

**PENGARUH MENONTON PROGRAM ACARA *COOKING WITH QUEEN* DI MNC TV TERHADAP PENINGKATAN PENGETAHUAN MEMASAK IBU RUMAH TANGGA  
( Studi Kuantitatif Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Tanjung Mulia)**

**SKRIPSI**

**ATIKA SURI**  
**1403110273**

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Kosentrasi Penyiaran**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2018**

## BERITA ACARA PENGESAHAN



Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : ATIKA SURI  
NPM : 1403110273  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Pada hari, Tanggal : Jumat, 19 Oktober 2018  
Waktu : 08.00 Wib

### TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP (.....)

PENGUJI II : AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom (.....)

PENGUJI III : Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si (.....)

### PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai bimbingan diberikan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh:

Nama : ATIKA SURI  
NPM : 1403110273  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : PENGARUH MENONTON PROGRAM ACARA *COOKING WITH QUEEN* DI MNC TV TERHADAP PENINGKATAN PENGETAHUAN MEMASAK IBU RUMAH TANGGA

Medan, 19 Oktober 2018

PEMBIMBING

  
Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si

DISETUJUI OLEH  
KETUA PROGRAM STUDI

  
NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom.

DEKAN

  
Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Atika Suri

NPM : 1403110273

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Alamat Rumah : Jl. Almunium 1 No. 76 Link 16 Tanjung Mulia Medan Deli

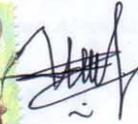
No HP/Telp.Rumah : 085373735299

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Menonton Program Acara *Cooking With Queen* di MNC TV Terhadap Peningkatan Pengetahuan Memasak Ibu Rumah Tangga di Lingkungan 16 Kelurahan Tanjung Mulia” adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain. Apabila di kemudian hari hasil penelitian/skripsi saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Medan, Oktober 2018

Yang membuat pernyataan,



Atika Suri

NPM. 1403110273

**PENGARUH MENONTON PROGRAM ACARA *COOKING WITH QUEEN* DI  
MNC TV TERHADAP PENINGKATAN PENGETAHUAN MEMASAK IBU  
RUMAH TANGGA**

**ATIKA SURI**  
**1403110273**

***ABSTRAK***

Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Kepuasan yang didapat audien merupakan efek dari penggunaan media. Efek media dapat di opsionalisasikan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberikan kepuasan. Masing-masing khalayak mempunyai intensitas menonton dan tingkat kepuasan yang berbeda-beda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh menonton program acara *Cooking With Queen* di Mnc Tv terhadap peningkatan pengetahuan memasak ibu rumah tangga. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 67 ibu rumah tangga di Lingkungan 16 Kelurahan Tanjung Mulia. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification*. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara menonton program acara *Cooking With Queen* di Mnc Tv terhadap peningkatan pengetahuan memasak ibu rumah tangga di Lingkungan 16 Kelurahan Tanjung Mulia. Dari hasil uji analisis korelasi product moment persons yang dilakukan, menunjukkan bahwa hasil  $r$  hitung korelasi pengaruh menonton program acara *Cooking With Queen* dan peningkatan pengetahuan memasak ibu rumah tangga diperoleh nilai sebesar 2,33. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antar kedua variabel bernilai sangat kuat, karena berada pada interval korelasi 2,00 sampai 2,35 seperti yang tercantum pada tabel 3.2 Interval Koefisien Korelasi. Dengan hasil yang dijabarkan dalam penelitian ini bahwa nilai  $r$  sebesar 2,33. Hal ini menunjukkan bahwa nilai  $r > 0$  maka telah terjadi hubungan linier positif maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

**Kata kunci** : *Menonton Program Acara, Peningkatan Pengetahuan Memasak*

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Alhamdulillah Rabbil Alamin*, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan Rahmat dan Karunia Nya serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **Pengaruh menonton program acara *Cooking With Queen* di Mnc Tv terhadap peningkatan pengetahuan memasak ibu rumah** tepat pada waktu yang telah ditentukan.

Adapun maksud dari pembuatan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Tugas akhir ini penulis persembahkan kepada yang teristimewa yaitu Bapak **Surkani** dan Ibunda **Fitria** yang tak pernah lelah dan putus asa mendoakan, menafkahi, melimpahkan cinta kasih sayang dan selalu memberikan dukungan serta semangat yang luar biasa kepada penulis. Tidak lupa juga mengucapkan terimakasih kepada adik-adik saya yaitu Dek **Syahru Ramadhan, Siti Fakhira, Ahmad Fakhruzi** dan **Imam Baihaqi** yang senantiasa mendukung, memberikan semangat dan memberikan perhatian selama ini.

Penulis juga menyadari dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini, serta selama masa perkuliahan, penulis banyak memperoleh bimbingan dan dukungan dari banyak pihak. Untuk itu, dengan setulus hati penulis menyampaikan ucapan

terima kasih yang sebesar- besarnya kepada :

1. **Bapak Dr.Agussani, M.AP** sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. **Bapak Dr.Arifin Saleh, S.Sos., M.SP** sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. **Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom** sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. **Ibu Dr. Leylia Khairani, M.Si** sebagai dosen pembimbing yang sudah memberikan perhatian dan waktunya kepada saya.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara .
6. Keluarga saya Bapak, Mamak, Ibuk, Nenek, Bude dan adik-adik yang sangat aku sayangi yang setia menemani dan memberikan semangat kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat sejak semester satu Evi Oktiana S yang sudah memberikan dukungan, menemani, dan selalu setia sampai saat ini. Dan dari bantuan laptopnya saya dapat mengerjakan skripsi ini. Terimah kasih sudah mau menjadi teman seperjuangan yang selalu setia.
8. Sahabat seperjuangan Dwi Handayani yang selalu membantu, menemani, menenangkan dan mengajarkan banyak hal dalam mengerjakan skripsi ini. Terimah kasih sudah menjadi teman seperjuangan yang selalu direpotkan.

9. Sahabat sejak SMP Radhatul Jannah yang selalu memotivasi dan menghibur saya. Terimah kasih telah memberikan semangat dan perhatian sampai saat ini.
10. Teman seperjuangan Sari Longgom Siregar yang telah memberikan motivasi tiada henti. Terimah kasih telah memberikan dukungan.
11. Sahabat sejak SMA Feby Septiara, Ade Avisha Tari, Dwi Putri Anggraini, Sri Fatimah. Terimah kasih telah memberikan dukungan dan semangat.
12. Seluruh teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi'14 semoga kesuksesan menghampiri kita.
13. Teruntuk teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan, semangat dan doanya untuk kesuksesan penulisan skripsi ini.
14. Serta semua pihak yang membantu saya dalam penelitian ini baik secara langsung ataupun tidak langsung.

Peneliti berharap skripsi ini dapat memberi manfaat bagi para pembaca dan bagi peneliti khususnya. Peneliti memohon maaf yang sebesar-besarnya apabila ada kesalahan dalam pengerjaan skripsi ini.

Medan, Oktober 2018

Atika Suri

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. LatarBelakangMasalah .....	1
1.2. RumusanMasalah .....	5
1.3. PembatasanMasalah .....	5
1.4. TujuanPenelitian .....	6
1.5. ManfaatPenelitian .....	6
1.6. SistematikaPenulisan .....	7
BAB II URAIAN TEORITIS .....	9
2.1. Komunikasi Massa .....	9
2.1.1. PengertianKomunikasi Massa .....	9
2.1.2. Ciri-ciriKomunikasi Massa .....	12
2.1.3. FungsiKomunikasi Massa .....	12
2.1.4. EtikaKomunikasi Massa .....	14
2.2. Menonton Program Acara .....	15
2.3. Program Acara <i>Cooking With Queen</i> .....	18

2.4. Stasiun MNC TV .....	19
2.5. Peningkatan Pengetahuan Memasak Ibu Rumah Tangga .....	24
2.5.1. Pengertian Ibu Rumah Tangga .....	24
2.5.2. Pengertian Memasak .....	28
2.5.3. Pengertian Pengetahuan .....	29
2.6. Teori <i>Uses and Gratifications</i> .....	32
2.7. Anggapan Dasar/Hipotesis .....	34
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 35
3.1. Jenis Penelitian .....	35
3.2. Kerangka Konsep .....	35
3.3. Defenisi Konsep .....	36
3.4. Defenisi Operasional .....	38
3.5. Populasi dan Sampel .....	39
3.6. Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.7. Teknik Analisis Data .....	44
3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	46
3.9. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	46
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	 48
4.1. Hasil Penelitian .....	48
4.2. Hasil Uji Statistik .....	74

4.3. Pembahasan .....	81
4.3.1. UjiKolerasi Product Moment Persons .....	81
4.3.2. HasilUjiHipotesis .....	86
BAB V PENUTUP .....	88
5.1. Simpulan .....	88
5.2. Saran .....	89
DAFTAR PUSTAKA .....	90

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1.Latar Belakang Masalah**

Televisi sebagai media massa memiliki fungsi sebagai penyampai informasi. Program televisi seperti news, *entertainment*, bahkan acara-acara kuliner mampu memberikan informasi yang sekiranya diperlukan oleh khalayak. Fungsi lain dari televisi adalah sebagai sarana hiburan. Kehadiran program-program acara televisi yang menghibur sangat diperlukan untuk melepas stress dan kejenuhan sejenak setelah seharian beraktivitas. Pada dasarnya fungsi televisi sama seperti fungsi media massa lainnya ( surat kabar, dan radio siaran ), yaitu member informasi, mendidik, menghibur dan membujuk. Namun keberadaan televisi pada saat ini merupakan media massa yang sangat dominan penggunaannya di kalangan masyarakat Indonesia.

Semakin khalayak tertarik terhadap tayangan televisi, maka semakin produktif pula televisi dalam menyiarkan program-program unggulan. Televisi tidak membatasi diri hanya untuk konsumsi kalangan tertentu namun telah menjangkau konsumen dari semua kalangan masyarakat tak terkecuali ibu rumah tangga. Dengan demikian berkembang pesat minat khalayak untuk menonton televisi, akibatnya adalah para industry televisi tersebut berlomba untuk menyuguhkan tayangan-tayangan yang tidak hanya bersifat menghibur tetapi terdapat unsure edukasi.

Kehadiran televisi sebagai media massa memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap khalayak baik efek kognitif, afektif maupun konatif. Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami dan dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi. Efek efektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap dan nilai. Selanjutnya efek konatif menunjuk pada sikap nyata yang diamati, meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan bersikap (Rakhmat, 2005:219).

Terpaan informasi dari televisi yang terus menerus pada khalayak memungkinkan posisinya sebagai pedoman bersikap. Semakin tinggi sikap kritis masyarakat terhadap informasi dan hiburan, mendorong para industri televisi untuk menyajikan program-program acara yang kreatif, berkualitas, menarik serta memiliki manfaat langsung maupun tidak langsung. Jumlah dan kualitas program televisi dari segi tayangan telah meningkat, industri televisi berusaha semakin inovatif dan teknis penggarapan yang semakin berkualitas, agar sesuai dengan harapan dan keinginan masyarakat yang menginginkan tayangan yang kreatif dan berkualitas, baik dari segi isi maupun teknisnya.

Motif menonton tayangan televisi oleh khalayak dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, faktor dalam diri individu (intrinsik) dan faktor yang datang dari luar diri individu (ekstrinsik). Faktor intrinsik terdiri atas beberapa variabel yaitu usia, jenis kelamin, dan etnis. Sedangkan faktor ekstrinsik dipengaruhi oleh adanya informasi

yang didapatkan dari program acara yang ditayangkan dan hiburan untuk melepaskan rasa lelah karena beraktivitas seharian-hari, ataupun mengisi waktu kosong.

Televisi saat ini adalah sarana elektronik yang paling digemari dan dicari orang. Untuk mendapatkan televisi tidak lagi sesusah zaman dahulu di mana perangkat komunikasi ini adalah barang yang langka dan hanya kalangan tertentu yang sanggup memilikinya. Saat ini televisi telah menjangkau lebih dari 90% penduduk di negara berkembang. Televisi yang dulu mungkin hanya menjadi konsumsi kalangan dan umur tertentu, saat ini bisa dinikmati dan sangat mudah dijangkau oleh semua kalangan tanpa batasan usia.

Siaran-siaran televisi akan memanjakan orang-orang pada saat luang seperti saat liburan, sehabis bekerja, bahkan dalam suasana sedang bekerjapun orang-orang masih menyempatkan diri untuk menonton televisi. Suguhan acara yang variatif dan menarik membuat orang tersanjung untuk meluangkan waktunya duduk di depan televisi. Namun, di balik itu semua dengan dan tanpa disadari televisi telah memberikan banyak pengaruh negatif dalam kehidupan manusia baik anak-anak maupun orang dewasa. Kita harus berhati-hati sebab televisi selain bisa menjadi teman yang baik, bisa juga menjadi musuh yang menghanyutkan.

Saat ini, stasiun televisi banyak menyajikan program-program acara hiburan yang bertujuan untuk menghibur pemirsanya. Salah satunya adalah program kuliner yang saat ini mendapatkan perhatian khusus karena menampilkan berbagai ragam masakan lezat yang khas dari berbagai daerah serta menampilkan para juru masak atau *chef* yang terampil. Program yang ditayangkan di Televisi memiliki dampak dan

pengaruh yang besar bagi penontonnya terutama pada ibu rumah tangga. Salah satunya juga pada program memasak, Program memasak atau biasa di sebut *cookery* yang menayangkan proses memasak dan penyaji masakan mampu mempengaruhi pikiran penonton terhadap masakan yang di buat.

Hampir semua stasiun televisi yang ada di Indonesia mempunyai program kulinernya masing-masing, dari mulai kuliner jajanan pinggir jalan, keliling nusantara untuk menampilkan makanan-makanan khas daerah, juga terdapat cara kuliner yang dikemas dengan format kompetisi. Contoh program acara kuliner di salah satu stasiun televisi swasta MNC TV yaitu *Cooking With Queen* yang merupakan program acara kuliner ringan namun memiliki unsure hiburan dan edukatif yang tinggi.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian pada program *Cooking With Queen* di MNC TV. *Cooking With Queen* adalah sebuah program reality show yang mengajak pemirsa belajar masak makanan Appetizer, Main Course, Makanan Ringan yang simple dan mudah diikuti resepnya. Dengan bahan-bahan yang apa adanya atau spontan, berlokasi di dapur yang simple, membuat suasana memasak menjadi fun. Memasak bersama Chef sekaligus selebritis cantik, Farah Quinn, setelah melakukan aktifitas sehari-hari dengan cara yang seru, mudah, cepat, dan hasilnya dijamin lezat.

Penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada program *Cooking with Queen* karena program ini di bawakan oleh chef yang handal dan terkenal. *Cooking with Queen* di MNC TV merupakan program masak memasak yang dipandu oleh chef cantik yang sangat digemari oleh ibu rumah tangga. Acara ini sangat menarik menurut

penulis, karena di dalam acara ini memiliki unsur edukatif kemudian dikemas dengan cara yang seru dan menyenangkan. *Cooking With Queen* di tayangkan setiap hari sabtu jam 08.30 WIB yang berdurasi 30 menit yang di setiap episodenya menampilkan menu-menu baru untuk mencoba membuatnya.

Bedasarkan uraian di atas, penulis ingin mengetahui pengaruh dari tayangan program *Cooking with Queen* terhadap peningkatan pengetahuan ibu rumah tangga. Sehingga penulis akan mengangkat judul “ **Pengaruh program tayangan *Cooking With Queen* di MNC TV terhadap peningkatan pengetahuan ibu rumah tangga**”.

## 1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah pengaruh program tayangan *Cooking With Queen* di MNC TV terhadap peningkatan pengetahuan memasak ibu rumah tangga, maka rumusan masalah yang akan diangkat adalah sebagai berikut :

Apakah ada pengaruh program tayangan *Cooking With Queen* di MNC TV terhadap peningkatan pengetahuan memasak ibu rumah tangga ?

## 1.3. Pembatasan Masalah

Untuk memperjelas dan membatasi ruang lingkup penelitian dan untuk menghasilkan uraian yang sistematis diperlukan pembatasan masalah. Adapun itu pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah :

Pada ibu rumah tangga umur 23 – 40 tahun di Kelurahan Tanjung Mulia Lingkungan 16 Kota Medan Sumatera Utara.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dibuatnya penelitian tersebut adalah sebagai bentuk untuk mengetahui sejauh mana pengaruh program tayangan *Cooking With Queen* di MNC TV terhadap peningkatan pengetahuan memasak ibu rumah tangga di Kelurahan Tanjung Mulia Lingkungan 16.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

##### **1. Manfaat Akademis**

Sebagai salah satu syarat menyelesaikan akademis dan mendapat gelar S1 di jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan dan kontribusi pada disiplin Komunikasi untuk pengembangan penelitian.

##### **2. Manfaat Praktis**

Proposal penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan peneliti, masyarakat dan mahasiswa mengenai pengaruh program tayangan *Cooking With Queen* di MNC TV terhadap peningkatan pengetahuan memasak ibu rumah tangga.

Dan penelitian ini dapat berguna untuk memperdalam teori-teori yang telah didapat di bangku perkuliahan.

## **1.6. Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada BAB ini disajikan latar belakang masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II : URAIAN TEORITIS**

Pada BAB ini disajikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan fakta atau kasus yang sedang dibahas. Disamping itu juga dapat disajikan berbagai pendapat yang berhubungan dan benar-benar bermanfaat sebagai bahan untuk melakukan analisis terhadap fakta atau kasus yang sedang diteliti.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada BAB ini menyajikan secara sederhana langkah-langkah penelitian yang dilakukan. Dalam BAB ini di ketengahkan antara lain, jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, definisi operasional, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian dan deskripsi lokasi penelitian.

## **BAB IV**

### **: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada BAB ini data atau informasi hasil penelitian diolah, dianalisis, ditafsirkan, dikaitkan dengan kerangka teoritik atau kerangka analisis yang dituangkan dalam BAB II sehingga jelas bagaimana data hasil penelitian dapat menjawab permasalahan dan tujuan pembahasan dalam kerangka teoritik yang lebih di kemukakan terdahulu.

## **BAB V**

### **: PENUTUP**

Pada BAB ini merupakan rangkuman dari semua yang telah dicapai pada masing-masing BAB sebelumnya. Dan BAB ini tersusun atas kesimpulan dan saran.

## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

#### **2.1. Komunikasi Massa**

##### **2.1.1. Pengertian Komunikasi Massa**

Komunikasi massa adalah proses dimana pesan sampai kepada audiens melalui media massa. Komunikasi massa merupakan suatu proses yang melukiskan bagaimana komunikator menggunakan teknologi media massa secara proposional guna menyebarluaskan pesanya melampui jarak untuk mempengaruhi khalayak dengan jumlah yang banyak. Hal ini membuat media menjadi bagian dari salah satu institusi yang kuat dimasyarakat. Pada umumnya, komunikasi massa memiliki kaitan yang kuat dengan media massa.

Sebab, awal perkembangannya saja komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Media massa apa ? media massa (atau saluran) yang dihasilkan oleh teknologi modern. Hal ini perlu ditekankan sebab media yang bukan media massa yakni media tradisional seperti kentongan, angklung, gamelan, dan lain-lain. Jadi, disini jelas media massa menunjuk pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa (Nurudin,2007).

Dalam hal ini kita juga perlu membedakan massa dalam arti “umum” dengan massa dalam arti komunikasi massa. Agar tidak ada kerancuan dan perbedaan persepsi tentang massa, ada baiknya kita membedakan arti massa dalam komunikasi

massa dengan massa dalam arti umum. Massa dalam arti komunikasi massa lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan peran media massa. Oleh karena itu, massa disini menunjuk kepada khalayak, *audience*, penonton, pemirsa, atau pembaca. Beberapa istilah ini dikaitkan dengan media massa.

Lalu apa media massa dalam komunikasi massa? Ada banyak versi juga tentang bentuk ini. Namun, dari sekian banyak definisi bisa dikatakan media massa bentuknya antara lain media elektronik ( televisi, radio ), media cetak ( surat kabar, majalah, tabloid ), buku dan film. Dalam perkembangan komunikasi massa yang sudah sangat modern dewasa ini, ada satu perkembangan tentang media massa, yakni ditemukannya internet. Belum ada, untuk tidak mengatakan tidak ada, bentuk media dari definisi komunikasi massa yang memasukkan internet dalam media massa.

Dengan demikian, bentuk komunikasi massa bisa ditambah dengan internet. Bisa jadi pula beberapa definisi yang tidak menyebutkan internet dalam definisi komunikasinya karena definisi itu dibuat beberapa puluh tahun yang lalu ketika internet belum mewabah seperti sekarang ini. Maka, sah-sah saja jika kita memasukkan internet dalam bentuk komunikasi massa. Jadi, media massa itu antara lain: televisi, radio, internet, majalah, koran, tabloid, buku dan film ( film bioskop dan bukan negatif film yang dihasilkan kamera ).

Dalam komunikasi massa kita membutuhkan *gatekeeper* ( penapis informasi atau palang pintu ) yakni beberapa individu atau kelompok yang bertugas menyampaikan atau mengirimkan informasi dari individu ke individu yang lain melalui media massa (surat kabar, majalah, televisi, radio, video tape, compact disk,

buku ). Defenisi yang dikemukakan oleh Bittner diatas menekankan akan arti pentingnya *gatekeeper* dalam proses komunikasi massa. Inti dari pendapat ini begini, dalam proses komunikasi massa disampingmelibatkan unsure-unsur komunikasi sebagaimana umumnya, ia membutuhkan peran media massa sebagai alat untuk menyampaikan atau menyebarkan informasi.

Media massa itu tidk berdiri sendiri, didalamnya ada beberapa individu yang bertugas melakukan pengolahan informasi sebelum informasi itu sampai kepada *audience*-nya. Mereka yang bertugas itu sering disebut sebagai *gatekeeper*. Jadi, informasi yang diterima *audience* dalam komunikasi massa sebenarnya sudah diolah oleh *gatekeeper* dan disesuaikan dengan misi, visi media yanag bersangkutan, khalayak sasaran dan orientasi bisnis atau ideal yang menyertainya. Bahkan, sering pula disesuaikan dengan kepentingan penanam modal atau aparat pemerintah yang tidak jarang ikut campur tangan dalam sebuah penerbitan.

Pada kehidupan kita sehari-hari selalu berkaitan erat dengan komunikasi, apalagi kita sebagai makhluk sosial selalu melakukan interaksi dengan manusia lain. Dan di dalam interaksi tersebut terjadi suatu pertukaran pesan antar individu dalam proses komunikasinya, dengan adanya penerima pesan sebagai komunikan serta penyampai pesan sebagai komunikatornya. Pesan yang disampaikan oleh komunikator merupakan suatu informasi yang mungkin diperolehnya dari pengalaman hidup, melalui orang lain atau bahkan media massa. Segala pengetahuan dan informasi mengenai berbagai kejadian di berbagai wilayah baik lokal, regional maupun internasional dapat diperoleh melalui media massa. Media

massa sendiri memiliki tindak komunikasi yang akhirnya disebut sebagai komunikasi massa.

Dengan demikian, media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serampak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas.

### **2.1.2. Ciri-ciri Komunikasi Massa**

- a. Komunikator dalam Komunikasi Massa Melembaga
- b. Komunikasi dalam komunikasi Massa Bersifat Heterogen
- c. Pesannya Bersifat Umum
- d. Komunikasinya Berlangsung Satu Arah
- e. Komunikasi Massa Menimbulkan Keserempakan
- f. Komunikasi Massa Mengandalkan Peralatan Teknis
- g. Komunikasi Massa Dikontrol oleh *Gatekeeper*

### **2.1.3. Fungsi-fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi Komunikasi Massa menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988) antara lain :

- *To inform* ( menginformasikan )

Fungsi informasi merupakan fungsi paling penting yang terdapat dalam komunikasi massa. Komponen paling penting untuk mengetahui fungsi informasi ini adalah berita-berita yang disajikan.

- *To entertain* ( memberi hiburan )

Fungsi hiburan untuk media elektronik menduduki posisi yang paling tinggi dibandingkan dengan fungsi-fungsi yang lain. Masalahnya, masyarakat kita masih menjadikan televisi sebagai media hiburan. Dalam sebuah keluarga, televisi bisa sebagai perekat keintiman keluarga itu karena masing-masing anggota keluarga mempunyai kesibukan sendiri-sendiri, misalnya suami dan istri kerja seharian sedangkan anak-anak sekolah. Setelah kelelahan dengan aktivitasnya masing-masing, ketika malam hari berada di rumah, kemungkinan besar mereka menjadikan televisi sebagai media hiburan sekaligus sarana untuk berkumpul bersama keluarga.

- *To persuade* ( membujuk )

Fungsi persuasif komunikasi massa tidak kalah pentingnya dengan fungsi informasi dan hiburan. Banyak bentuk tulisan yang kalau diperhatikan sekilas hanya berupa informasi, tetapi jika diperhatikan secara lebih jeli ternyata terdapat fungsi persuasi. Tulisan pada Tajuk Rencana, artikel, dan surat pembaca merupakan contoh tulisan persuasif.

Bagi Josep A.Devito (1997) fungsi persuasi dianggap sebagai fungsi yang paling penting dari komunikasi massa. Persuasi bisa datang dari berbagai macam bentuk :

- 1) mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang
  - 2) mengubah sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang
  - 3) menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu
  - 4) memperkenalkan etika, atau menawarkan sistem nilai tertentu
- *Transmission of the culture* ( transmisi budaya )

Transmisi budaya merupakan salah satu fungsi komunikasi massa yang paling luas, meskipun yang paling sedikit dibicarakan. Transmisi budaya tidak dapat dielakkan selalu hadir dalam berbagai bentuk komunikasi yang mempunyai dampak pada penerimaan individu. Demikian juga, beberapa bentuk komunikasi bagian dari bentuk pengalaman dan pengetahuan individu. Melalui individu, komunikasi menjadi bagian dari pengalaman kolektif kelompok, publik, *audience* berbagai jenis dan individu sebagian dari suatu massa.

#### **2.1.4. Etika Komunikasi Massa**

Seperti yang dikemukakan Shoemaker dan Reese (1991) adalah :

- a. Tanggung Jawab
- b. Kebebasan Pers
- c. Masalah Etis
- d. Ketepatan dan Objektivitas
- e. Dan Tindakan Adil Untuk Semua Orang

## 2.2. Menonton Program Acara

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1990: 1068), menonton adalah salah satu kegiatan dengan menggunakan mata untuk memandang atau memperhatikan sesuatu. Menonton tidak hanya sekedar melihat, namun juga memperhatikan tentang acara yang sedang berlangsung dan bisa menyerap pesan-pesan yang disampaikan pada acara tersebut.

Menonton televisi merupakan satu tindakan yang tidak terlepas dari kebanyakan masyarakat modern saat ini. Menonton televisi adalah kesadaran seorang terhadap sesuatu yang berhubungan dengan dorongan yang ada dalam diri individu sehingga seorang memusatkan perhatiannya terhadap acara yang ditayangkan televisi dengan senang hati serta dengan perasaan puas sehingga pemirsa dapat menikmati apa yang ditayangkan oleh televisi tersebut. Kebanyakan aktivitas menonton televisi berawal dari sebuah kebutuhan akan informasi yang kemudian berpola dan menjadi semacam ritual keseharian.

Aktivitas menonton televisi adalah suatu proses yang rumit, terjadi dalam praktik domestik, yang hanya dapat dipahami dalam konteks kehidupan sehari-hari (Triwardani & Wicandra, 2007: 9).

Menonton televisi sebagaimana halnya aktivitas konsumsi yang lain, adalah sebuah proses aktif, baik antar partisipan maupun antara partisipan dengan televisi yang didalamnya audiens memilih aneka material media yang tersedia bagi mereka, melainkan juga aktif memakai, menafsir, serta mengawasi (*decoding*) material-

material yang dikonsumsi (Morley, 1995: 54). Jadi penonton, tidak hanya sekedar melihat tetapi juga menangkap pesan-pesan yang disampaikan oleh televisi kemudian berusaha mengartikan pesan-pesan tersebut hingga akhirnya audiens tersebut memahami dan kemudian menerapkan apa yang mereka pahami tersebut dalam kehidupannya.

Tindakan atau keadaan seseorang yang menikmati tayangan di televisi dalam ukuran waktu tertentu dan seberapa sering seseorang itu menonton suatu tayangan serta memusatkan perhatiannya terhadap acara yang ditayangkan televisi dapat disebut sebagai intensitas menonton. Tingkat intensitas menonton yang tinggi dan seorang tersebut mampu menyerap pesan atau informasi dalam tayangan tersebut sehingga menimbulkan suatu pengaruh salah satunya ialah rasa kepuasan dan dirinya.

Tucker (dalam Setiawan, 2005) mengemukakan pendapat tentang menonton, yaitu :

- a) Menonton merupakan perilaku pasif. Ketika televisi menyala, pikiran penonton berhenti, interaksi persoalan terhenti dan tubuh pun tidak berpindah-pindah. Hal ini akan menimbulkan dampak yang buruk bagi kesehatan, karena beberapa penyakit kronis berasal dari kegiatan pasif.
- b) Menonton acara yang disajikan televisi berita individu yang menonton akan mengalami *observational learning (modeling)* yang akan mempengaruhi berbagai segi kehidupan manusia karena salah satu cara manusia belajar adalah dengan mengobservasi. Berdasarkan dari beberapa kegiatan diatas, dapat disimpulkan bahwa intensitas berita kualitas dari tingkat kedalaman yang

meliputi kemampuan, daya konsentrasi terhadap sesuatu, tingkat keseringan dan kedalaman cara atau sikap seseorang pada objek tertentu. Jadi, intensitas menonton televisi dapat dipahami sebagai tingkat keseringan (frekuensi), kualitas kedalaman menonton atau durasi dan daya konsentrasi untuk menonton.

Lowery dan De Fleur (dalam Sari: 2008) mengungkapkan bahwa terdapat tiga hal yang dapat dijadikan sebagai alat mengidentifikasi perilaku dalam menonton televisi, yaitu :

- a. Total waktu rata-rata yang dihabiskan untuk menyaksikan televisi perhari (durasi)
- b. Pilihan program acara yang ditonton dalam sehari-hari dan program acara yang paling disukai
- c. Frekuensi menonton program acara tertentu

Sementara itu, Azjen (dalam Setiawan, 2005) membagi intensitas menjadi empat aspek, yaitu :

- a) Perhatian atau daya konsentrasi dalam menonton televisi
- b) Penghayatan atau pemahaman terhadap tayangan televisi yang disajikan
- c) Durasi atau kualitas kedalaman menonton
- d) Frekuensi atau tingkat keseringan (Niki, 2013 : 19-21).

### **2.3. Program Acara “ *Cooking With Queen* “**

Televisi merupakan suatu kekuatan yang secara dominan dapat mempengaruhi masyarakat modern. Televisi memiliki berbagai program yang disajikan sesuai dengan segmentasi pemirsanya. Dengan melimpahnya tayangan-tayangan yang diberikan oleh stasiun televisi, mempermudah bagi siapa saja untuk mendapatkan informasi sesuai dengan kebutuhannya. Tayangan yang saat ini cukup banyak menjamur di televisi adalah tayangan kuliner.

Acara kuliner yang ada di televisi antara lain, Ala Chef, Gula-Gula, Fun Cooking, Santapan Nusantara, Dapoer Cobex dan lain sebagainya. Tayangan kuliner pada dasarnya memberikan informasi seputar kuliner yang beraneka ragam, dapat membantu khalayak untuk mengolah berbagai bahan masakan dan memberikan inspirasi masakan bagi penontonnya. Tayangan kuliner di televisi juga dapat menambah informasi bagi ibu rumah tangga mengenai kuliner yang beragam. Selain itu juga meningkatkan kreativitas memasak ibu rumah tangga seperti mampu menciptakan gagasan baru dan mengolaborasi berbagai bahan masakan lainnya untuk mendapatkan hasil masakan yang sempurna.

*Cooking With Queen* adalah sebuah program reality show yang mengajak pemirsa belajar masak makanan Appetizer, Main Course, Makanan Ringan yang simple dan mudah diikuti resepnya. Dengan bahan-bahan yang apa adanya atau spontan, berlokasi di dapur yang simple, membuat suasana memasak menjadi fun.

Memasak bersama Chef sekaligus selebritis cantik, Farah Quinn, setelah melakukan aktifitas sehari-hari dengan cara yang seru, mudah, cepat, dan hasilnya dijamin lezat.

*Cooking With Queen* tayang pada hari sabtu pukul 08.30 wib. Waktu yang sangat cocok untuk dapat disaksikan oleh ibu rumah tangga di sela waktu santai setelah mengerjakan pekerjaan rumah. Karena waktu tayang yang cocok bagi ibu rumah tangga, kemudian langsung dapat mencoba di rumah dengan bahan dan alat yang sesuai. Ibu rumah tangga selalu ingin mencoba menu masakan baru yang lebih kreatif untuk dihidangkan buat keluarga.

#### **2.4.Stasiun MNC TV**

MNCTV adalah sebuah stasiun televisi swasta terestrial nasional di Indonesia. Namanya yang sekarang dipergunakan sejak 20 Oktober 2010. MNC TV merupakan stasiun televisi swasta ketiga di Indonesia setelah RCTI dan SCTV. MNCTV didirikan oleh Mbak Tutut dan dulu sebagian besar sahamnya dimiliki oleh PT Cipta Lamtoro Gung Persada.

MNCTV pernah menayangkan acara olahraga seperti FI, WWE SmackDown!, Serie A, Eredivisie, Piala AFF dan UEFA Euro 2008 (bersama RCTI dan GTV). Pada tahun 2009 sampai dengan tahun 2010, MNCTV tidak menyiarkan acara olahraga. Namun, pada tahun 2010 hingga 2013, MNCTV kembali menyiarkan acara olahraga dengan menyiarkan Liga Utama Inggris bersama

GTV, dan kembali lagi menyiarkan liga tersebut untuk musim 2016–2017 bersama RCTI hingga 3 tahun ke depan.

Pada tahun 2011, MNCTV juga memiliki hak siar dalam ajang sepak bola Liga Prima Indonesia bersama RCTI dan GTV dan SEA Games 2011. Pada tahun 2014, MNCTV juga menyiarkan Liga Super Indonesia bersama RCTI dan GTV.

### **Awal didirikan**



Logo pra-siaran TPI (1 Agustus 1990)



Logo pertama TPI (23 Januari 1991-31 Desember 1997), juga digunakan sebagai logo *on-air* sejak tahun 1995 hingga 1997, namun sejak tahun 1998 hingga tahun 2002 hanya dipakai sebagai logo perusahaan



Logo *on-air* TPI (1990-1995)

TPI memperoleh izin siaran pada tanggal 1 Agustus 1990. Pada tanggal 1 Januari 1991, TPI memulai siaran percobaan selama 2 jam dari jam 08.00-10.00 WIB. TPI diresmikan Presiden Soeharto pada tanggal 23 Januari 1991 di Studio

12 TVRI Senayan, Jakarta Pusat. Pada awal pendiriannya tahun 1991 TPI hanya ingin menyiarkan siaran edukatif saja. Saat itu TPI hanya mengudara 4 jam. Salah satunya dengan bekerja sama dengan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan menyiarkan materi pelajaran pendidikan menengah. Sejak itu TPI mengudara 4 jam, lalu sejak 1 Juni 1991 menjadi 6,5 jam. Lalu menjelang akhir 1991 sudah 8 jam.

### **TPI setelah pertengahan 1990-an**



TPI memakai nama "Televisi Keluarga Indonesia" diperkenalkan sejak 23 Januari 1996, namun baru dipergunakan dari 1 Januari 1998 hingga 23 Januari 2002, logo ini mirip dengan CBN Family Channel.

Pada tahap awal pendiriannya, TPI berbagi saluran dengan televisi milik pemerintah, TVRI. Perlahan-lahan mereka mengurangi misi edukatif, dengan juga menyiarkan acara lain, termasuk kuis dan sinetron sebagai selingan.

TPI berpisah saluran dengan TVRI di pertengahan 90-an. Program edukasi pun tergusur, dan TPI fokus di program acara musik dangdut dan keluarga, seolah acara lain yang disebut 'makin Indonesia' dalam motto barunya seakan tenggelam oleh hingar bingar acara dangdut di TPI. Bahkan TPI sebagai kependekan dari Televisi Pendidikan Indonesia sudah tidak berlaku lagi.



Logo ketiga TPI (23 Januari 2002-26 Januari 2006)

Dalam situs web resmi TPI, disebutkan TPI adalah **Televisi Paling Indonesia**, sesuai dengan misi barunya, yakni menyiarkan acara-acara khas Indonesia seperti tayangan sinetron lokal dan musik dangdut. TPI pernah mendapat penghargaan karena telah bertahun-tahun menayangkan acara kuis dangdut pertama di Indonesia yaitu Kuis Dangdut yang dibawakan oleh Jaja Mihadja dan Dorce Gamalama. Pada Festival Sinetron Indonesia 1997, serial "Mat Angin" (Deddy Mizwar) yang ditayangkan TPI menyabet 11 penghargaan, ditambah dengan 5 penghargaan lagi tahun berikutnya dari serial yang sama. Tak lupa juga acara terfavorit di Indonesia yaitu Santapan Nusantara yang dibawakan oleh Enita Sriyana, sang pakar kuliner.

Program *Kontes Dangdut Indonesia* yang merupakan versi dangdut dari kontes *American Idol* dan *Indonesian Idol* merupakan salah satu program unggulan TPI pada saat itu.



Logo terakhir TPI (26 Januari 2006-20 Oktober 2010)

Sejak Oktober 2003, 75% saham TPI dimiliki oleh Media Nusantara Citra, kelompok perusahaan media yang juga memiliki RCTI dan GTV.

Sejak 2003, TPI akhirnya mengudara selama 24 jam nonstop.

### **Peluncuran ulang dan pergantian nama**



Logo pertama MNCTV (20 Oktober 2010-19 Mei 2015)

Sejak 20 Oktober 2010, TPI resmi berganti nama menjadi MNCTV. Perubahan ini terjadi dikarenakan TPI tidak sesuai dengan konteks tertulis pada televisi tersebut yaitu menjadi salah satu televisi yang berbau pendidikan di Indonesia, dan oleh karena itu nama TPI berubah menjadi MNCTV untuk mengubah citra TPI di mata masyarakat.

### **Daftar direktur utama**

No.	Nama	Awal jabatan	Akhir jabatan
1	Siti Hardijanti Rukmana	1991	1998
2	Tito Sulistio	1998	2001
3	Dandy Nugroho Rukmana	2001	2004
4	Hidajat Tjandradjaja	2004	2005
5	Sang Nyoman Suwisma	2005	Sekarang

## Direksi saat ini

Struktur dewan direksi MNCTV saat ini adalah sebagai berikut:

No.	Nama	Jabatan
1	Sang Nyoman Suwisma	Direktur Utama
2	Noersing	Direktur Pelaksana
3	Ruby Panjaitan	Direktur Keuangan dan Teknologi
4	Endah Hari Utari	Direktur Program dan Produksi
5	Jasmine Pratiwi	Direktur Penjualan dan Pemasaran

Prestasi MNC TV Pada November 2002, MNCTV (yang pada saat itu bernama TPI) mendapatkan penghargaan *Indonesian Television Station Of The Year 2002* dan *Stasiun TV Terfavorit*.

## 2.5.Peningkatan Pengetahuan Ibu Rumah Tangga

### 2.5.1. Pengertian Ibu Rumah Tangga

**Pengertian ibu rumah tangga menurut kamus besar Bahasa Indonesia adalah** perempuan yang mengurus seluruh keperluan rumah tangga, seorang istri yang pekerjaan utamanya adalah mengerjakan seluruh pekerjaan rumah tangga dan tidak bekerja di kantor. Pada umumnya, seorang perempuan yang disebut ibu rumah tangga memang total mengurus rumah tangga dan tidak bekerja di luar rumah.

Ibu rumah tangga (Inggris: *housewife*) adalah seorang wanita yang bekerja menjalankan atau mengelola rumah keluarganya, bertanggung jawab untuk mendidik anak-anaknya, memasak dan menghidangkan makanan, membeli barang-barang kebutuhan keluarga sehari-hari, membersihkan dan memelihara rumah, menyiapkan dan menjahit pakaian untuk keluarga, dan lain sebagainya. Ibu rumah tangga umumnya tidak bekerja di luar rumah. Merriam Webster Dictionary mendefinisikan ibu rumah sebagai seorang wanita menikah yang bertanggung jawab atas rumah tangganya. Istilah ibu rumah tangga berkebalikan dengan wanita karier. Ibu rumah tangga adalah sosok ibu yang berperan dalam :

- Mengurus rumah tangga seperti memasak, mencuci, menyapu , dsb
- Mengasuh serta mendidik anak-anaknya dan sebagai salah satu kelompok dari peranan sosial
- Memenuhi kebutuhan efektif dan sosial anak-anaknya (Effendy : 2004)

Seperti halnya memasak, memasak bagi ibu rumah tangga merupakan suatu kewajiban. Ibu dan memasak adalah dua hal yang tak bisa dipisahkan. Bahkan dalam pelajaran bahasa Indonesia, jika seorang siswa diperintahkan untuk membuat kalimat berpredikat “memasak”, maka dengan spontan subjek akan diisi oleh “ibu” atau subjek lainnya yang umumnya juga wanita. Jadi, kalimat yang dibuat pasti *Ibu sedang memasak* atau misalnya *Rani sedang memasak*, bukan *Ayah sedang memasak* atau *Ridwan sedang memasak*. Hal tersebut mencerminkan bahwa budaya memasak

menggambarkan citra seorang wanita. Karena memang umumnya memasak dianggap sebagai kewajiban seorang wanita yang kelak akan menjadi ibu.

Tapi apakah memasak dianggap semata-mata sebagai kewajiban saja? Riset yang dilakukan berhasil menemukan alasan-alasan di balik kegiatan sang ibu yang satu ini. Dan ditemukan hasil bahwa terdapat tiga alasan di balik kegiatan memasak para ibu :

a. Pertama, memasak adalah hobi

Hobi adalah sesuatu yang amat disenangi oleh seseorang. Melakukan hobi berarti melakukan hal yang menyenangkan. Begitu juga bagi para ibu yang mengaku bahwa memasak adalah hobi. Memasak adalah sesuatu yang mereka lakukan dengan penuh gairah. Saat seorang ibu menganggap kegiatan memasak sebagai hobi, maka hal ini menimbulkan keuntungan secara emosional. Sang ibu akan dengan senang hati menyiapkan makanan untuk keluarganya, sehingga memasak bukanlah menjadi kewajiban yang membebani dirinya. Selain itu, karena memasak adalah hobi, sang ibu akan sering mencoba-coba atau melakukan eksperimen terhadap masakannya yang berdampak pada keahlian memasaknya yang semakin terasah.

b. Kedua, memasak adalah bagian dari peran ibu

Ibu adalah koki andalan sepanjang zaman. Ya, memang benar. Dengan tangannya, lahir masakan-masakan yang tak hanya lezat di lidah, tapi juga masakan yang penuh dengan emosi; cinta. Meski mungkin masakan di luar lebih enak, tapi masakan seorang ibu tetaplah yang terbaik karena mereka melakukannya dengan hati.

Hal itulah yang menyebabkan munculnya istilah “memasak dengan cinta untuk yang tercinta”.

Sebagai seorang ibu atau istri, salah satu kewajiban mereka adalah menyiapkan makanan terbaik untuk keluarganya. Maka dari itu responden dalam riset ini mengaku bahwa alasan mereka memasak adalah menjalankan tugas seorang ibu sebagaimana mestinya. Peran mereka sebagai ibu yang juga merangkap koki secara otomatis akan menggerakkan tangan sang ibu untuk senantiasa menyajikan santapan terbaik bagi keluarganya.

Tak hanya di Indonesia, di negara lain pun sama, misalnya Jepang, memasak adalah salah satu tugas penting seorang ibu. Hal tersebut tergambar dari salah satu pelajaran penting yang bisa diambil dari ibu rumah tangga di Jepang yang dikutip oleh [travel.cnn.com](http://travel.cnn.com), *“jika kamu pintar memasak, kamu akan memiliki kehidupan rumah tangga yang bahagia”*.

c. Ketiga, memasak adalah kebanggaan seorang menantu

Saat seseorang wanita telah menikah, itu berarti bahwa ia akan menggantikan sosok “koki” bagi suaminya. Ia harus bisa mengambil hati sang suami agar tidak membandingkan masakannya dengan masakan sang mertua. Selain itu, ibu mertua akan merasa bangga ketika menantunya bisa menyiapkan makanan untuk anaknya. Di Indonesia sendiri, kemampuan memasak seorang menantu cukup berpengaruh bagi seorang ibu. Tak jarang seorang ibu memberikan syarat “pintar masak” kepada calon menantunya. Hal itu semata-mata karena sang mertua yakin bahwa wanita yang pandai memasak, bisa membahagiakan anak dan cucunya kelak. Tak berbeda dengan

Indonesia, seperti yang dilansir oleh [indiatimes.com](http://indiatimes.com), memasak adalah salah satu hal penting yang harus dipelajari oleh wanita India sebelum menikah. Mereka bisa menarik kekaguman dari sang mertua dengan kemampuan memasak yang mereka miliki.

### **2.5.2. Pengertian Memasak**

Memasak adalah kegiatan menyiapkan makanan untuk dimakan dengan cara memanaskan pada bahan makanan agar bahan makanan tersebut bisa dikonsumsi. Memasak terdiri dari berbagai macam metode, teknik, peralatan, dan kombinasi bumbu dapur untuk mengatur rasa memudahkan makanan untuk dicerna dan mengubah makanan dari segi warna, rupa, rasa, tekstur, penampilan dan nilai nutrisi.

Memasak secara umum adalah persiapan dan proses memilih, mengatur kuantitas, dan mencampur bahan makanan dengan urutan tertentu dengan tujuan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Memanaskan bahan makanan umumnya, walaupun tidak selalu, perubahan bahan makanan tersebut secara kimiawi, mengakibatkan adanya perubahan rasa, tekstur, penampilan, dan nilai nutrisi.

Metode memasak yang umum untuk mengetahui pengertian memasak secara utuh, metode atau teknik yang digunakan dalam memasak :

1. Menggoreng, yaitu mengolah makanan dengan cara memasukkan bahan makanan ke dalam minyak panas.
2. Merebus, yaitu mengolah bahan makanan dengan merendam bahan atau masakan ke dalam air yang panas.

3. Mengukus, yaitu memasak dengan menggunakan uap air dan menggunakan alat seperti kukusan, dandang, panci, dan lain-lain.
4. Menumis, yaitu memasak dengan menggunakan sedikit minyak olahan dan ditambah sedikit cairan sehingga sedikit berkuah/basah.
5. Membakar, yaitu memasak secara langsung di atas bara api, biasanya teknik ini disebut memanggang.
6. Memanggang dengan oven (bake), yaitu memasak makanan dengan memasukkan ke dalam alat pembakaran seperti oven dan Oven mikrogelombang dan alat lainnya.
7. Menyangrai, yaitu memasak di wajan tanpa air maupun minyak goreng, tetapi langsung tersentuh dengan wajan, ada juga yang menggunakan media pasir untuk menyangrai.

Teknik di atas hanya sebagian, pada umumnya cara memasak banyak caranya seperti teknik mengasap, tim, disangan dan lain-lain. Perbedaan-perbedaan yang ada di seluruh dunia mengenai cara memasak mencerminkan faktor-faktor sosial, ekonomi, agama, agrikultur, budaya, dan estetika yang mempengaruhinya.

### **2.5.3. Pengertian Pengetahuan**

Pengetahuan adalah informasi atau maklumat yang diketahui atau disadari oleh seseorang. Pengetahuan termasuk, tetapi tidak dibatasi pada deskripsi, hipotesis, konsep, teori, prinsip dan prosedur yang secara Probabilitas Bayesian adalah benar atau berguna.

Dalam pengertian lain, pengetahuan adalah berbagai gejala yang ditemui dan diperoleh manusia melalui pengamatan akal. Pengetahuan muncul ketika seseorang menggunakan akal budinya untuk mengenali benda atau kejadian tertentu yang belum pernah dilihat atau dirasakan sebelumnya. Misalnya ketika seseorang mencicipi masakan yang baru dikenalnya, ia akan mendapatkan pengetahuan tentang bentuk, rasa, dan aroma masakan tersebut.

Pengetahuan adalah informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan potensi untuk menindaki; yang lantas melekat di benak seseorang. Pada umumnya, pengetahuan memiliki kemampuan prediktif terhadap sesuatu sebagai hasil pengenalan atas suatu pola. Manakala informasi dan data sekadar berkemampuan untuk menginformasikan atau bahkan menimbulkan kebingungan, maka pengetahuan berkemampuan untuk mengarahkan tindakan. Ini lah yang disebut potensi untuk menindaki.

- Sumber Pengetahuan, Pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang tentu saja berasal dari berbagai sumber. Berikut adalah sumber pengetahuan :
  1. Kepercayaan yang didasarkan dari tradisi
  2. Kebiasaan-kebiasaan dan agama
  3. Pancaindra/pengalaman
  4. Akal pikiran
  5. Intuisi individual

- Faktor-faktor yang memengaruhi pengetahuan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya :

1. Pendidikan

Pendidikan adalah sebuah proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok dan juga usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan, maka jelas dapat kita kerucutkan sebuah visi pendidikan yaitu mencerdaskan manusia.

2. Media

Media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Jadi contoh dari media massa ini adalah televisi, radio, koran, dan majalah.

3. Informasi

Pengertian informasi menurut *Oxford English Dictionary*, adalah "*that of which one is apprised or told: intelligence, news*". Kamus lain menyatakan bahwa informasi adalah sesuatu yang dapat diketahui, namun ada pula yang menekankan informasi sebagai transfer pengetahuan. Selain itu istilah informasi juga memiliki arti yang lain sebagaimana diartikan oleh RUU teknologi informasi yang mengartikannya sebagai suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memanipulasi, mengumumkan, menganalisis, dan menyebarkan informasi dengan tujuan tertentu.

## 2.6. Teori *Uses and Gratifications*

Teori *uses and gratification* milik Blunner dan Katz ini mengatakan bahwa penggunaan media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Riset *uses and gratification* berangkat dari pandangan bahwa komunikasi (khususnya media massa) tidak mempunyai kekuatan mempengaruhi khalayak. Inti teori *uses and gratification* adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayaknya. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang efektif (Kriyantono, 2008: 206).

Dalam teori *uses and gratification* ditekankan bahwa khalayak mempunyai wewenang atau kebebasan bagaimana mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Khalayak aktif memilih media karena masing-masing pengguna berbeda tingkat pemanfaatan medianya. Perilaku media mencerminkan kepentingan dan *preferensi (selectivity)* dan bahwa khalayak sebenarnya kepala batu (*stubborn*).

Pada dasarnya terdapat lima asumsi dari teori *uses and gratification* yang dikemukakan oleh Katz, Blumler dan Gurevitch, yaitu :

1. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan. Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat pada anggota khalayak.

2. Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan.
3. Orang mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat dan motif. Sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut.
4. Penilaian mengenai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak

Salah satu macam riset *uses and gratification* yang saat ini berkembang adalah yang dibuat oleh Philip Palmgreen dari Kentucky University. Kebanyakan riset *uses and gratification* memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang mempengaruhi penggunaan media (Kriyantono, 2006: 206).

Menurut Palmgreen (1985) dalam buku Kriyantono (2008: 209), teori pengharapan *gratification sought* adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengonsumsi suatu jenis media tertentu (radio, tv, koran). Dengan kata lain GS ini merupakan motif seseorang untuk mengonsumsi media, sedangkan *gratification obtained* adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengonsumsi suatu jenis media tertentu.

Philip Palmgreen (Kriyantono, 2010: 211), mengembangkan konsep *Gratification sought (GS)* yaitu kepuasan yang diinginkan atau diharapkan individu dalam menggunakan jenis media tertentu. Individu menggunakan atau tidak menggunakan suatu media dipengaruhi sebab-sebab tertentu, yaitu didasari motif pemenuhan kebutuhan yang ingin dipenuhi karena motif yang melatarbelakangi individu satu dengan individu lain tidaklah sama. Sedangkan *Gratification Obtained (GO)* adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh khalayak setelah mengonsumsi

suatu media tertentu. Lebih singkatnya bisa dikatakan khalayak memperoleh kepuasan yang sesuai dengan keinginannya setelah menonton program acara tertentu.

## **2.7. Anggapan Dasar/ Hipotesis**

Hipotesis adalah teori, proposisi yang belum terbukti dan diterima secara tentative untuk menjelaskan fakta-fakta atau menyediakan dasar untuk melakukan investigasi dan menyatakan argument (Kriyantono 2008:28).

Berdasarkan kerangka diatas, maka diambil kesimpulan yang merupakan jawaban sementara penelitian sebagai berikut :

- Ho : Tidak terdapat pengaruh menonton program acara *Cooking With Queen* di MNC TV terhadap peningkatan pengetahuan memasak ibu rumah tangga.
- Ha : Terdapat pengaruh menonton program acara *Cooking With Queen* di MNC TV terhadap peningkatan pengetahuan memasak ibu rumah tangga.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **7.1. Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Dengan pendekatan ini secara primer menggunakan strategi penelitian survey yang menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan data. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Menurut Sekaran (2006:158) analisis deskriptif yaitu digunakan untuk mengetahui dan menjadi mampu menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Peneliti menggunakan analisis deskriptif untuk mengetahui bagaimana pengaruh menonton program acara *Cooking With Queen* di *MNC Tv* terhadap peningkatan pengetahuan memasak ibu rumah tangga di Lingkungan 16 Kelurahan Tanjung Mulia yang diukur melalui pengukuran kuesioner.

#### **7.2. Kerangka Konsep**

Menurut Nawawi (2008 : 43) Kerangka konsep disusun sebagai dasar yang jelas dalam perkembangan teori, maka kerangka konsep perlu disusun sebagai hasil yang setelah di analisa secara kritis berdasarkan bahan <sup>persepsi</sup>.

Kerangka konsep ini selanjutnya akan diuraikan dalam dua bentuk variabel yaitu sebagai berikut :

1. Variabel bebas (  $X$  ), yaitu sejumlah gejala, faktor atau unsur yang menentukan atau mempengaruhi ada atau munculnya gejala atau faktor lain. Variabel yang bebas dalam penelitian ini adalah “Menonton Program acara *Cooking With Queen*” indikator sebagai berikut :
  - a. Frekuensi Menonton
  - b. Durasi Menonton
  - c. *Atensi*
  - d. *Interest* (Minat) responden
  
2. Variabel terikat (  $Y$  ), yaitu sejumlah gejala yang ada atau muncul di pengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah “Peningkatan Pengetahuan Memasak Ibu Rumah Tangga” indikator sebaagai berikut :
  - a. Informasi
  - b. Ketertarikan
  - c. Perhatian
  - d. Keinginan

### **7.3. DEFENISI KONSEP**

Defenisi operasional adalah unsure penelitian yang memberitahukan cara mengukur variabel penelitian. Berikut defenisi operasional penlitian :

1. Menonton program acara *Cooking With Queen* di MNC TV (x)

Menonton berarti aktivitas melihat sesuatu dengan tingkat perhatian tertentu (Danim, 2004: 35). Dalam penelitian ini pengaruh menonton ditujukan untuk kegiatan penggunaan media menonton program acara *Cooking With Queen* terhadap peningkatan pengetahuan memasak ibu rumah tangga.

Ada 4 indikator dari beberapa dari beberapa literature indikator, yaitu :

- a. Frekuensi Menonton, yaitu seringnya kegiatan itu dilakukan dalam periode waktu tertentu. Seberapa sering responden menonton program acara *Cooking With Queen* di MNC TV dalam hitungan minggu
- b. Durasi Menonton, yaitu berapa lamanya waktu yang digunakan untuk melakukan kegiatan menonton program acara *Cooking With Queen* di MNC TV dalam hitungan menit
- c. Atensi, indicator ini berdasarkan tentang bagaimana responden menaruh perhatian pada program acara *Cooking With Queen* di MNC TV
- d. *Interest* (minat) terhadap menonton program acara *Cooking With Queen* di MNC TV

## 2. Peningkatan Pengetahuan Memasak ( Y )

- a. Informasi adalah sesuatu yang dapat diketahui pada saat program acara *Cooking With Queen* tayang di MNC TV
- b. Ketertarikan adalah timbulnya suatu rasa tertarik untuk menonton tayangan program acara *Cooking With Queen* di MNC TV

- c. Perhatian adalah adanya perhatian pada saat menonton program acara *Cooking With Queen* di MNC TV
- d. Keinginan adalah timbulnya perasaan untuk mencoba secara langsung tema program acara *Cooking With Queen* di MNC TV.

#### 7.4. Defenisi Operasional

Berdasarkan kerangka teoritis dan kerangka konsep diatas maka untuk memudahkan operasionalnya dalam memecahkan masalah maka dibuat operasional variabel sebagai berikut :

Variabel Teoritis	Sub Variabel	Indikator
Variabel (X) Menonton program acara <i>Cooking With Queen</i>	a. Frekuensi Menonton	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rutin menyaksikan program</li> <li>2. Seberapa Sering menyaksikan program acara setiap bulannya</li> </ol>
	b. Durasi Menonton	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jam tayang program acara</li> <li>2. Lama waktu menonton program acara</li> <li>3. Menyaksikan program acara sampai selesai</li> </ol>
	c. <i>Atensi</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tema program acara</li> <li>2. Ciri khas program acara</li> <li>3. Host program acara</li> </ol>
	d. <i>Interest</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penggunaan bahasa dalam program</li> <li>2. Menu yang disajikan mudah</li> <li>3. Menambah rasa ingin Mencoba</li> </ol>

Variabel (Y) Peningkatan Pengetahuan Memasak	a. Informasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pesan</li> <li>2. Nama program</li> <li>3. Host program acara</li> <li>4. Jam tayang program</li> </ol>
	b. Ketertarikan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menu yang disajikan baru</li> <li>2. Menu yang disajikan bervariasi</li> <li>3. Menampilkan host yang handal pada bidang memasak</li> </ol>
	c. Perhatian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aktifitas untuk mencoba masakan baru</li> <li>2. Program acara yang menarik</li> <li>3. Menyajikan menu makanan yang mudah dimengerti</li> </ol>
	d. Keinginan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingkat kepuasan dalam menonton</li> <li>2. Keingintahuan untuk dalam mencoba</li> <li>3. Keinginan untuk terus menyaksikan secara terus menerus</li> </ol>

## 7.5. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009: 80).

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kelurahan Tanjung Mulia Kecamatan Medan Deli. Untuk mengakuratkan data dengan populasi yang mendekati permasalahan maka penelitian ini dilakukan terhadap ibu rumah tangga di Lingkungan 16 Kelurahan Tanjung Mulia yang tidak bekerja (IRT).

Dan peneliti mengambil populasi pada masyarakat Kelurahan Tanjung Mulia Lingkungan 16 Kecamatan Medan Deli sebanyak 200 Ibu Rumah Tangga. Akan tetapi yang (*full mom*) berjumlah 67 orang.

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Ardial, 2014:336). Menurut Arikunto (2002), sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik sampling *proportionate simple random sampling* yaitu cara pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi (Sugiyono, 2011:63). Rumus yang digunakan dalam pengambilan sampel rumus Taro Yamane dengan presisi 10% dan tingkat kepercayaan 90%, yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan :

$n$  : besar sampel

$N$  : besar populasi

$d$  : presisi (presisi 10%)

1 : nilai konstanta

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

$$n = \frac{200}{200(0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{200}{2 + 1}$$

$$n = \frac{200}{3}$$

$n = 66,6$  dibulatkan menjadi 67

$n = 67$  orang

Sampel dengan hasil hitung data populasi untuk menemukan sampel menggunakan rumus solvin, maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 67 orang.

## 7.6. Teknik Pengumpulan Data

Kegiatan mengumpulkan data dalam penelitian ini merupakan bagian yang sangat penting dalam sebuah penelitian, karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecah masalah yang sedang diteliti. Oleh karena itu kegiatan pengumpulan data harus dilakukan sebaik-baiknya agar memperoleh hasil sesuai dengan kegunaannya.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kuisisioner (angket).  
Sebagai berikut: Menurut Sugiyono (2010: 199).

### a. Kuesioner

Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Responden adalah orang yang akan diteliti (sampel). Kuisisioner yang berupa pertanyaan dan pernyataan disebarkan kepada responden sesuai dengan permasalahan yang diteliti.

Skala untuk mengukur instrument dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono,2009:93).

Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, lalu dijabarkan lagi menjadi indikator. Indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun instrument penelitian. Jawaban instrument yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat

negatif. Yang dapat berupa kata-kata antar lain : sangat setuju, setuju, tidak setuju, da sangat tidak setuju atau sering, jarang, pernah, tidak pernah. Skor setiap alternative jawaban yang diberikan oleh responden pada adalah sebagai berikut :

- a. Alternatif jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
  - b. Alternatif jawaban Setuju (S) diberi skor 4
  - c. Alternatif jawaban Ragu-Ragu (RR) diberi skor 3
  - d. Alternatif jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
  - e. Alternatif jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1
- b. Observasi

Dalam penelitian ini, observasi dilakukan untuk mengamati aktivitas ibu rumah tangga sehari-hari khusus pagi hari dimulai jam 10 : 00 (sepuluh). Pilihan waktu ini dikarenakan secara umum ibu rumah tangga telah menyelesaikan pekerjaan utamanya sebagai ibu rumah tangga. Seperti membereskan rumah, menyiapkan sarapan dan mengurus suami serta anak.

c. Wawancara

Dalam pengumpulan data ini, wawancara sangat membantu untuk melengkapi data sehingga hasil kuesioner dan observasi menjadi lebih lengkap.

## 7.7. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul untuk menjawab hipotesis dan menggunakan rumus product moment. Analisis yang digunakan adalah untuk menjelaskan ada atau tidaknya pengaruh pada faktor variabel X dan variabel Y maka digunakan analisis deskriptif berdasarkan analisis tabel tunggal. Penelitian menggunakan analisis tabel tunggal yaitu suatu analisa penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan yakni membagi variabel penelitian ke dalam jumlah frekuensi dan presentase.

Data yang terkumpul untuk menguji koefisien korelasi antara dua variabel digunakan rumus Korelasi Product Momen Persons yang dikutip oleh (Misbahuddin dan Iqbal Hasan, 2013: 149) yaitu :

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

### Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi r

N = Jumlah responden

X = Variabel bebas

Y = Variabel terikat

**Tabel.3.2**

**Koefisien Kolerasi**

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,20	Sangat Rendah
>0,20 - 0,40	Rendah
>0,40 - 0,60	Sedang
>0,60 - 0,80	Kuat
>0,80 - 1,000	Sangat kuat

sumber : Sugiyono

Nilai koefisien  $r$  , yaitu antara -1 sampai +1 dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai  $r > 0$  artinya telah terjadi hubungan linier positif, yaitu semakin ariabel X (independen) semakin besar pula nilai variabel Y (dependen) atau sebaliknya, semakin kecil nilai variabel X (independen) maka semakin kecil pula nilai variabel Y (dependen).
- b. Jika nilai  $r < 0$ , artinya telah hubungan linier negatif yaitu semakin kecil nilai variabel X (independen) maka makin kecil pula nilai variabel Y (dependen).
- c. Jika  $r = 0$ , artinya tidak ada hubungan sama sekali antara variabel X (independen) dengan variabel Y (dependen).
- d. Jika  $r = 1$  atau  $r = -1$  telah terjadi hubungan linier sempurna, sedangkan untuk nilai  $r$  yang semakin mengarah ke angka 0 maka hubungan semakin melemah.

## **7.8.Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada program acara *Cooking With Queen* . objek penelitian ini adalah masyarakat yang menonton program acara *Cooking With Queen* terutama ibu rumah tangga yang berusia 23 – 40 tahun. Di Kelurahan Tanjung Mulia Lingkungan 16 Kota Medan Sumatera Utara.

Waktu dilaksanakannya penelitian pada program acara *Cooking With Queen* ini mulai pada bulan Juli – September 2018.

## **7.9.Deskripsi Lokasi Penelitian**

Kelurahan Tanjung Mulia merupakan kelurahan yang terletak di Kecamatan Medan Deli Kota Medan Sumatera Utara dengan kode pos 20241. Kelurahan ini berkembang sebagai daerah jasa, perdagangan, pemukiman dan lain-lain. Kelurahan Tanjung Mulia terdiri dari 28 (dua puluh delapan) lingkungan. Adapun batas-batas wilayah adalah sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Kelurahan Tanjung Mulia Hilir
- Sebelah Selatan : Kelurahan Pulo Brayan Kota
- Sebelah Barat : Desa Manunggal Kab. Deli Serdang
- Sebelah Timur : Kelurahan Pulo Brayan Bengkel Baru



Sumber : Kantor Kelurahan Tanjung Mulia

### **Peta Penduduk Dalam Lingkup Kelurahan**

Berdasarkan Kecamatan dalam angka, jumlah penduduk kelurahan sebagai berikut :

- Jumlah Penduduk : 350007 jiwa
- Jumlah Penduduk Dewasa : + 31783 jiwa
- Jumlah Laki-laki : 18.686 jiwa
- Jumlah Perempuan : 18.103 jiwa
- Jumlah KK : 9.962 KK

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Hasil Penelitian

1. Variabel (X) : Pengaruh Menonton Program Acara *Cooking With Queen* Di MNC TV Terhadap Peningkatan Pengetahuan Memasak Ibu Rumah.

**Tabel 4.1**

**Menonton Program Acara *Cooking With Queen* Dapat Memperoleh Informasi Menu Masakan Baru**

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Setuju	38	56,8%
2.	Setuju	28	41,7%
3.	Kurang Setuju	1	1,5%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel hasil penelitian 4.1 penulis menemukan bahwa pendapat responden dengan jumlah frekuensi 67 tentang menonton program acara *Cooking With Queen* dapat memperoleh informasi menu masakan baru banyak yang memilih sangat setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase responden sebanyak 56,8% dari 100%. Sedangkan persentase responden yang memilih setuju sebanyak 41,7%. Namun masih ada yang merasa kurang setuju tentang menonton program acara *Cooking With Queen* dapat memperoleh informasi menu masakan baru dengan hasil 1,5%.

**Tabel 4.2**

**Program Acara *Cooking With Queen* Menimbulkan Dampak Positif Bagi Ibu Rumah Tangga**

<b>No.</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase %</b>
1.	Sangat Setuju	21	30%
2.	Setuju	41	61%
3.	Kurang Setuju	3	4%
4.	Tidak Setuju	2	3%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel 4.2 dapat dijelaskan bahwa dari 67 responden yang diteliti banyak yang memilih setuju bahwa program acara *Cooking With Queen* menimbulkan dampak positif bagi ibu rumah tangga sebesar 61% dari 100%. Sedangkan yang memilih tidak setuju sebesar 3%, ini menunjukkan bahwa rata-rata responden menonton program acara *Cooking With Queen* menimbulkan dampak positif bagi ibu rumah tangga.

**Tabel 4.3**

**Menonton Program Acara *Cooking With Queen* Dapat Mengisi Waktu Santai**

<b>No.</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase %</b>
1.	Sangat Setuju	30	45%
2.	Setuju	33	49%
3.	Kurang Setuju	4	6%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel hasil penelitian 4.3 penulis menemukan bahwa pendapat responden dengan jumlah frekuensi 67 tentang menonton program acara *Cooking With Queen* dapat mengisi waktu santai banyak yang memilih setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase responden sebanyak 49% dari 100%. Namun masih ada yang merasa sangat setuju dengan hasil persentase 45%. Sedangkan untuk responden yang merasakan kurang setuju ada 6%.

**Tabel 4.4**

**Program Acara *Cooking With Queen* Menambah Rasa Percaya Diri Saat Memasak**

<b>No.</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase %</b>
1.	Sangat Setuju	25	37,3%
2.	Setuju	35	52,2%
3.	Kurang Setuju	6	9%
4.	Tidak Setuju	1	1,5%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel hasil penelitian 4.4 penulis menemukan bahwa pendapat responden dengan jumlah frekuensi 67 tentang menonton program acara *Cooking With Queen* dapat menambah rasa percaya diri saat memasak banyak yang memilih setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase responden sebanyak 52,2% dari 100%. Namun masih ada yang merasa sangat setuju dengan hasil persentase 37,3%. Sedangkan untuk responden yang merasakan kurang setuju ada 9% dan yang tidak setuju ada 1,5%.

**Tabel 4.5**

**Pada Saat Menonton Program Acara *Cooking With Queen* Dapat Menambah Hiburan**

<b>No.</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase %</b>
1.	Sangat Setuju	22	33%
2.	Setuju	43	64%
3.	Kurang Setuju	1	1,5%
4.	Tidak Setuju	1	1,5%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel hasil penelitian 4.5 penulis menemukan bahwa pendapat responden dengan jumlah frekuensi 67 tentang saat menonton program acara *Cooking With Queen* dapat menambah hiburan banyak yang memilih setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase responden sebanyak 64% dari 100%. Namun masih ada yang merasa sangat setuju dengan hasil persentase 33%. Sedangkan untuk responden yang merasakan kurang setuju ada 1,5% dan yang tidak setuju ada 1,5%.

**Tabel 4.6**

**Frekuensi Dalam Menonton Program Acara *Cooking With Queen* yang Efektif 3  
– 4 kali Dalam Sebulan**

<b>No.</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase %</b>
1.	Sangat Setuju	18	27%
2.	Setuju	37	55,2%
3.	Kurang Setuju	11	16,3%
4.	Tidak Setuju	1	1,5%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel hasil penelitian 4.6 penulis menemukan bahwa pendapat responden dengan jumlah frekuensi 67 tentang frekuensi saat menonton program acara *Cooking With* yang efektif dalam sebulan banyak yang memilih setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase responden sebanyak 55,2% dari 100%. Namun masih ada yang merasa sangat setuju dengan hasil persentase 27%. Sedangkan untuk responden yang merasakan kurang setuju ada 16,3% dan yang tidak setuju ada 1,5%.

**Tabel 4.7**

**Durasi Menonton Yang Tepat Dalam Menonton Program Acara *Cooking With Queen* Sampai Acara Selesai**

<b>No.</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase %</b>
1.	Sangat Setuju	21	31%
2.	Setuju	42	63%
3.	Kurang Setuju	4	6%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel hasil penelitian 4.7 penulis menemukan bahwa pendapat responden dengan jumlah frekuensi 67 tentang durasi menonton program acara *Cooking With Queen* sampai acara selesai banyak yang memilih setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase responden sebanyak 63% dari 100%. Namun masih ada yang merasa sangat setuju dengan hasil persentase 31%. Sedangkan untuk responden yang merasakan kurang setuju ada 6%.

**Tabel 4.8**  
**Tema Program Acara *Cooking With Queen* Yang Setiap Minggu Berbeda**  
**Menambah Ketertarikan**

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Setuju	15	22%
2.	Setuju	50	75%
3.	Kurang Setuju	2	3%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel hasil penelitian 4.8 penulis menemukan bahwa pendapat responden dengan jumlah frekuensi 67 tentang tema program acara *Cooking With Queen* yang setiap minggunya berbeda menambah ketertarikan penonton banyak yang memilih setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase responden sebanyak 75% dari 100%. Namun masih ada yang merasa sangat setuju dengan hasil persentase 22%. Sedangkan untuk responden yang merasakan kurang setuju ada 3%.

**Table 4.9**

**Program Acara *Cooking With Queen* Selalu Dinantikan Setiap Minggu**

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Setuju	22	34%
2.	Setuju	39	58%
3.	Kurang Setuju	5	8%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel 4.9 banyak yang memilih setuju tentang program acara *Cooking With Queen* selalu dinantikan setiap minggunya yaitu sebesar 58% dari 100%. Dan yang memilih sangat setuju sebanyak 34%. Sedangkan yang kurang setuju sekitar 8% terhadap program acara tersebut.

**Tabel 4.10**

**Program Acara *Cooking With Queen* Dikemas Dengan Asik Dan Menarik**

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Setuju	20	30%
2.	Setuju	44	66%
3.	Kurang Setuju	2	3%
4.	Tidak Setuju	1	1,5%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel hasil penelitian 4.10 penulis menemukan bahwa pendapat responden dengan jumlah frekuensi 67 tentang program acara *Cooking With Queen* dikemas dengan asik dan menarik banyak yang memilih setuju daripada sangat setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase responden sebanyak 66% dari 100%. Namun masih ada yang merasa sangat setuju dengan hasil persentase 30%. Sedangkan untuk responden yang merasakan kurang setuju ada 3% dan yang tidak setuju sebanyak 1,5%.

**Tabel 4.11**  
**Dipandu Oleh Chef Terkenal Program Acara *Cooking With Queen* Semakin Seru Untuk Ditonton**

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Setuju	18	27%
2.	Setuju	46	69%
3.	Kurang Setuju	3	4%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel hasil penelitian 4.11 penulis menemukan bahwa pendapat responden dengan jumlah frekuensi 67 tentang dipandu oleh che terkenal program acara *Cooking With Queen* banyak yang memilih setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase responden sebanyak 69% dari 100%. Namun masih ada yang

merasa sangat setuju dengan hasil persentase 27%. Sedangkan untuk responden yang merasakan kurang setuju ada 3% dan yang tidak setuju sebanyak 4%.

**Tabel 4.12**  
**Program Acara *Cooking With Queen* Menampilkan Menu Masakan Yang Mudah Untuk Dicoba**

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Setuju	18	27%
2.	Setuju	46	69%
3.	Kurang Setuju	3	4,5%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel hasil penelitian 4.12 penulis menemukan bahwa pendapat responden dengan jumlah frekuensi 67 tentang program acara *Cooking With Queen* menampilkan menu masakan yang mudah untuk dicoba banyak yang memilih setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase responden sebanyak 69% dari 100%. Namun masih ada yang merasa sangat setuju dengan hasil persentase 27%. Sedangkan untuk responden yang merasakan kurang setuju ada 3% dan yang tidak setuju sebanyak 4%.

**Tabel 4.13**

**Dengan Menampilkan Menu Sederhana, Program Acara *Cooking With Queen* Dapat Menambah Selera Untuk Segera Mencoba**

<b>No.</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase %</b>
1.	Sangat Setuju	21	31%
2.	Setuju	42	63%
3.	Kurang Setuju	4	6%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel hasil penelitian 4.13 penulis menemukan bahwa pendapat responden dengan jumlah frekuensi 67 tentang menampilkan menu sederhana, program acara *Cooking With Queen* dapat menambah selera untuk segera mencoba banyak yang memilih setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase responden sebanyak 63% dari 100%. Namun masih ada yang merasa sangat setuju dengan hasil persentase 31%. Sedangkan untuk responden yang merasakan kurang setuju ada 6%.

2. Variabel (Y) : Peningkatan Pengetahuan Memasak Ibu Rumah Tangga

**Tabel 4.14**  
**Peningkatan Pengetahuan Acara *Cooking With Queen* Dapat Menambah Informasi Seputar Dunia Memasak**

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Setuju	35	52%
2.	Setuju	30	45%
3.	Kurang Setuju	2	3%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Dari tabel 4.14 sangat banyak yang memilih sangat setuju tentang tayangan program acara *Cooking With Queen* dapat menambah informasi seputar dunia memasak sebesar 52% dari 100%. Sedangkan yang memilih setuju sebanyak 45% dan kurang setuju sebanyak 3%.

**Tabel 4.15**

**Nama Program Acara *Cooking With Queen* Yang Mudah Untuk Diingat**

<b>No.</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase %</b>
1.	Sangat Setuju	35	52%
2.	Setuju	30	45%
3.	Kurang Setuju	2	3%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel hasil penelitian 4.15 penulis menemukan bahwa pendapat responden dengan jumlah frekuensi 67 tentang nama program acara *Cooking With Queen* yang mudah untuk diingat dan banyak yang memilih sangat setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase responden sebanyak 52% dari 100%. Namun masih ada yang merasa sangat setuju dengan hasil persentase 45%. Sedangkan untuk responden yang merasakan kurang setuju ada 3%.

**Table 4.16**

***Cooking With Queen* Dibawakan Oleh Host Yang Handal Menjadi Sebuah Daya Tarik Tersendiri**

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Setuju	37	55%
2.	Setuju	30	45%
3.	Kurang Setuju	0	0%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel hasil penelitian 4.16 penulis menemukan bahwa pendapat responden dengan jumlah frekuensi 67 tentang *Cooking With Queen* dibawakan oleh host yang handal menjadi sebuah daya tarik tersendiri dan banyak yang memilih sangat setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase responden sebanyak 55% dari 100%. Namun masih ada yang merasa sangat setuju dengan hasil persentase 45%. Sedangkan untuk responden yang merasakan kurang setuju dan tidak setuju tidak terdapat.

**Table 4.17**  
**Dengan Menonton Program Acara *Cooking With Queen* Keinginan Memasak  
Menjadi Lebih Tinggi**

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Setuju	37	55%
2.	Setuju	30	45%
3.	Kurang Setuju	0	0%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel hasil penelitian 4.17 penulis menemukan bahwa pendapat responden dengan jumlah frekuensi 67 tentang dengan menonton program acara *Cooking With Queen* keinginan memasak menjadi lebih tinggi dan banyak yang memilih sangat setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase responden sebanyak 55% dari 100%. Namun masih ada yang merasa sangat setuju dengan hasil persentase 45%.

**Table 4.18**

***Cooking With Queen* Selalu Menyajikan Menu Masakan Baru Setiap Minggu**

<b>No.</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase %</b>
1.	Sangat Setuju	37	55%
2.	Setuju	30	45%
3.	Kurang Setuju	0	0%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel hasil penelitian 4.18 penulis menemukan bahwa pendapat responden dengan jumlah frekuensi 67 tentang *Cooking With Queen* selalu menyajikan menu masakan baru setiap minggu banyak yang memilih sangat setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase responden sebanyak 55% dari 100%. Namun masih ada yang merasa sangat setuju dengan hasil persentase 45%. Sedangkan untuk responden yang merasakan kurang setuju dan tidak setuju 0%.

**Tabel 4.19**

**Menu Yang Bervariasi Dapat Menambah Wawasan Ibu Rumah Tangga Dalam Menyajikan Menu Masakan**

<b>No.</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase %</b>
1.	Sangat Setuju	35	52%
2.	Setuju	30	45%
3.	Kurang Setuju	2	3%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>67</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel hasil penelitian 4.19 penulis menemukan bahwa pendapat responden dengan jumlah frekuensi 67 tentang menu yang bervariasi dapat menambah wawasan ibu rumah tangga dalam menyajikan menu masakan dan banyak yang memilih sangat setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase responden sebanyak 52% dari 100%. Namun masih ada yang merasa sangat setuju dengan hasil persentase 45%. Sedangkan untuk responden yang merasakan kurang setuju ada 3%.

**Tabel 4.20**  
***Cooking With Queen* Adalah Program Acara Yang Menampilkan Aktifitas Memasak Secara Mudah**

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Setuju	30	45%
2.	Setuju	35	52%
3.	Kurang Setuju	2	3%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel hasil penelitian 4.20 penulis menemukan bahwa pendapat responden dengan jumlah frekuensi 67 tentang *Cooking With Queen* adalah program acara yang menampilkan aktifitas memasak secara mudah dan kemudian banyak yang memilih setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase responden sebanyak 52% dari 100%. Namun masih ada yang merasa sangat setuju dengan hasil persentase 45%. Sedangkan untuk responden yang merasakan kurang setuju ada 3%.

**Table 4.21**  
**Menonton Program Acara *Cooking With Queen* Dapat Mendorong Aktifitas Ibu Rumah Tangga**

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Setuju	35	52%
2.	Setuju	32	48%
3.	Kurang Setuju	0	0%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel hasil penelitian 4.21 penulis menemukan bahwa pendapat responden dengan jumlah frekuensi 67 tentang menonton program acara *Cooking With Queen* dapat mendorong aktifitas ibu rumah tanggadan banyak yang memilih sangat setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase responden sebanyak 52% dari 100%. Namun masih ada yang merasa sangat setuju dengan hasil persentase 48%. Sedangkan untuk responden yang merasakan kurang setuju dan tidak setuju tidak terdapat sama sekali.

**Table 4.22**  
**Program Acara *Cooking With Queen* Dikemas Dengan Menarik Sehingga Mendapat Perhatian Dari Ibu Rumah Tangga**

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Setuju	35	52%
2.	Setuju	32	48%
3.	Kurang Setuju	0	0%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel hasil penelitian 4.22 penulis menemukan bahwa pendapat responden dengan jumlah frekuensi 67 tentang program acara *Cooking With Queen* di kemas dengan menarik sehingga mendapat perhatian dari ibu rumah tangga dan banyak yang memilih sangat setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase responden sebanyak 52% dari 100%. Namun masih ada yang merasa sangat setuju dengan hasil persentase 48%.

**Table 4.23**  
**Program Acara *Cooking With Queen* Merupakan Program Yang Ditunggu**  
**Setiap Mingguanya**

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Setuju	35	52%
2.	Setuju	32	48%
3.	Kurang Setuju	0	0%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel hasil penelitian 4.23 penulis menemukan bahwa pendapat responden dengan jumlah frekuensi 67 tentang program acara *Cooking With Queen* merupakan program yang ditunggu setiap mingguanya dan banyak yang memilih sangat setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase responden sebanyak 52% dari 100%. Namun masih ada yang merasa sangat setuju dengan hasil persentase 48%. Sedangkan untuk responden yang merasakan kurang setuju tidak ada.

**Table 4.24**  
**Setelah Menonton Program Acara *Cooking With Queen* Ibu Rumah Tangga**  
**Memperoleh Kepuasan**

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Setuju	35	52%
2.	Setuju	32	48%
3.	Kurang Setuju	0	0%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel hasil penelitian 4.24 penulis menemukan bahwa pendapat responden dengan jumlah frekuensi 67 tentang setelah menonton program acara *Cooking With Queen* ibu rumah tangga memperoleh kepuasan banyak yang memilih sangat setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase responden sebanyak 52% dari 100%. Namun masih ada yang merasa sangat setuju dengan hasil persentase 48%. Sedangkan untuk responden yang merasakan kurang setuju ada dan yang tidak setuju tidak terdapat.

**Tabel 4.25**

**Program Acara *Cooking With Queen* Menambah Motivasi Memasak Ibu Rumah  
Tangga**

<b>No.</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase %</b>
1.	Sangat Setuju	35	52%
2.	Setuju	30	48%
3.	Kurang Setuju	2	0%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel hasil penelitian 4.25 penulis menemukan bahwa pendapat responden dengan jumlah frekuensi 67 tentang program acara *Cooking With Queen* menambah motivasi memasak ibu rumah tangga dan banyak yang memilih sangat setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase responden sebanyak 52% dari 100%. Namun masih ada yang merasa sangat setuju dengan hasil persentase 48%. Sedangkan untuk responden yang merasakan kurang setuju ada dan yang tidak setuju sebanyak tidak terdapat.

**Tabel 4.26**

***Cooking With Queen* Menyajikan Masakan Yang Mudah Untuk Dicoba Oleh Ibu Rumah Tangga**

<b>No.</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase %</b>
1.	Sangat Setuju	35	52%
2.	Setuju	32	48%
3.	Kurang Setuju	0	0%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel hasil penelitian 4.26 penulis menemukan bahwa pendapat responden dengan jumlah frekuensi 67 tentang *Cooking With Queen* menyajikan masakan yang mudah untuk dicoba oleh ibu rumah tangga banyak yang memilih sangat setuju.. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase responden sebanyak 52% dari 100%. Namun masih ada yang merasa sangat setuju dengan hasil persentase 48%. Sedangkan untuk responden yang merasakan kurang setuju dan yang tidak setuju sebanyak 0%.

**Table 4.27**

***Cooking With Queen* Merupakan Tayangan Wajib Untuk Disaksikan Sebelum Memasak**

<b>No.</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase %</b>
1.	Sangat Setuju	35	52%
2.	Setuju	30	48%
3.	Kurang Setuju	0	0%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2018

Berdasarkan tabel hasil penelitian 4.27 penulis menemukan bahwa pendapat responden dengan jumlah frekuensi 67 tentang *Cooking With Queen* merupakan tayangan wajib untuk disaksikan sebelum memasaknya banyak yang memilih sangat setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase responden sebanyak 52% dari 100%. Namun masih ada yang merasa sangat setuju dengan hasil persentase 48%. Sedangkan untuk responden yang merasakan kurang setuju dan yang tidak setuju tidak terdapat.

## 4.2. Hasil Uji Statistik

**Tabel 4.28**

**Tabulasi Hasil Data Variabel X**

**Menonton Program Acara *Cooking With Queen* Di MNC TV**

No Responden	No Instrument													Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
1	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	48
2	5	4	4	4	4	5	3	5	4	5	4	4	5	56
3	4	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	51
4	4	3	4	5	4	3	3	4	3	3	2	4	3	45
5	5	4	4	4	2	3	3	4	4	4	5	5	4	51
6	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	54
7	5	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	3	4	51
8	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	57
9	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	51
10	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	59
11	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	59
12	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	59
13	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	55
14	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	56
15	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	54
16	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	50
17	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	52
18	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	53
19	5	4	5	4	5	3	5	4	4	4	5	4	4	56

20	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	56
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	51
22	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	58
23	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	59
24	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	57
25	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	58
26	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	59
27	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	55
28	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	54
29	4	4	3	3	5	5	4	4	4	4	5	4	4	53
30	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	53
31	5	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	52
32	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	57
33	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	57
34	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	59
35	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	59
36	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	55
37	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	56
38	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	54
39	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	59
40	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3	3	44
41	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	57
42	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	57
43	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	56
44	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
45	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	52
46	4	4	4	2	4	3	3	3	2	2	3	3	3	40

47	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	58
48	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	58
49	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	58
50	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	60
51	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	58
52	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	58
53	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	58
54	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	54
55	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	57
56	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	55
57	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	58
58	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	56
59	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	56
60	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	56
61	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	58
62	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	56
63	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	59
64	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	59
65	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	59
66	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	58
67	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	56

Sumber : Hasil Data Angket Variabel (X)

**Tabel 4.29**  
**Tabulasi Hasil Variabel Y**  
**Peningkatan Pengetahuan Memasak Ibu Rumah Tangga**

No Respon den	No Instrument														To tal
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
1	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	3	58
2	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	62
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	54
4	4	3	3	4	5	3	4	3	4	3	4	3	2	3	48
5	5	3	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	60
6	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	55
7	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	51
8	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	61
9	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
10	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	5	61
11	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	63
12	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	60



32	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	61
33	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	61
34	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	3	58
35	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	61
36	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	58
37	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	61
38	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	59
39	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	63
40	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	54
41	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3	3	57
42	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	61
43	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	5	5	52
44	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	56
45	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	61
46	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	58
47	4	4	4	4	5	5	2	3	3	3	2	3	2	2	46
48	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	61
49	5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	60
50	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	62
51	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	62
52	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	60

53	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	58
54	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	59
55	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	61
56	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	61
57	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	63
58	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	60
59	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	63
60	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	61
61	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	60
62	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	59
63	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	63
64	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	63
65	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	59
66	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	60
67	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	57

Sumber : Hasil Data Angket Variabel (Y)

### 4.3.Pembahasan

#### 4.3.1. Uji Korelasi Product Moment Persons

**Tabel 4.30**

**PERHITUNGAN VARIABEL (X) DAN VARIABEL (Y)  
UNTUK ANALISIS KORELASI PRODUCT  
MOMENT**

<b>No Responden</b>	<b>X</b>	<b>Y</b>	<b>X<sup>2</sup></b>	<b>Y<sup>2</sup></b>	<b>XY</b>
1	48	58	2304	3364	2784
2	56	62	3136	3844	3472
3	51	54	2601	2916	2754
4	45	48	2025	2304	2160
5	51	60	2601	3600	3060
6	54	55	2916	3025	2970
7	51	51	2601	2601	2601
8	57	61	3249	3721	3477
9	51	57	2601	3249	2907
10	59	61	3481	3721	3599
11	59	63	3481	3969	3717
12	59	60	3481	3600	3540

13	55	61	3025	3721	3355
14	56	57	3136	3249	3192
15	55	54	3025	2916	2970
16	50	59	2500	3481	2950
17	52	59	2704	3481	3068
18	53	57	2809	3249	3021
19	56	61	3136	3721	3416
20	56	59	3136	3481	3304
21	51	59	2601	3481	3009
22	58	58	3364	3364	3364
23	59	60	3481	3600	3540
24	57	53	3249	2809	3021
25	58	62	3364	3844	3596
26	59	61	3481	3721	3599
27	55	60	3025	3600	3300
28	54	61	2916	3721	3294
29	53	52	2809	2704	2756
30	53	52	2809	2704	2756
31	52	57	2704	3249	2964
32	57	61	3249	3721	3477
33	57	61	3249	3721	3477

34	59	58	3481	3364	3422
35	59	61	3481	3721	3699
36	55	58	3025	3364	3190
37	56	61	3136	3721	3416
38	54	59	2916	3481	3186
39	59	63	3481	3969	3717
40	44	54	1936	2916	2376
41	57	57	3249	3249	3249
42	57	61	3249	3721	3599
43	56	52	3136	2704	2912
44	49	56	2401	3136	2744
45	52	61	2704	3721	3127
46	40	58	1600	3364	2330
47	58	46	3364	2116	2668
48	58	61	3364	3721	3638
49	58	60	3364	3600	3480
50	60	62	3600	3844	3720
51	58	62	3364	3844	3596
52	58	60	3364	3600	3480
53	58	58	3364	3364	3364
54	54	59	2916	3481	3186

55	57	61	3149	3721	3477
56	55	61	3025	3721	3355
57	58	63	3364	3969	3654
58	56	60	3136	3600	3360
59	56	63	3136	3969	3528
60	56	61	3136	3721	3416
61	58	60	3364	3600	3480
62	56	59	3136	3481	3304
63	59	63	3481	3969	3717
64	59	63	3481	3969	3717
65	59	59	3481	3481	3481
66	58	60	3364	3600	3480
67	56	57	3136	3249	3192
<b>JUMLAH</b>	$\Sigma 3702$	$\Sigma 3568$	$\Sigma 208605$	$\Sigma 216734$	$\Sigma 221447$

Berdasarkan table 4.30 diatas, dapat diperoleh nilai sebagai

berikut:

$$N : 67$$

$$\Sigma X : 3702$$

$$\Sigma Y : 3568$$

$$\Sigma x^2 : 208605$$

$$\sum y^2 : 216734$$

$$\sum xy : 221447$$

Selanjutnya nilai-nilai tersebut dimasukkan ke dalam rumus korelasi Produk Momen untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat terlebih dahulu dicari nilai  $r_{xy}$  sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{67(221447) - (3702)(3568)}{\sqrt{\{67(208605) - (3702)^2\} \{67(216734) - (3568)^2\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{14836949 - 13208736}{\sqrt{\{13976535 - 13704804\} \{14521178 - 12730624\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{1628213}{\sqrt{\{271731\} \{1790554\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{1628213}{\sqrt{486549e11}}$$

$$r_{xy} = \frac{1628213}{697530.644}$$

$$r_{xy} = 2,33$$

Hasil dari perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa korelasi pengaruh menonton program acara *Cooking With Queen* di MNC Tv dan peningkatan pengetahuan memasak ibu rumah tangga diperoleh nilai sebesar 2,33. Nilai ini berada diantara 2,00 sampai 2,35. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai korelasi antara variabel pengaruh menonton program acara *Cooking With Queen* di Mnc Tv

dengan variabel peningkatan pengetahuan memasak ibu rumah tangga adalah sangat kuat.

#### 4.3.2. Hasil Uji Hipotesis

Nilai koefisien  $r$ , yaitu antara -1 sampai +1 dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai  $r > 0$  artinya telah terjadi hubungan linier positif, yaitu semakin besar nilai variabel X (independen) semakin besar pula nilai variabel Y (dependen) atau sebaliknya, semakin kecil nilai variabel X (independen) maka semakin kecil pula nilai variabel Y (dependen).
- b. Jika nilai  $r < 0$ , artinya telah hubungan linier negatif yaitu semakin kecil nilai variabel X (independen) maka makin kecil pula nilai variabel Y (dependen).
- c. Jika  $r = 0$ , artinya tidak ada hubungan sama sekali antara variabel X (independen) dengan variabel Y (dependen).
- d. Jika  $r = 1$  atau  $r = -1$  telah terjadi hubungan linier sempurna, sedangkan untuk nilai  $r$  yang semakin mengarah ke angka 0 maka hubungan semakin melemah.

Hasil perhitungan diatas, dengan menggunakan rumus Korelasi Product Moment bahwa antara variabel bebas (X) Pengaruh Menonton Program Acara *Cooking With Queen* di MNC Tv terhadap variable (Y) Peningkatan Pengetahuan Memasak Ibu Rumah Tangga, diperoleh nilai  $r$  sebesar 2,33. Hal ini menunjukkan bahwa nilai  $r > 0$  maka telah terjadi hubungan linier

positif, maka  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak.

Dengan demikian, hasil uji hipotesis adalah terdapat pengaruh menonton program acara *Cooking With Queen* di MNC Tv terhadap peningkatan pengetahuan memasak ibu rumah tangga di Kelurahan Tanjung Mulia Lingkungan 16 Medan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1.Simpulan**

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, serta hasil analisis data maka kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang berjudul "Pengaruh Menonton Program Acara *Cooking With Queen* Di MNC TV Terhadap Peningkatan Pengetahuan Memasak Ibu Rumah Tangga” adalah sebagai berikut :

1. Ada pengaruh yang sangat kuat antara variabel pengaruh menonton program acara dan peningkatan pengetahuan memasak. Pengaruh yang sangat kuat berdasarkan nilai koefisien korelasi antara variabel pengaruh menonton program acara *Cooking With Queen* dan peningkatan pengetahuan memasak ibu rumah tangga nilainya 2,33. Nilai 2,33 berada diantara 2,00 sampai 2,35. Pengaruh tersebut menjelaskan bahwa variabel pengaruh menonton program acara *Cooking With Queen* sangat signifikan terhadap variabel peningkatan pengetahuan memasak ibu rumah tangga.
2. Dapat diketahui Korelasi Product Moment antara variabel bebas (X) pengaruh menonton program acara *Cooking With Queen* terhadap variabel (Y) peningkatan pengetahuan memasak ibu rumah tangga, diperoleh nilai  $r$  sebesar 2,33. Hal ini menunjukkan bahwa nilai  $r > 0$  maka telah

terjadi hubungan linier positif, maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

## 5.2.Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh tentang Pengaruh Menonton Program Acara *Cooking With Queen* Di MNC TV Terhadap Peningkatan Pengetahuan Memasak Ibu Rumah Tangga maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Hendaknya jajaran produksi program acara *Cooking With Queen* dapat meninjau kembali durasi tayangan iklan. Hal ini dikarenakan seluruh responden menyukai program acara *Cooking With Queen* namun mereka tidak suka kegiatan menonton mereka dipotong oleh iklan. Jika durasi jeda iklan *Cooking With Queen* dikurangi mungkin akan meningkatkan pengaruh tingkat kepuasan penontonnya.
2. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, diharapkan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya agar meneliti diluar penelitian yang sudah dibahas sehingga penelitian selanjutnya akan semakin luas dan baik, memperoleh penemuan-penemuan baru serta memperkaya ilmu pengetahuan khususnya di bidang Ilmu Komunikasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elinaro dan Erdinaya, Lukiati Komala, 2005. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung :Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, Eva. 2010. *Broadcasting To Be Broadcaster*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Cangara Hafied. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Darwanto, 2007. *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
- Djamal, Hidayanto, Andi Fachruddin, 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran; Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi*, Jakarta : Kencana.
- Hikmat, Mahi M. 2011. *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Bandung : Graha Ilmu.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai contoh praktis riset Media, Public Relation, Adertising. Komunikasi Organisasi. Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Morissan, 2011. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi "Edisi Revisi"*. Jakarta: Kencana.
- Nugroho, Agung. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistic Penelitian dengan SPSS*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Nursih Wahyuni, Isti. 2014. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Santoso, Iman. 2010. Handout, *Ilmu Komunikasi*.
- Singarimbun, Masri dan Effendy, Sofyan. 2010. *Metodologi Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES
- Siregar Syofian. 2010. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian dilengkapi Perhitungan Mnual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Rajawal Pers.
- Sudarwan Danim. (2004). *Ilmu-ilmu Prilaku*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif da R&D*, Bandung: Alfabeta.
- 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Zoebazary, Ilham. 2010. *Kamus Istilah Televisi dan Film*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.



## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **I. IDENTITAS**

Nama : Atika Suri  
NPM : 1403110273  
Program Studi : Ilmu Komunikasi (Penyiaran)  
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 20 September 1997  
Warga Negara : Indonesia  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Anak Ke- : 1 (satu) dari 5 (lima) bersaudara  
Alamat : Jl. Almunium 1 Gg. Buntu Link. 16 Tanjung  
Mulia Kec. Medan Deli

### **II. DATA ORANGTUA**

Nama Ayah : Surkani  
Nama Ibu : Fitria  
Alamat : Jl. Almunium 1 Gg. Buntu Link. 16 Tanjung  
Mulia Kec. Medan Deli

### **III. JENJANG PENDIDIKAN**

Tahun 2002 : SD SWASTA YWKA MEDAN  
Tahun 2008 : MTSS PAB 2 HELVETIA MEDAN  
Tahun 2011 : MAS PAB 1 HELVETIA MEDAN  
Tahun 2014 : Terdaftar sebagai Mahasiswi FISIP UMSU  
Program Studi Ilmu Komunikasi