

PENGARUH GAYA KOMUNIKASI PRESENTER TALKSHOW “RUMPI NO SECRET” DI TRANS TV TERHADAP AUDIENCE SATISFACTION

¹⁾ Kurniawan Prasetyo ²⁾ Boedi Basoeki ³⁾ Aprili Yunda Arrunadi

¹⁾ Kurniawan69@gmail.com

¹²³⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta

ABSTRACT Television stations every day present various types of programs whose types are very diverse. One of them is a talk show program. One of the talk show programs, the mainstay of Trans TV is "Rumpi No Secret" which is packaged in a conversation. The talk show "Rumpi No Secret" was hosted by Feni Rose who has a very unique appeal that is able to attract the attention of loyal viewers. The purpose of this research is to find out whether there is an influence from the style of presenter Feni Rose when guiding the talk show "Rumpi No Secret" that aired on Trans Tv to the satisfaction of watching housewives in Kampung Baru RW residents. 10 Kembangan Utara, West Jakarta. This study uses survey research methods in which this method is a study that takes the main sample from a population of data using a questionnaire statement or questionnaire as a primary data collection tool. Data were analyzed by a causal explanative method with a quantitative approach. The theoretical basis used is the uses and gratification theory owned by Blumer and Katz.

Keywords: talk show, audience satisfaction, tv program

ABSTRAK Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jenisnya sangat beragam. Salah satunya adalah program acara Talkshow. Salah satu program acara Talkshow, yang menjadi andalan Trans TV adalah “Rumpi No Secret” yang dikemas dalam sebuah perbincangan. Acara talkshow “Rumpi No Secret” dipandu oleh Feni Rose yang memiliki daya tarik yang sangat khas sehingga mampu menarik perhatian pemirsa setianya. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh dari gaya presenter Feni Rose saat memandu program acara Talkshow “Rumpi No Secret” yang tayang di Trans Tv terhadap kepuasan menonton ibu rumah tangga warga Kampung Baru RW. 10 Kembangan Utara, Jakarta Barat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei dimana metode ini merupakan penelitian yang mengambil sampel pokok dari suatu populasi data menggunakan angket pernyataan atau kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Data dianalisa dengan metode eksplanatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Landasan teori yang digunakan adalah Teori uses and gratification milik Blumer dan Katz.

Kata Kunci : talkshow, kepuasan khalayak, program tv

PENDAHULUAN

Sejalan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang mempengaruhi kehidupan masyarakat, media massa pun mengalami perkembangan yang begitu cepat dan dinamis. Kebutuhan informasi menjadi sangat penting. Maka itu dibutuhkan peran media massa sebagai pemenuhan kebutuhan tersebut.

Media massa menjadi faktor penting dalam keikutsertaannya mendorong transformasi sosial, yaitu melalui kemampuannya menyebarkan informasi seragam ke masyarakat luas dalam waktu bersamaan tanpa dibatasi jarak. Televisi merupakan salah satu media yang dianggap paling berpengaruh dalam mempersuasi khalayak, selain jangkauannya (*coverage*) paling luas.

Televisi sebagai bagian dari kebudayaan audiovisual baru merupakan salah satu media massa yang paling kuat pengaruhnya dalam pembentukan sikap dan kepribadian seseorang secara luas. Televisi mampu menekan pesan secara efektif dengan memuaskan pandangan pemirsa melalui ilustrasi visual, tata gerak, warna dan berbagai bunyi atau suara. Tidak mengherankan televisi memiliki daya tarik luar biasa jika sajian program acara dapat menyesuaikan dengan karakter televisi dan pemirsa yang terpengaruh oleh televisi.

Program acara *Talk Show "Rumpi No Secret"* adalah program *Talk Show* yang mengulik hal pribadi dari narasumber secara santai dan mendalam. Pertanyaan demi pertanyaan yang dilontarkan oleh presenter, bukan hanya gosip bintang tamu

yang hadir, tetapi juga pertanyaan-pertanyaan yang tidak terpikirkan sebelumnya. Presenter akan melontarkan pertanyaan-pertanyaan dengan menggunakan sudut pandang perempuan. Narasumber dan bintang tamu yang hadir pun tidak hanya selebriti kenamaan tanah air namun siapapun yang memberikan inspirasi kepada masyarakat, seperti Pengacara, Pejabat, Musisi, seseorang yang sedang naik daun atau seseorang yang sedang marak diberitakan ataupun orang biasa.

Feni Rose menjadi presenter di program acara *Talk Show "Rumpi No Secret"* di TRANS TV, ia memiliki karakter dan gaya unik yang dapat mengundang gelak tawa dan ketegangan disetiap pertanyaan yang di ajukan kepada narasumber, ia pun mampu membuat narasumber merasa nyaman dan resah. Menjadikan suasana di dalam studio menjadi santai dan sedikit tegang dan mampu menjadikan program acara yang menarik dan membuat penasaran khalayaknya di setiap segmennya. Gaya bahasa yang ia gunakan pada *talk show* ini berbeda dengan gaya bahasa yang biasa ia gunakan di acara yang sebelumnya ia pandu, ini karena ia ingin menunjukkan bahwa ia adalah *publik figure* yang multidimensi.

Feni Rose adaah salah satu presenter yang memiliki ciri khas tersendiri dari cara membawakan sebuah acara dengan suara khas dia dan saat ini gaya bicara Feni Rose yang khas diikuti oleh beberapa presenter lainnya. Presenter adalah salah satu hal yang terpenting dalam

suatu program, karena seorang presenter bisa menjadi cita dari suatu program acara. Banyak penonton yang lebih suka memilih acara *talk show* dari suatu stasiun televisi tertentu karena alasan presenternya.

Presenter yang baik dapat menumbuhkan minat menonton pada masyarakat (khalayak), memiliki daya tarik dan berbakat adalah hal yang terpenting yang harus dimiliki oleh seorang presenter, artinya mereka bukan hanya saja memiliki penampilan fisik yang baik tetapi juga mempunyai kemampuan untuk berimprovisasi dan menghibur. Sebagai seorang presenter program acara talk show, Feni Rose sudah melakukannya dengan baik. Di setiap episode "*Rumpi No Secret*", dengan suara khasnya Feni Rose selalu membawakan info seputar selebriti dengan kalimat yang tegas dan lugas diikuti gaya bicara yang lantang dan tajam sehingga info yang dibawakan menjadi tidak biasa dan mudah dimengerti.

Program talk show atau perbincangan adalah program yang menampilkan suatu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*host*). Tamu-tamu yang diundang adalah yang berpengalaman langsung dengan peristiwa atau topik yang diperbincangkan atau mereka yang ahli dalam masalah yang tengah dibahas.

Komunikasi tidak sekedar penyampaian pesan atau informasi agar orang lain mengerti atau mendapatkan kesamaan pengertian, melainkan yang lebih penting dari hal itu dapat diharapkan terjadi perubahan sikap, tingkah laku, dan pola pikir. Dengan demikian, dalam proses komunikasi, komunikator dalam

menyampaikan pesan mengandung unsur mempengaruhi. Berdasarkan latar belakang ini maka peneliti mencoba untuk melakukan penelitian pada acara talk show *Rumpi No Secret* dan menuangkannya dengan judul "Pengaruh Gaya Penyampaian Presenter Program Talk Show "*Rumpi No Secret*" Terhadap Kepuasan Khalayak".

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh gaya presenter "*Rumpi No Secret*" terhadap kepuasan khalayak.

Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi) yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang dilembagakan, yang bertujuan kepada sejumlah besar orang yang tersebar, anonim dan heterogen. Selain itu, komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditunjukkan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.¹

Komunikasi massa merupakan bagian dari hidup manusia itu sendiri, setiap saat manusia dipengaruhi oleh proses komunikasi massa. Baik media cetak, elektronik maupun cyber media sudah menjadi bagian penting dari kehidupan

¹ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, PT. Rosdakarya, Bandung, 2005. Hal. 189

masyarakat pada umumnya. Masing-masing media memiliki karakteristik tersendiri. Karakteristik umum yang terlihat jelas perbedaan diantaranya adalah bentuk atau tampilan yang disajikan oleh masing-masing media.²

Program Televisi

Kata program berasal dari *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 dalam dunia penyiaran di Indonesia dari pada kata “siaran” untuk mengacu pada pengertian acara. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Dengan demikian program memiliki pengertian yang sangat luas.³

Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audiens tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran apakah itu radio atau televisi. Program dapat disamakan atau dianalogikan dengan produk atau barang (*goods*) atau pelayanan (*service*) yang dijual kepada pihak lain, dalam hal ini audien dan pemasang iklan. Dengan demikian program adalah produk yang dibutuhkan orang sehingga mereka bersedia mengikutinya. Dalam hal ini

terdapat suatu rumusan dalam dunia penyiaran yaitu program yang baik akan mendapatkan pendengar atau penonton yang lebih besar, sedangkan acara yang buruk tidak akan mendapatkan pendengar atau penonton.

Talkshow

Talk show adalah program atau acara bincang-bincang yang menyampaikan beberapa informasi, diskusi dengan tema-tema tertentu dan biasanya diselingi dengan beberapa isian yang menarik seperti musik, lawakan, kuis, dan lain-lain. Format talk show merupakan cerminan kekuatan yang menonjol pada medium televisi, yaitu original (utuh/asli) dan credible (dapat dipercaya).

Narasumber yang sangat “vocal” dan memahami permasalahan adalah sebagai salah satu kunci keberhasilan talk show. Agar talk show dapat menarik dan berbobot, pewawancara harus mendalami bidang permasalahan yang sedang dibicarakan di talk show (Wibowo, 2007: 67).

Program talk show atau perbincangan adalah program yang menampilkan suatu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*host*). Tamu-tamu yang diundang adalah yang berpengalaman langsung dengan peristiwa atau topik yang diperbincangkan atau mereka yang ahli dalam masalah yang tengah dibahas.

Presenter

² Zulkarnaen Nasution, *Sosiologi Komunikasi Massa*, Universitas Terbuka, 2001

³ Morissan, M.A. *Media Penyiaran Strategi mengelola Radio & televisi*, Ramdina Prakarsa. Hal 202

Berbicara tentang presenter televisi dan anchor (penyaji berita) mau tidak mau kita harus menengok kebiasaan para pembaca berita di televisi, pada saat televisi swasta belum muncul. Sebelum membahas lebih jauh tentang *anchor*, penulis mencoba menggolongkan penyiar atau presenter televisi menjadi tiga jenis; Continuity Presenter, Host (presenter sebuah acara), dan Anchor.

Continuity Presenter. Presenter jenis ini adalah mereka yang bertugas mengantarkan acara-acara televisi kepada pemirsa. Penampilan mereka sangat santai. Biasanya mereka akan sedikit mengulas materi acara yang akan segera hadir, dengan tujuan mengajak dan menambat pemirsa agar tidak berganti *channel* ke stasiun tv lainnya. Selain itu presenter ini sering memberikan kiat khusus berkaitan dengan aktifitas penonton sehari-hari. Keberadaan *continuity presenter* ini cukup membantu memasarkan sebuah acara. Sebab dengan sapaan dan ajakan mereka untuk menonton sebuah acara, mereka mencoba mengikat pemirsa. Mereka harus betul-betul paham dan cermat terhadap sebuah acara yang akan diulasnya sehingga pemirsa akan tetap *tune in* di stasiun televisi yang bersangkutan.

Host. Host secara umum diartikan sebagai orang yang memegang sebuah acara tertentu. keberadaan host biasanya identik dengan acara yang dibawakannya. Dengan demikian, selain jenis acara, figure host yang bersangkutan juga memegang peranan penting. Kehadiran seorang host yang berkarakter akan menjadi daya tarik sebuah acara. Jika hostnya ternyata tidak berkarakter maka bisa jadi acara tersebut segera ditinggalkan pemirsa. Untuk itu

setiap produser sebuah acara harus betul-betul selektif memilih para host. Artinya pertimbangan pemilihannya tidak didasarkan karena kecantikan dan popularitasnya, tapi juga integritas dan karakternya. Sering kita lihat acara di televisi berganti-ganti host hanya karena masalah karakter.

Anchor. Jenis presenter yang ketiga adalah *anchor*. Jika istilah host lebih banyak diberikan kepada seseorang yang membawakan non berita, maka istilah anchor khusus diberikan kepada seseorang yang membawakan atau menyajikan berita.

Khalayak (*Audience*)

Khalayak (*audience*) merupakan faktor penentu keberhasilan komunikasi. Ukuran keberhasilan upaya komunikator yang ia lakukan adalah apabila pesan-pesan yang disampaikan melalui saluran atau medium yang diterima sampai pada khalayak sasaran, dipahami, dan mendapatkan tanggapan positif, dalam arti sesuai dengan harapan komunikator.⁴

Konsep “khalayak” (*audience*) dalam konteks komunikasi telah dikenal sejak zaman Yunani kuno. Pada masa itu pengertian khalayak merujuk pada sekumpulan orang yang menonton atau pertunjukan (misalnya drama, atau pertandingan). Dengan demikian pengertian khalayak disini adalah sekumpulan orang yang terorganisir dalam tempat dan waktu tertentu, dimana masing-masing secara sukarela datang ke suatu tempat karena memiliki pengertian yang sama serta tujuan

⁴ Riswandi, *Ilmu Komunikasi*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2009. Hal 139

yang kurang lebih sama, yaitu ingin memperoleh hiburan.

Kepuasan

Kepuasan (*satisfaction*) adalah kata dari bahasa latin, yaitu *statis* yang berarti *enough* atau cukup dan *facere* yang berarti *to do* atau melakukan. Jadi produk atau jasa yang bisa memuaskan adalah produk dan jasa yang sanggup memberikan sesuatu yang dicari oleh konsumen sampai pada tingkat cukup.⁵ Kemudian menurut Kotler (1995:46) kepuasan konsumen yaitu : “*customer satisfaction is the outcome felt by buyers who have experienced a company performance that has fullfield expectations*”. Maksudnya yaitu menyangkut komponen harapan dan kinerja atau hasil. yang dirasakan. Dengan kata lain kepuasan merupakan persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang ia beli.⁶

Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (atau hasil) dalam kaitanya dengan ekspektasi. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut tidak puas. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tersebut senang.⁷ Berkaitan dengan penelitian ini, program atau acara yang ditayangkan oleh stasiun televisi dianalogikan sebagai produk atau barang (*goods*) atau pelayanan (*service*) yang

dijual, dan khalayak atau audiens adalah sebagai konsumen yang bersedia meluangkan waktunya dengan berbagai macam kebutuhan yang dimiliki, dan diharapkan dapat terpenuhi dengan menyaksikan program yang ditayangkan.

Jika sajian tayangan program tidak dapat memenuhi kebutuhan, khalayak atau audiens tersebut tidak puas dan kecewa. Jika sajian tayangan program tersebut dapat memenuhi kebutuhan, khalayak atau audiens tersebut puas. Jika sajian tayangan program tersebut dapat melebihi kebutuhan yang dimiliki, khalayak atau audiens tersebut sangat puas dan senang.

Teori Uses & Gratification

Pada pernyataan tentang fungsi media massa pada tingkat individu kita lakukan pendekatan fungsional yang diberi nama *Uses and Gratifications model*. Dalam bentuk paling sederhana, *Uses and Gratifications model* adalah memosisikan khalayak anggota memiliki kebutuhan atau dorongan tertentu yang dipuaskan oleh sumber media dan non media.

McQuail mengatakan ada dua hal utama yang mendorong munculnya pendekatan pengguna ini. Pertama ada oposisi terhadap pandangan deterministik tentang efek media. Sikap ini merupakan bagian dari “penemuan kembali manusia” yang terutama terjadi pada sosiolog di Amerika. Kedua, ada keinginan untuk lepas dari debat yang berkepanjangan tentang selera media massa. Dalam persoalan ini pendekatan *uses and gratification* menyajikan alternatif lain dalam memandang hubungan antara isi media dengan komunikasi, dan dalam pengkategorian isi media menurut fungsi.

⁵ Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan pelanggan*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta 2002. Hal 2

⁶ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*, Graha Ilmu, Yogyakarta 2008. Hal 9

⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Terj. Bob Sabran Erlangga 2009. Hal 14

Denis McQuail mengungkapkan sejumlah daftar inventaris menyangkut kepuasan, kesenangan, dan pemakaian terhadap khalayak media atau teori uses and gratifications, yang mencerminkan tingkat keteraturan dan prediksibilitas yang meyakinkan. Hal tersebut sekurang-kurangnya sudah cukup untuk dijadikan sebagai kerangka yang dibuat berdasarkan pandangan masyarakat. Sebagai mana yang telah dikemukakan terdahulu, kerangka dasar kepuasan dibawah ini dikutip dari konsep tipologi yang disarankan oleh Denis McQuail dan kawan-kawannya. Kategori kepuasan yang diperoleh diukur dengan kategori sebagai berikut :⁸

1. Kepuasan informasi adalah kepuasan yang berkenaan dengan kebutuhan individu akan informasi dan eksplorasi sosial.
2. Kepuasan identitas pribadi adalah kepuasan yang berhubungan dengan referensi diri, eksplorasi realitas, penguatan nilai, motif yang ditujukan untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak yang bersangkutan.
3. Kepuasan interaksi dan integritas sosial adalah kepuasan yang meliputi integrasi dan interaksi sosial, merujuk pada kelangsungan hubungan individu tersebut dengan orang lain, persahabatan, kegunaan sosial.
4. Kepuasan hiburan adalah kepuasan yang meliputi kebutuhan untuk melepaskan diri dari rutinitas, tekanan, dan masalah, sarana dan pelepasan emosi, dan kebutuhan akan hiburan.

⁸ Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Erlangga, 2002) hal 72-73

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan atau metodologi kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan usaha untuk memanfaatkan dan mengumpulkan informasi dengan menggunakan statistik. Menjelaskan riset kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian yang bersifat survey. Dimana penelitian ini diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual dari suatu responden.⁹

Alasan peneliti menggunakan metode survey yaitu untuk mendapatkan data dan informasi dari beberapa pihak yang telah ditetapkan sebagai responden, agar data menjadi akurat dan tepat maka peneliti menggunakan kuisioner untuk mengumpulkan data dari responden.

Dalam penelitian survey tersebut yang peneliti lakukan adalah mengamati secara langsung objek yang akan diteliti di lokasi yang telah ditentukan dan menyebarkan kuisioner, dimana kuisioner ini diberikan kepada ibu-ibu rumah tangga Kampung Baru Kembangan Utara.

Operasionalisasi Konsep

Variabel pengaruh atau variabel bebas adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu variabel lainnya. Variabel ini secara sistematis divariasi oleh periset (Kriyantono, 2012:21). Dalam

⁹ Moh. Nazir. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998, hal. 56

penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah pengaruh gaya presenter Feni Rose program talk show *Rumpi No Secret* di televisi.

Variabel terikat adalah variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan khalayak.

Populasi dan Sampel

Populasi berasal dari bahasa inggris, *population*, yang berarti jumlah penduduk. Populasi adalah diwilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah masyarakat RW 10 Kelurahan Kembangan Utara pernah menonton acara *Rumpi No Secret*. Dalam penelitian ini total warga RW 10 Kampung Baru Kelurahan Kembangan Utara yaitu 539. Dengan kriteria perempuan (ibu rumah tangga) berumur >17 tahun dan yang berada di rumah saat sore hari.

Sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili keseluruhan anggota populasi yang bersifat representatif. Sampel yang representatif bisa diartikan bahwa sampel tersebut mencerminkan semua unsur dalam populasi secara proporsional atau memberikan kesempatan yang sama pada semua unsur populasi untuk dipilih, sehingga dapat mewakili keadaan sebenarnya dalam keseluruhan populasi (Kriyantono, 2010:154). Dalam penelitian ini jumlah ibu rumah tangga di kampung

baru RW. 10 berjumlah 539 maka penulis akan mengambil 15% jumlah ibu rumah tangga di kampung baru RW. 10 karena sample lebih dari 100 orang. Maka total sampel yang diambil adalah 80 orang.

Teknik Penarikan Sampel

Dalam penelitian pengaruh gaya presenter program acara talkshow *Rumpi No Secret*, teknik penarikan sampel yang digunakan adalah dengan metode *purposive sampling*, yaitu peneliti akan memilih orang-orang tertentu berdasarkan penilaian tertentu yang akan menjadi responden dalam penelitian ini. Dalam hal ini peneliti hanya memilih sampel warga yang menonton program acara talkshow *Rumpi No Secret* di Trans TV, sedangkan warga yang tidak menonton tidak termasuk dalam penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh dari lokasi penelitian. Data dikonsepsikan sebagai segala sesuatu yang hanya berhubungan dengan menonton dengan keterangan tentang suatu fakta dan fakta tersebut ditemukan oleh peneliti pada saat dilokasi penelitian. Pengumpulan data penelitian dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

a. Data Primer

Peneliti akan memperoleh data dari sumber objek penelitian di lokasi penelitian dengan menyebarkan kuisioner yang sudah dipersiapkan sebelumnya, isi kuisioner berupa pertanyaan tertutup.

b. Data Sekunder

Peneliti melakukan studi kepustakaan dan mencari buku atau jurnal-jurnal sebagai bahan referensi untuk membantu data penelitian yang bersangkutan dengan yang akan diteliti. Selain itu juga peneliti juga mencari data-data tambahan dari internet guna untuk membantu pengetahuan biodata atau profile dari apa yang akan diteliti.

Teknik Analisis Data

Data diukur dengan metode skala likert, metode ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dan digunakan untuk mengatur setiap jawaban dari responden melalui pemberian skor pada setiap jawaban dari pertanyaan yang diajukan.

Kemudian data dianalisis menggunakan analisis regresi. Menurut Sugiyono antara uji korelasi dengan uji regresi keduanya mempunyai hubungan yang sangat erat. Setiap uji regresi pasti ada uji korelasinya, tetapi uji korelasi belum tentu dilanjutkan dengan uji regresi. Uji korelasi tidak dapat dilanjutkan dengan uji regresi apabila nilai korelasi antara dua variabel tidak mempunyai hubungan kausal atau sebab akibat atau hubungan fungsional. Uji regresi dapat dilakukan bila terdapat hubungan antar dua variabel yang berupa kausal atau fungsional.

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum TRANS TV

PT. Televisi Tranformasi Indonesia (Trans TV) adalah sebuah stasiun televisi swasta yang memperoleh izin mengudara secara nasional di Indonesia. merupakan perusahaan yang dimiliki oleh Trans Corporation, yang juga merupakan pemilik dari Trans 7, yaitu Chairul Tanjung. Trans TV memperoleh izin siaran pada tanggal 1 Agustus 1998 dengan siaran percobaan. Trans TV kemudian pertama mengudara diresmikan Oleh Presiden Megawati Soekarno Putri sejak tanggal 15 Desember 2001.

Visi dan Misi TRANS TV

Trans TV memiliki visi yaitu menjadi televisi terbaik di Indonesia maupun ASEAN, memberikan hasil usaha yang positif bagi stakeholder, menyampaikan program-program berkualitas, berperilaku berdasarkan nilai-nilai moral budaya kerja yang dapat diterima oleh stakeholders serta mitra kerja, dan memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan serta kecerdasan masyarakat. Sedangkan misi Trans TV ini yaitu menjadi wadah gagasan dan aspirasi masyarakat untuk mencerdaskan serta mensejahterakan bangsa, memperkuat persatuan dan menumbuhkan nilai-nilai demokrasi.

Gambaran Umum Program "Rumpi No Secret"

Program acara Talk Show "Rumpi No Secret" adalah program Talk Show yang mengulik hal pribadi dari narasumber secara santai dan mendalam. Pertanyaan yang akan dilontarkan oleh presenter pun bukan hanya soal gosip yang terkait oleh

bintang tamu, tetapi juga pertanyaan nakal yang tidak terpikirkan sebelumnya. Presenter akan melontarkan pertanyaan – pertanyaan dengan menggunakan sudut pandang perempuan. Narasumber yang dihadirkan pun tidak hanya artis-artis ternama di tanah air namun siapapun yang memberikan inspirasi kepada masyarakat, seperti pejabat atau orang biasa.

Presenter dalam program “*Rumpi No Secret*” yaitu Feni Rose yang memiliki nama lengkap Feni Rose Widyadhri kelahiran Malang, Jawa Timur pada 1 November 1973. Feni merupakan lulusan FISIP Antropologi Universitas Indonesia pada tahun 1998. Namanya melejit setelah membawakan program Infotainment “Silet” di RCTI dengan logat khasnya. Ia memiliki karakter dan gaya unik yang dapat mengundang gelak tawa dan ketegangan disetiap pertanyaan yang di ajukan kepada narasumber, ia pun mampu membuat narasumber merasa nyaman dan resah. Menjadikan suasana di dalam studio menjadi santai dan sedikit tegang dan mampu menjadikan program acara yang menarik dan membuat penasaran khalayaknya di setiap segmennya. Gaya bahasa yang ia gunakan pada talk show ini berbeda dengan gaya bahasa yang biasa ia gunakan di acara yang sebelumnya ia pandu, ini karena ia ingin menunjukkan bahwa ia adalah publik figure yang multidimensi

Pembahasan

Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu program siaran yang tanggap terhadap kebutuhan

pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak pelayanan terhadap populasi sasaran. Karena itulah masalah perencanaan program siaran harus mengacu pada selera, keinginan serta kebutuhan khalayak, dan tentu saja teknik penyajian lazimnya disebut dengan teknik produksi harus terus diupayakan sebaik mungkin, dengan berlandaskan kaidah-kaidah pertelevisian serta memanfaatkan kemampuan elektronik secara tepat.

Pada penelitian ini, penulis meneliti tentang “Pengaruh Gaya Presenter Talkshow *Rumpi No Secret* di TRANS TV Terhadap Kepuasan Khalayak” Survey Ibu Rumah Tangga RW 10 Kampung Baru, Kembangan Utara, Jakarta Barat. Kepuasan penonton berkaitan dengan penyampaian informasi, pengetahuan dan kepercayaan yang diberikan media massa. Untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh gaya presenter *Rumpi No Secret* di TRANS TV terhadap kepuasan, maka penulis akan menggunakan kerangka kepuasan individu yang disarankan oleh Danis Mcquill dan kawan-kawan dengan dimensi informasi, identitas pribadi, integritas diri dan interaksi sosial dan hiburan. Dalam penelitian ini membahas tentang Pengaruh Gaya Penyampaian Presenter Talk Show *Rumpi No Secret* di TRANS TV Terhadap Kepuasan Menonton Ibu Rumah Tangga RW 10 Kampung Baru, Kembangan Utara, Jakarta Barat setelah mereka menonton Tayangan *Rumpi No Secret* di Trans Tv.

Dalam penelitian ini, penulis menjelaskan dampak komunikasi berkaitan dengan salah satu teori yang paling populer tentang komunikasi massa adalah pendekatan penggunaan dan kepuasan

(*uses and gratification*). Teori *uses and gratification* milik Blumer dan Katz ini mengatakn bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. *Uses and Gratifications* adalah sekelompok orang atau orang itu sendiri dianggap aktif dan selektif menggunakan media sebagai cara untuk memenuhi kebutuhannya. Studi didalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) media untuk mendapatka kepuasan (*Gratifications*) atas kebutuhan seseorang. Oleh karena itu, sebagian besar perilaku orang tersebut akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan dan kepentingan individu.

Analisis hubungan antara Pengaruh Gaya Presenter Talk Show *Rumpi No Secret* di Trans TV Terhadap kepuasan Menonton Ibu Rumah Tangga RW 10 Kampung Baru, Kembangan Utara, Jakarta Barat dilakukan untuk mengetahui korelasi yang signifikan antar variabel. Interpretasi ini terdapat pada hasil analisis dengan menggunakan metode pearson correlation, yaitu untuk melihat pengaruh diantara kedua variabel tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, angka korelasi yang dihasilkan dari Pearson Product Moment pada penelitian antara variabel X (pengaruh gaya penyampaian presenter talk show *Rumpi No Secret* di Trans Tv) dengan variabel Y (kepuasan menonton ibu rumah tangga RW 10 Kampung baru, Kembangan Utara) adalah sebesar 0.761. Dapat disimpulkan bahwa angka 0.761 diantara 0.200 – 0.400 yang menunjukkan bahwa tingkat hubungan (korelasi) pada penelitian ini adalah tergolong kuat.

Uji korelasi menghasilkan angka 0.761 yang menunjukkan bahwa koefisien korelasi adalah positif (+) sehingga dapat disimpulkan bahwa korelasi dari penelitian ini positif (+) yang sifatnya searah.

Hasil koefisien determinasi dengan nilai adjusted (R^2) diperoleh sebesar 0.573 atau 57,3%. Hal ini menunjukkan bahwa 57,3% kepuasan ibu rumah tangga rw 10 kampung baru, kembangan utara dipengaruhi oleh variabel pengaruh gaya presenter *Rumpi No Secret* di Trans TV, sedangkan sisanya 43,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari yang diteliti penulis.

Karena hasil dari penelitian ini yaitu khalayak menerima dampak berupa kepuasan yang ditimbulkan gaya presenter *Rumpi No Secret* Trans tv, maka teori *Uses and Gratification* yang digunakan penulis sebagai teori acuan dinyatakan terbukti dalam penelitian. Pun terbukti jika tayangan itu digunakan dan menimbulkan efek atas penggunaannya.

Dari beberapa dimensi yang telah dipaparkan pada tabel operasionalisasi konsep, yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan ibu rumah tangga Rw 10 Kampung baru, kembangan utara merupakan dimensi Hiburan dari variabel Kepuasan. hal tersebut dapat dibuktikan dari presentase hasil jawaban kuesioner responden.

Maka berdasarkan hasil uji regresi dan hipotesis diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh

nyata (signifikan) antara gaya presenter *Rumpi No Secret* di Trans TV terhadap kepuasan menonton ibu rumah tangga RW 10 Kampung Baru, Kembangan Utara, Jakarta Barat.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Pengaruh Gaya Presenter Talk Show *Rumpi No Secret* di Trans TV Terhadap Kepuasan Khalayak” (Survey Terhadap Ibu Rumah Tangga RW. 10 Kampung Baru, Kembangan Utara, Jakarta Barat) dapat diambil kesimpulan :

1. Hasil penelitian pada antar variabel menunjukkan pengaruh gaya presenter talk show *Rumpi No Secret* di Trans TV memiliki hubungan terhadap Kepuasan menonton ibu rumah tangga RW 10 Kampung Baru. Pengaruh kontribusi antara gaya penyampaian presenter talk show *Rumpi No Secret* yang diterima oleh ibu rumah tangga rw 10 Kampung Baru, Kembangan Utara, Jakarta Barat, sebesar 57,8% yang dapat diartikan bahwa kepuasan kuat, sisanya yaitu sebesar 42,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain, misalnya kepuasan kepuasan Ibu Rumah Tangga Rw 10 Kampung Baru dipengaruhi bukan hanya dari gaya penyampaian presenter talk show *Rumpi No Secret* di Trans TV seperti yang dibahas penulis pada penelitian ini, melainkan melalui faktor yang lain.

2. Hubungan tersebut merupakan hubungan yang kuat, searah dan signifikan.

3. Dapat disimpulkan melalui hasil akhir penelitian ini bahwa terdapat pengaruh nyata (signifikan) dan positif antara gaya presenter *rumpi no secret* di Trans TV terhadap kepuasan menonton Ibu Rumah Tangga Rw 10 Kampung Baru, Kembangan Utara, Jakarta Barat.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan diatas, maka penulis dapat menyimpulkan saran praktis sebagai berikut :

- a. Informasi untuk lebih diperhatikan lagi agar dapat berdampak positif bagi masyarakat atau khalayak yang menonton.

- b. Feni Rose harus lebih mendalami karakter peran sebagai presenter dan mampu membuat penonton terhibur dan terbawa suasana.

- c. Penggunaan bahasa dan kata harus lebih disaring lagi agar dapat dipahami dan dimengerti oleh khalayak.

Bagi penelitian selanjutnya, penulis menyarankan untuk lebih mengeksplor lagi tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi variable kepuasan selain variabel gaya presenter yang telah dipaparkan penulis. Serta menjadikan penelitian yang sudah ada sebagai patokan untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Erlangga, 2002

Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*, Graha Ilmu, Yogyakarta 2008.

Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan pelanggan*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta 2002.

Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, PT. Rosdakarya, Bandung, 2005.

Moh. Nazir. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998.

Morissan, M.A. *Media Penyiaran Strategi mengelola Radio & televisi*, Ramdina Prakarsa.

Philip Kotler dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Terj. Bob Sabran Erlangga 2009.

Riswandi, *Ilmu Komunikasi*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2009.

Zulkarnaen Nasution, *Sosiologi Komunikasi Massa*, Universitas Terbuka, 2001