ “tidak sama dengan nol” berarti lebih besar atau kurang dari nol berarti ada hubungan.

P: berarti nilai korelasi dalam formulasi yang dihipotesiskan.

IV. HASIL PENELITIAN

A. Pengujian

Nilai korelasi antara Pengaruh Tayangan Talkshow (X) dengan Minat Menonton (Y) sebesar 0,944, dengan tingkat signifikan sebesar 0,800, karena nilai signifikansi $> 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara pengaruh tayangan *talkshow* Sarahsechan (X) dengan minat menonton mahasiswa UNJ Jurusan Psikologi (Y).

Analisis Regresi dalam penelitian adalah nilai koefisien R Square sebesar 0,890, artinya bahwa variabel minat menonton (Y) dapat dipengaruhi oleh variabel Pengaruh Tayangan *Talkshow* (X) sebesar 89%, sedangkan sisanya (100%-89%) 11% merupakan kontribusi variabel independen lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Diketahui bahwa pengaruh tayangan *talkshow* “Sarahsechan” dalam nilai $t_{hitung} = 28,2$, dengan standar coefficients sebesar 0,944 dan standar eror 0,32 berada pada tingkat signifikansi sebesar 0,800. Karena hasil

penghitungan berdasarkan nilai t_{hitung} , nilai signifikansinya adalah $> 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya Terdapat pengaruh yang signifikan antara tayangan *talkshow* “Sarahsechan” di NET. terhadap minat menonton mahasiswa UNJ jurusan Psikologi angkatan 2013.

B. Pembahasan

Berdasarkan analisis korelasi yaitu untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan antara variabel Pengaruh Tayangan *Talkshow* “Sarahsechan” terhadap Minat Menonton Mahasiswa UNJ Jurusan Psikologi, menunjukkan bahwa ada hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara Pengaruh Tayangan *Talkshow* Sarahsechan terhadap Minat Menonton Mahasiswa UNJ Jurusan Psikologi Angkatan 2013 .

Sedangkan berdasarkan analisis regresi sederhana yaitu untuk mengetahui Pengaruh Tayangan *Talkshow* “Sarahsechan” terhadap Minat Menonton menunjukkan adanya pengaruh antara Pengaruh Tayangan *Talkshow* “Sarahsechan” terhadap Minat Menonton Mahasiswa UNJ Jurusan Psikologi Angkatan 2013.

Dan berdasarkan uji hipotesis terdapat pengaruh yang signifikan antara *Talkshow* “Sarahsechan” terhadap Minat Menonton Mahasiswa UNJ Jurusan Psikologi Angkatan 2013, artinya semakin baik Pengaruh Tayangan

Talkshow "Sarahsechan" tersebut maka akan mampu meningkatkan minat menonton.

Jadi dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa "Adakah Pengaruh Tayangan Talkshow Sarahsechan terhadap Minat Menonton Mahasiswa UNJ Jurusan Psikologi Angkatan 2013?" Jawabannya adalah "Ada Pengaruh Tayangan *Talkshow* Sarahsechan terhadap Minat menonton Mahasiswa UNJ Jurusan Psikologi Angkatan 2013 yang sangat kuat.

V. PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan penjelasan yang telah dikemukakan pada hasil penelitian di bab 4 sebelumnya, maka pada bab ini, maka dapat ditarik kesimpulan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis regresi sederhana yaitu untuk mengetahui pengaruh tayangan *talkshow* Sarahsechan di NET. terhadap minat menonton mahasiswa Universitas Negeri Jakarta Jurusan Psikologi angkatan 2013 mendapat nilai koefisien R Square sebesar 0,890 (89%), menunjukkan adanya pengaruh antara tayangan *talkshow* "Sarahsechan" terhadap minat menonton mahasiswa UNJ Jurusan Psikologi angkatan 2013.

2. Sedangkan hasil hitungan statistik mengenai kuat rendahnya hubungan antara variabel tayangan *talkshow* “Sarahsechan” di NET. terhadap minat menonton mahasiswa UNJ Jurusan Psikologi angkatan 2013 mendapat nilai sebesar 0,944, hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara tayangan *talkshow* “Sarahsechan” terhadap minat menonton mahasiswa UNJ Jurusan Psikologi angkatan 2013.
3. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang sangat kuat antara tayangan *talkshow* “Sarahsechan” di NET. terhadap minat menonton mahasiswa Universitas Negeri Jakarta Jurusan Psikologi angkatan 2013 artinya semakin baik tayangan *talkshow* Sarahsechan di NET maka akan mampu meningkatkan minat menonton khalayaknya.

B. Saran

Dari kesimpulan diatas, peneliti dapat memberikan saran yang sekiranya dapat menjadi masukan bagi program *talkshow* “Sarahsechan” di NET. yaitu;

1. Dalam analisis data terdapat score terendah pada variabel X yaitu dimensi hiburan. Dimana tayangan *talkshow* “Sarahsechan” memberikan hiburan pada waktu senggang atau luang” yaitu sebesar 3,16, maka

talkshow “Sarah Sechan” perlu memperbaiki lagi tema atau alur ceritanya agar lebih menghibur, sehingga minat menonton pemirsanya dapat meningkat.

2. Dilihat dari gambaran umum responden adalah mahasiswa UNJ Jurusan Psikologi angkatan 2013, maka *talkshow* “Sarahsechan” perlu meningkatkan khalayak penontonnya. Segmentasinya bukan hanya terbatas pada remaja saja (mahasiswa), namun juga pemirsa dengan segala umur dan status sosial pun dapat menjadi segmen *talkshow* Sarahsechan, sehingga dapat meningkatkan minat menonton khalayaknya
3. Berdasarkan hasil penelitian dan setelah melakukan penelitian, maka team produksi acara *talkshow* Sarahsechan perlu meningkatkan tema disetiap episodanya (gaya bahasa, latar, visualisasi, segmentasinya, *review*, setting studio, narasumber, alur cerita, serta gamenya), agar minat menonton khalayak dapat meningkat. *Talkshow* Sarahsechan diharapkan dapat dijadikan bahan rujukan oleh para pemirsa dalam menginspirasi dan memberikan inovasi terhadap sesuatu hal yang baru dan yang diinginkan pemirsanya.

Daftar Pustaka

- Alatas, Fahmi. 1997. *Bersama Televisi Merenda Wajah Bangsa*, Jakarta: YPKMD
- Ardianto. 2004. *komunikasi massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Badjuri, Adi. 2010. *Jurnalistik TV*, Jogjakarta: Graha Ilmu
- Baskin, Askurifai. 2009. *Jurnalistik TV, Teori dan Praktek*, Penerbit: Simbiosis Rekatama Media
- Bungin, Burhan. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Cetakan ketujuh). Jakarta: Prenada Media Group Persada.
- Cangara, Hafied. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Deddy, Iskandar. 2005. *Jurnalistik Televisi Menjadi Reporter Profesional*, Bandung: Rosda Karya
- Effendy, Onong. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Fred wibowo, Fred. 2009. *Teknik Produksi Program Televisi*, Yogyakarta: Pinus
- Jahja, Yudrik, 2011. *Psikologi Perkembangan*, Jakarta: Prenada
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Alfabeta.

- Liliweri, Alo. 2004. *Komunikasi Organisasi*, Bandung: Mandar Maju
- Mc Quails, Dennis. 2000. *Mass Communication Theory*, London: Thousand Oaks
- Morissan, M.A. 2011. *Manajemen Media Penyiaran*, Penerbit: Prenada Media
- Mulyana, Deddy. 2004. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nurudin, 2004. *Sistem Komunikasi Indonesia*, Malang: Cespun
- Saleh, Abdul Rahman. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar Perkembangan Edisi Keenam*, Jakarta: Media Grafika.
- Sirait, Charles Bonar. 2010. *The Power of Public Speaking*, Jakarta: Gramedia
- Sudarwan, Danim. 2004. *Ilmu- ilmu Prilaku*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono, 2000. *Metodologi Penelitian*. CV. Alfabeta Bandung.
- Suharsimi, Arikunto. 2010. *Metode Riset Kuantitatif*, Penerbit, Jakarta: Rineka
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Grasindo