

**PENGARUH MENONTON PROGRAM INI SAHUR
DI NET TV DAN DAMPAK PSIKOLOGISNYA
TERHADAP MASYARAKAT TEGAL MANDALA
III**

SKRIPSI

Oleh :

INEZ OKVADILLAH EFFENDI
NPM 1303110165

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Broadcasting



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

ABSRTAK
PENGARUH MENONTON PROGRAM INI SAHUR DI NET TV DAN
DAMPAK PSIKOLOGISNYA TERHADAP MASYARAKAT TEGAL SARI
MANDALA III

INEZ OKVADILLAH EFFENDI
NPM 1303110165

Skripsi ini berisi penelitian mengenai program “Ini Sahur” dan pengaruh serta dampak psikologisnya terhadap masyarakat Tegal Sari Mandala. Program tersebut merupakan program yang membahas tentang hiburan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh menonton program “Ini Sahur” di Net Tv dan dampak psikologinya terhadap masyarakat Tegal Sari Mandala. Metode ini melihat sejauh mana pengaruh antara satu variabel terhadap variabel lainnya dengan melihat tingkat signifikan di antara kedua variabel. Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode penelitian deskriptif kuantitatif digunakan karena pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan persentase tanggapan mereka strategi programming acara “Ini Sahur” Pada Bulan Ramadhan 2017 di NET dilakukan melalui kajian atau telah terhadap situasi dan kondisi serta sistem gagasan para pelaku yang terlibat di dalamnya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Sari Mandala yang berjumlah 500 orang dan sampel yang dapat diambil adalah 30 orang. Dari hasil responden pengaruh menonton program “Ini Sahur” dan Dampak Psikologis maka nilai Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variable X terhdap Y adalah positif. Dan dapat disimpulkan bahwa variable Pengaruh Menoton Program Ini Sahur dan Dampak Psikologi (X) berpengaruh terhadap variable Masyarakat (Y).

Kata Kunci : Pengaruh Menonton Ini Sahur, Dampak Psikologis

KATA PENGANTAR



Assalammu'al'aikum, Wr. Wb.

Perkembangan teknologi dan informasi memiliki peran penting bagi dunia komunikasi. Pada awalnya perkembangan sebuah media diawali dengan munculnya media cetak. Media cetak memiliki peran untuk memberikan informasi bagi masyarakat luas. Selain media cetak dan radio, salah satu media penyiaran yang menjadi sarana komunikasi massa adalah media Televisi.

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

Dalam tulisan ini saya mengangkat Judul Penelitian "*Kepuasan Khalayak Terhadap Acara "Ini Sahur" Pada Bulan Ramadhan 2017 di NET*". Untuk hal tersebut saya berharap agar diberikan masukan yang berarti dalam pengembangan Penelitian saya.

Dalam menyelesaikan laporan Skripsi ini penulis banyak menerima bantuan serta dorongan dari semua pihak baik bantuan moral maupun materil. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya dengan tulus kepada yang teristimewa Ibunda Sunarti, Ayahanda Effendi, yang telah membesarkan penulis hingga sekarang ini dan

terima kasih atas dukungan adik-adik tercinta Fauzul Iqbal dan Salma Sfir Effendi yang telah banyak mendukung memberikan semangat secara moral dan materil kepada penulis demi menyelesaikan masa kuliah ini, terkhusus selama masa penulisan skripsi yang sangat melelahkan dan membutuhkan banyak pengorbanan pula. Penulis berharap nantinya skripsi ini paling tidak bisa membuat bangga Ibu, Ayah dan Adik-Adik tercinta semoga Allah SWT selalu mencurahkan rahmat dan kasih sanyana-Nya kepada kita sekeluarga, Amin ya Robbal'alamin.

Selanjutnya sudah menjadi keharusan rasanya penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Drs. Tasrif Syam, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
3. Bapak Puji Santoso, S.S., M.SP. selaku Dosen Pembimbing.
4. Kepada seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih telah banyak memberikan ilmu bagi penulis selama masa perkuliahan.
5. Kepada seluruh pegawai Fakultas ilmu Soisal dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara yang telah mengarahkan penulis tentang proses perkuliahan selama masa perkuliahan ini berlangsung.
6. Seluruh Masyarakat di Kelurahan Tegal Sari Mandala III.

7. Kepada teman seperjuangan Dina, Fatiha, Dewi, Wina, Kiki, Tasya, Muna dan Reni yang telah mendukung penulis dan sama-sama berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi kita semua. Kiranya Allah SWT yang dapat membalas kebaikan dan dukungan serta bantuan yang diberikan semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Medan, Oktober 2017

Hormat Saya

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. BatasanPenelitian	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.6. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II : URAIAN TEORITIS.....	8
2.1. Media Elektronik.....	8
2.2. Strategi Programming	9
2.2.1 Programming Televisi	11
2.3. Pengertian Komunika	12
2.3.1 Komunikasi Massa	13
2.3.2 Karakteristik Media Massa	14
2.4. Teori Penggunaan dan Pemenuhan Kepuasan	16
2.5. Pengertian Audience	18
2.6. Sejarah Penyiaran Tv di Indonesia.....	19
2.7. Sekilas Tentang Bulan Ramadhan	20
2.8 Profil NET TV.....	22

BAB III : METODE PENELITIAN.....	24
3.1. Jenis Penelitian.....	24
3.2 Kerangka Konsep.....	24
3.3. Definisi Konsep.....	26
3.4. Definisi Operasional.....	27
3.5. Populasi dan Sampel.....	28
3.5.1 Populasi.....	28
3.5.2 Sampel.....	29
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.7. Teknik Analisis Data.....	31
3.7.1. Analisis Regresi Sederhana.....	33
3.7.2. Uji t.....	33
3.7.3. Analisis Determinasi (R^2).....	34
3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
3.8.1. Lokasi Penelitian.....	35
3.8.2. Waktu Penelitian.....	35
3.9 Deskripsi Lokasi Penelitian.....	35
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Hasil.....	36
4.2 Visi dan Misi.....	38
4.2 Pembahasan.....	38
4.2.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	38
4.2.2 Hasil Regresi.....	39
4.3 Analisis Variabel Penelitian.....	56

4.4 Instrumen Penelitian.....	68
BAB V : PENUTUP.....	76
5.1 Simpulan	76
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	78

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

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

Melalui program acaranya televisi mampu membentuk pola pikir, pengembangan wawasan dan pendapat umum. Salah satunya pendapat umum untuk menyukai beberapa produk industri tertentu seperti produk makanan, minuman, barang dan jasa, serta produk industri yang lainnya. Ditambah lagi setiap program acara yang disajikan semakin lama malah semakin menarik yaitu dengan macam-macam model dan bentuk yang berbeda-beda, itu membuat khalayak televisi memiliki banyak pilihan untuk memilih mana program acara yang diinginkan berdasarkan dari apa yang ada di dalam benak khalayaknya.

Menurut Baksin (2009:174) Televisi adalah salah satu media massa yang merupakan paduan radio (*broadcast*) dan film (*moving picture*). Televisi terdiri dari istilah “tele” yang berarti jauh dan “vision” yang berarti penglihatan. Segi “jauh” dihasilkan dengan prinsip radio, sedangkan segi “penglihatan“ oleh gambar. Bagi banyak orang, televisi adalah teman. Teman yang terus ada di kala orang tersebut sedang membutuhkannya. Selain itu televisi menimbulkan

dampak yang kuat bagi pemirsanya, selain adanya tekanan pada sekaligus kedua indera yakni penglihatan dan pendengaran. Untuk tujuan komersial, televisi dipandang sebagai media yang paling efektif untuk menyampaikan misinya. Televisi mempunyai kemampuan menjangkau khalayak sasaran yang sangat luas. Jutaan orang menonton televisi secara teratur. Televisi dapat menjangkau khalayak sasaran yang tidak terjangkau oleh media massa lainnya misalnya media cetak dan film. Televisi mempunyai kemampuan yang kuat untuk mempengaruhi persepsi khalayak sasaran (Williams, 2009:34).

Persaingan di industri televisi pada umumnya mengacu kepada persaingan merebut perhatian audience atau penonton. Tetapi di era modern seperti sekarang ini persaingan antar stasiun televisi bukan lagi hanya mengenai perebutan perhatian audience tetapi juga merebut perhatian dari perusahaan-perusahaan yang akan memasang iklan lewat jasa stasiun televisi mereka. Lewat program acara yang mereka sajikan, mereka mencoba memenuhi kebutuhan audience akan informasi dan hiburan. Semakin acara itu digemari oleh pemirsa atau audience secara otomatis perhitungan rating dan share stasiun televisi itu pun ikut naik dan secara otomatis pula akan banyak perusahaan-perusahaan yang akan memasang iklan mereka pada stasiun televisi tersebut dan stasiun televisi tersebut akan mendapatkan keuntungan yang besar dari segi materi atau financial. Oleh karena itulah di era modern saat ini, dapat dilihat bahwa stasiun televisi lebih cenderung mencari keuntungan untuk perusahaan mereka dan bersifat komersil.

Ini Sahur, salah satu program Ramadan di NET. (NET/Ini Sahur). Program 'Ini Sahur' tayang setiap hari selama ramadan, mulai pukul 02.00 WIB. Yang tidak

berubah, program ini tetap mempertahankan konsep hiburan yang sehat. “Komedi kami adalah komedi yang tidak mem-bully, komedi sehat yang tidak bercanda kasar, dan tidak main asal joget. Sule dan Andre juga pembawa acara yang pintar, mereka bercandanya cerdas. Selain penuh canda, 'Ini Sahur' tak lupa menyisipkan siraman rohani yang bermanfaat. Yaitu dengan menghadirkan Ustadz Erick Yusuf.

Sejumlah program ramadan menghiasi berbagai stasiun TV Nasional kita mulai Sabtu (27/05) dinihari. RCTI dan SCTV mengandalkan sinetron untuk merengkuh penonton sahur, sedangkan berbagai TV lain asyik bermain di *genre variety* dan *talent show*. Lantas program mana yang meraih rating paling bagus untuk kategori program non-sinetron?

AKSI Asia 2017 milik Indosiar menjadi program non sinetron dengan rating tertinggi. Kompetisi para anak muda dalam menyebarkan tausiah ini berhasil menyedot TVR 2.3 dan share 15.9 persen. Tepat di bawah AKSI Asia, terdapat program Pesbukers Sahur yang mendapatkan TVR 1.3 dan share 9.1 persen. Berselisih tipis dengan Pesbukers terdapat program Sahurnya OVJ yang meraih TVR 1.2 dan share 8.6 persen. Berikut ini adalah perolehan rating program Sahur tahun 2017 untuk kategori non-sinetron:

No	Judul Program Non-Sinetron	TVR	SHARE
1.	AKSI ASIA 2017 (INDOSIAR)	2,3	15,9%
2.	SEMESTA BERTILAWAH (MNCTV)	1,7	7,8%

3.	PESBUKERS (ANTV)	1,3	9,1%
4.	SAHURNYA OVJ (TRANS7)	1,2	8,6%
5.	INI SAHUR (NET TV)	1,1	7,1%
6.	THE FAST AND THE FURIOUS (GLOBAL TV)	0,8	5,4%
7.	KOMEDI SAHUR (TRANS TV)	0,8	4,1%

Membahas tentang televisi, seperti yang kita ketahui, tayangan program acara di luar bulan ramadan yang ditampilkan di televisi umumnya biasa-biasa saja. Tetapi, saat memasuki bulan ramadan, banyak bermunculan program acara bernuansa religi yang tidak ditayangkan di bulan ramadan, terutama menjelang waktu sahur dan berbuka puasa. Program-program TV di bulan ramadan, kebanyakan hanya menyajikan program-program hiburan yang kurang muatan religinya.

Maka berdasarkan uraian tersebut, di dalam penelitian ini, maka penulis tertarik untuk memilih penelitian skripsi dengan judul “ **Pengaruh Menonton Program Ini Sahur Di Net Tv dan Dampak Psikologisnya Terhadap Masyarakat Tegal Sari Mandala** ”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan di atas maka penulis merumuskan masalah yaitu :

1. Bagaimana Kepuasan Khalayak Terhadap Acara “Ini Sahur” Pada Bulan Ramadan 2017 di NET ?
2. Apa yang dilakukan Acara “Ini Sahur” untuk meningkatkan Kepuasan Khalayak Pada Bulan Ramadan 2017 di NET ?

1.3. Batasan Masalah

Pada Penelitian ini Penulis membuat Rincian Batasan hanya pada “Kepuasan Khalayak Terhadap Acara ‘Ini Sahur’ di Bulan Ramadhan Pada Tahun 2017 di NET”.

1.4. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui tanggapan Kepuasan Khalayak Terhadap Acara Ini Sahur Pada Bulan Ramadan 2017 di NET?
- b. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Khalayak Terhadap Acara Ini Sahur Pada Bulan Ramadhan 2017 di NET?

1.5. Manfaat Penelitian

- a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pembendaharaan karya ilmiah dan pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya media massa dalam bentuk penelitian khalayak.

- b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi stasiun NET Televisi dalam program “Ini Sahur” untuk lebih banyak lagi memberikan informasi atau pengetahuan mengenai sesuatu yang bersifat islami dan

juga sebagai syarat meraih gelar sarjana pada jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UMSU.

1.6. Sistematika Penulisan

Pada penulisan skripsi ini, akan di bahas mengenai:

- **BAB 1: PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan mengenai hal-hal umum yang digunakan dalam pembuatan skripsi ini, seperti latar belakang, ruang lingkup, tujuan dan manfaat penulisan, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan.

- **BAB 2: LANDASAN TEORI**

Adapun tinjauan pustaka dari bab ini adalah mengenai , Media Elektronik, Strategi Programming, Programming Televisi, Pengertian Komunikasi, Komunikasi Massa, Karakteristik Media Massa, Teori Penggunaan dan Pemenuhan Kepuasan (*Uses and Gratifications*), Pengertian Khalayak, Sejarah Penyiaran Televisi di Indonesia, Sekilas Tentang Bulan Ramadhan, dan Profil NET TV.

- **BAB 3: METODE PENELITIAN**

Metode ini berisi terdiri dari bentuk penelitian, lokasi penelitian, informan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisa data.

- **BAB 4: HASIL PENELITIAN**

Bab ini merupakan analisis dan interpretasi data dari temuan data lapangan, kemudian dilakukan pembahasan dengan menelaah konsep-konsep yang diuraikan pada bab III dengan data yang di peroleh di

lapangan, sehingga menjadi hasil penelitian yang relevan dengan teori yang ada.

- **BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi simpulan dari pembahasan yang dilakukan pada bab-bab sebelumnya, dan juga kesimpulan dari yang diteliti.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Media Elektronik

Media elektronik adalah informasi atau data yang dibuat, disebarkan, dan diakses dengan menggunakan suatu bentuk elektronik, energi elektromekanikal, atau alat lain yang digunakan dalam komunikasi elektronik. Yang termasuk ke dalam media elektronik antara lain televisi, radio, komputer, handphone, dan alat lain yang mengirim dan menerima informasi dengan menggunakan elektronik (Morrisan, 2008:45).

Media elektronik disebut juga sebagai multimedia yang berasal dari teater bukan komputer. Pertunjukan yang memanfaatkan lebih dari satu medium atau media seringkali disebut pertunjukan multimedia. Multimedia mencakup monitor video, dan karya seni manusia sebagai bahan dari pertunjukan. Citra Visual dapat dimasukkan kedalam sistem dari paket perangkat lunak yang menyatukan digital, dan dari kamera video, pita video, dan *scanner optik*. Input audio dapat dimasukkan melalui mikropon, pita kaset, dan *compact disc*.

Output visual dapat ditampilkan di layar komputer dan di monitor televisi yang tersambung. Output audio dapat di sediakan oleh alat output suara, speaker stereo, dan headset. Multimedia memungkinkan pemakai komputer untuk mendapatkan output dalam bentuk jauh lebih kaya dari pada media tabel dan grafik konvensional. Pemakai dapat melihat gambar tiga dimensi, foto, video bergerak, atau animasi dan mendengar suara stereo, perekam suara atau musik. Multimedia sangat penting karena salah satunya dipakai sebagai alat untuk bersaing perusahaan. Pada abad 21 ini multimedia segera menjadi ketrampilan dasar yang sama pentingnya dengan ketrampilan membaca, dan sesungguhnya multimedia membaca hakekat itu sendiri.

Multimedia Broadcast berhubungan dengan media televisi yang terdiri dari perpaduan antara multimedia aplikasi komputer dengan alat-alat yang bernuansa broadcasting. Di Indonesia banyak hadir televisi swasta yang telah memunculkan program-program acara yang cukup menarik untuk dinikmati. Dari mulai acara News, Sinetron, Film laga, Komedi, Hingga berbagai macam tayangan kuis yang kesemuanya itu menggunakan alat broadcast televisi yang bagus untuk standart televisi. Multimedia Broadcasting memadukan antara unsur pengambilan sebuah gambar dan permainan sebuah effect kamera yang terdapat pada setting menu serta jenis kamera dan sebuah effect software komputer yang dimainkan oleh seorang animator. Dari perpaduan kedua unsur tersebut dapat menghasilkan output tampilan yang sangat mengagumkan dan mempunyai nilai jual sangat tinggi di dunia braodcasting. Tidak mustahil jika semakin banyak channel televisi yang muncul di layar kaca maka semakin banyak pula Production House yang menawarkan jasa untuk memproduksi sebuah program acara yang kemudian akan di jual ke pihak televisi.

2.2. Strategi Programming

Strategi programming adalah suatu tindakan yang dilakukan dalam mencari dan memperkirakan rancangan program yang didesain sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian khalayak yang telah disasar pada pasar yang telah ditentukan dan menyusun suatu program pada suatu program pada suatu bentuk penjadwalan sehingga tercipta suatu sajian yang menarik (Severin, 2009:34).

Dalam bidang program, kegiatan utama yang dilakukannya terdiri dari perencanaan program, pelaksanaan program, dan penjadwalan program, serta

evaluasi dan pengawasan/kontrol program. Kelima hal tersebut membutuhkan penanganan yang sangat cermat dan teliti dengan memperhatikan berbagai aspek yang saking terkait didalamnya.

Strategi adalah siasat perang atau akal (tipu daya) untuk mencapai suatu maksud. Dalam istilah lain, strategi berarti keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Programming/pemrograman adalah pengaturan acara siaran radio, siaran televisi, atau kegiatan lainnya untuk dipertunjukkan kepada umum (Poerwadarminta, 2010:78).

Ada 4 strategi dalam memilih jam tayang sebuah program :

a. Counter Program

Menyajikan suatu program acara yang berbeda sasaran khalayaknya pada jam yang sama ketika kompetitor menyajikan siaran sebuah program acara.

b. Head to head/power programming

Menampilkan program acara yang sama sasaran khalayaknya pada jam sama ketika kompetitor menyajikan sebuah program acara.

c. Stripping and checkerboarding Stripping

Merupakan proses penjadwalan sajian program acara sindikasi untuk disiarkan pada periode waktu yang sama sepanjang minggu. Misalnya lima kali dalam seminggu dari senin sampai jumat secara rutin setiap minggunya.

d. Checkerboarding

Merupakan penyajian program acara dimana dua atau lebih program disiarkan pada periode waktu yang berbeda, misalnya program A disiarkan setiap hari senin, rabu, dan jumat sedangkan program B disiarkan setiap selasa dan kamis.

e. Stunting

Proses membuat penyajian program acara secara temporal (sewaktu-waktu) dengan berbagai modifikasi sesuai dengan kebutuhan stasiun televisi. Contohnya program untuk bulan ramadhan yang sifatnya temporal hanya di bulan ramadhan.

2.2.1. Programming Televisi

Programming adalah penyatuan/penyusunan acara siaran televisi untuk dipertunjukkan/disiarkan. Programming sangat dibutuhkan dalam mengemas acara agar dapat menarik perhatian pemirsa dan juga pengiklan (bagi TV lokal). Menurut Morrisan (2008:34) Pemrograman memainkan peranan yang sangat penting di stasiun televisi. Dari penjelasan dapat dipahami bahwa setiap stasiun televisi haruslah mempunyai format yang jelas. Format stasiun dapat menjadi ciri dari stasiun televisi yang bersangkutan. Secara langsung format televisi akan menentukan khalayaknya (siapa pemirsa yang bersangkutan).

Produksi acara adalah mentransfer kata-kata ke dalam suara, untuk menjadi hasil nyata dari ide-ide. Ini adalah kreasi seni audio dengan mengkombinasikan suara, musik, dan kata-kata menjadi suatu paket acara untuk disiarkan. Maka dari itu, secara sederhana bahwa programming dilihat sebagai suatu proses untuk memilih, menyeleksi, menjadwalkan program, dan mengevaluasinya. Programming dianggap sangat penting karena menentukan

berhasil atau tidaknya sebuah program berhasil meraih audiens dalam jumlah besar.

2.3. Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering sebagai asal usul komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Effendy, 2013:4).

Komunikasi merupakan suatu proses sosial yang sangat mendasar dan vital dalam kehidupan manusia. Dikatakan mendasar karena setiap masyarakat manusia, baik yang primitif maupun yang modern, berkeinginan mempertahankan suatu persetujuan mengenai berbagai aturan sosial melalui komunikasi. Dikatakan vital karena setiap individu memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan individu - individu lainnya sehingga meningkatkan kesempatan individu itu untuk tetap hidup (Rakhmat, 1998:1).

Setiap saat semua orang selalu berbicara tentang komunikasi. Kata komunikasi sangat dikenal, tetapi banyak di antara kita yang kurang mengerti makna dari komunikasi walaupun kita selalu memperbincangkannya dan melakukannya.

2.3.1. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan salah satu proses komunikasi yang berlangsung pada peringkat masyarakat luas, yang identifikasinya ditentukan

oleh ciri khas institusionalnya (gabungan antara tujuan, organisasi, dan kegiatan yang sebenarnya). Komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan oleh media massa modern, misalnya : televisi, radio, majalah, surat kabar, film. Everest M. Rogers, berpendapat bahwa selain media massa modern, ada media massa tradisional yang meliputi teater rakyat, juru dongeng keliling, juru pantun dan lain-lain (McQuil, 2011 :50).

Komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan seseorang kepada orang lain untuk memberitahukan atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung melalui media. Massa ditandai oleh komposisi yang selalu berubah dan berada pada batas wilayah yang selalu berubah pula. Ia tidak bertindak untuk dirinya sendiri, tetapi ”dikendalikan” untuk melakukan suatu tindakan. Para anggotanya heterogen dan banyak sekali jumlahnya, serta berasal dari lapisan sosial dan kelompok yang demografis. Meskipun demikian, dalam menentukan suatu objek perhatian tertentu mereka selalu bersikap sama dan berbuat sesuai dengan persepsi orang yang akan memanipulasi mereka.

Menggaris bawahi kenyataan bahwa komunikasi massa mengandung aspek-aspek unik yang menurut kecenderungan bersifat sosialis dari psikologis, yang lebih normatif dari pada teori yang berkenaan dengan mikro proses komunikasi dan komunikasi tidak dapat melepaskan diri dari kehidupan masyarakat secara keseluruhan, maka komunikasi massa pun amat dipengaruhi oleh budaya dan peristiwa sejarah.

2.3.2. Karakteristik Media Massa

Menurut Nuruddin (2009:19) menyebutkan ciri-ciri dari komunikasi massa sebagai berikut:

1. Komunikator Terlembagakan.

Komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi kompleks, maka proses pemberian pesan yang diberikan oleh komunikator harus bersifat sistematis dan terperinci.

2. Pesan Bersifat Umum.

Pesan dapat berupa fakta, peristiwa ataupun opini. Namun tidak semua fakta atau peristiwa yang terjadi di sekeliling kita dapat dimuat dalam media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apapun harus memenuhi kriteria penting atau menarik.

3. Komunikannya yang Anonim dan Heterogen.

Komunikasi yang dimiliki komunikasi massa adalah anonim (tidak dikenal) dan heterogen (terdiri dari berbagai unsur)

4. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Keserempakan media massa itu adalah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

5. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan.

Dalam komunikasi massa, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan karakteristik media massa yang digunakan. Di dalam komunikasi antarpersonal, yang menentukan efektivitas

komunikasi bukanlah struktur, tetapi aspek hubungan manusia, bukan pada “apanya” tetapi “bagaimana”. Sedangkan pada komunikasi massa menekankan pada “apanya”.

6. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah.

Komunikator dan komunikan tidak dapat terlibat secara langsung, karena proses pada komunikasi massa yang menggunakan media massa.

7. Stimulasi Alat Indra “Terbatas”.

Stimulasi alat indra tergantung pada media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat, pada media radio khalayak hanya mendengarkan, sedangkan pada media televisi dan film kita menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.

8. Umpan Balik Tertunda (*Delayed*).

Hal ini dikarenakan oleh jarak komunikator dengan komunikan yang berjauhan dan katakter komunikan yang anonim dan heterogen.

2.4. Teori Penggunaan dan Pemenuhan Kepuasan (*Uses and Gratifications*)

Pendekatan *Uses and Gratifications* untuk pertama kali dikenalkan oleh Alihu Katz (1959) dalam artikel sebagai reaksinya terhadap pernyataan Bernard Berelson (1959) bahwa penelitian komunikasi tampaknya akan mati. Katz menegaskan bahwa bidang kajian yang sedang sekarat itu adalah studi komunikasi massa sebagai persuasi. Dia menunjukkan bahwa kebanyakan penelitian komunikasi sampai waktu itu diarahkan kepada penyidikan efek kampanye persuasi pada khalayak.

Uses and Gratifications menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadinya dan sosial khalayak. Jadi, bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.

Penyusunan program tentu saja memperhatikan keinginan dan kebutuhan khalayak yang menjadi target sasaran. Teori *uses and gratifications* dari *elihu katz, jay blumler, dan michael gurevitch* (1974) berasumsi bahwa khalayak tidak sepenuhnya pasif, melainkan secara aktif memilih untuk mengkonsumsi media yang akan memuaskan mereka, walaupun pada dasarnya mereka hanya memilih dari yang telah disajikan oleh media.

Menurut Miller (2002:56) *Uses and gratification* adalah salah satu teori komunikasi dimana titik-berat penelitian dilakukan pada pemirsa sebagai penentu pemilihan pesan dan media. Pemirsa dilihat sebagai individu aktif dan memiliki tujuan, mereka bertanggung jawab dalam pemilihan media yang akan mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka dan individu ini tahu kebutuhan mereka dan bagaimana memenuhinya. Media dianggap hanya menjadi salah satu cara pemenuhan kebutuhan dan individu bisa jadi menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka, atau tidak menggunakan media dan memilih cara lain.

Konsep *use* (penggunaan) merupakan bagian penting dan pokok dalam pemikiran ini. Pengertahuan mengenai penggunaan media dan penyebabnya akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses

komunikasi massa. Kebutuhan hanya salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Karakter individu, harapan dan persepsi terhadap media, dan tingkat akses kepada media, akan membawa individu kepada keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan isi media massa. Hubungan antara pengguna dan hasilnya, dengan memperhitungkan isi media. Pada teori efek tradisional, karakteristik isi media menentukan sebagian besar dari hasil. Dalam hal ini, penggunaan media hanya dianggap sebagai faktor perantara, dan hasil dari proses tersebut dinamakan efek. Dan *uses and gratification* hanya akan dianggap berperan sebagai perantara, yang memperkuat atau melemahkan efek dari isi media.

Berdasarkan teori *uses and gratifications* diatas, maka program acara harus disusun dengan memperhatikan selera khalayak sasaran yang dituju. Agar khalayak, dalam hal ini penonton televisi, merasa terpuaskan dengan sebuah stasiun televisi, maka harus disusun sebuah strategi yang benar benar tepat.

2.5. Pengertian Audience (Khalayak)

Kata *audiences* (khalayak) menjadi mengemuka ketika diidentikan dengan “*receivers*” dalam model proses komunikasi massa (source, channel, message, receiver, effect). Khalayak adalah salah satu aktor dari proses komunikasi. Karena itu unsur khalayak tidak boleh diabaikan, sebab berhasil tidaknya proses komunikasi sangat ditentukan oleh khalayak (Sari, 2007:18). Jadi kegiatan komunikasi bila diboikot oleh khalayak, maka pasti komunikasi itu akan gagal dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

Dalam media, audiens dapat diartikan sebagai pasar dan program yang disajikan merupakan produk yang ditawarkan. Pada dasarnya audiens merupakan

sekumpulan orang yang membaca, mendengar, menonton berbagai media massa, baik cetak maupun elektronik. Audiens juga merupakan kehidupan sosial yang dilayani oleh media dengan menyampaikan suatu informasi yang dibutuhkan.

Sebelum media massa ada, audiens adalah sekumpulan penonton drama, permainan dan tontonan. Setelah ada kegiatan komunikasi massa, audiens sering diartikan sebagai penerima pesan-pesan media massa.

Audience/Khalayak yang muncul seiring dengan berjalannya waktu dan kemajuan media. Riverd (2003:89) mengemukakan tipologi baru yang berupa keanekaragaman baru, diantaranya ada 4 (empat) jenis sebagai berikut :

1. Audiens sebagai orang berkumpul. Pada dasarnya diukur sebagai agregat memperhatikan presentasi media tertentu atau produk pada waktu tertentu ini disebut dengan penonton.
2. Audiens sebagai penonton yang berbicara. Merujuk kepada sekelompok orang yang digambarkan oleh komunikator dan untuk konten yang dibentuk. Hal ini juga dikenal sebagai audiens tertulis.
3. Audiens sebagai penonton yang mengalami langsung kejadian. Penerimaan pengalaman sendiri atau dengan orang lain sebagai sebuah peristiwa interaktif dalam kehidupan sehari-hari, dalam konteks oleh tempat atau fitur lain.
4. Audiens dimana penonton yang mendengar. Dasarnya mengacu pada partisipatif pengalaman penonton, ketika penonton terbawa dalam sebuah pertunjukan atau diaktifkan untuk berpartisipasi dari jarak jauh berarti memberi tanggapan pada waktu yang sama.

2.6. Sejarah Penyiaran TV di Indonesia

Sejarah sistem penyiaran televisi di Indonesia di mulai pada 17 agustus 1962. Televisi Republik Indonesia (TVRI) lahir dan pertama kalinya beroperasi menayangkan secara langsung upacara hari kemerdekaan Indonesia ke-17. Siaran itu masih terhitung percobaan, siaran resmi TVRI baru dimulai 24 Agustus 1962 yang menyiarkan secara langsung upacara pembukaan Asean Games IV dari stadion Gelora Bung Karno.

Mulai 12 november 1962 TVRI mengudara secara reguler setiap hari, pada tanggal 1 maret 1963 TVRI mulai menayangkan iklan. Seiring dengan ditetapkannya TVRI sebagai televisi berbadan hukum yayasan melalui keputusan presiden RI nomer 215 tahun 1963. Namun pada tahun 1981 dengan berbagai alasan politis TVRI tidak diijinkan lagi menayangkan iklan.

Sejalan dengan kepentingan pemerintah dan keinginan rakyat indonesia yang tersebar di berbagai wilayah agar dapat menerima siaran televisi , maka pada tanggal 16 agustus 1967 Presiden Soeharto meresmikan penggunaan satelit palapa untuk telekomunikasi dan siaran televisi.

Mulai tahun 1988 TVRI mulai mendapat teman dalam penyiaran di indonesia. Pemerintah telah mulai mengizinkan televisi swasta beroperasi di Indonesia, RCTI (1988), SCTV (1989), TPI (1990), ANTV (1993), INDOSIAR (1995).

Lembaga lembaga penyiaran dalam UU 32/2002 dalam UU RI No. 32 tahun 2002, pada pasal 13 ayat 2 ditegaskan bahwa jasa penyiaran diselenggarakan oleh :

1. Lembaga penyiaran swasta
2. Lembaga penyiaran publik

3. Lembaga penyiaran komunitas
4. Lembaga penyiaran berlangganan

2.7. Sekilas Tentang Bulan Ramadhan

Ramadan adalah bulan kesembilan dalam penanggalan Hijriyah dalam bulan ini umat muslim melakukan aktivitas seperti berpuasa, salat tarawih, peringatan turunnya Alquran, mencari malam Laylatul Qadar, serta memperbanyak membaca Alquran, membayar zakat fitrah dan diakhiri dengan merayakan Idul Fitri atau hari kemenangan.

Bulan Ramadhan dapat disebut sebagai Syahrut Tarbiyah atau Bulan Pendidikan. untuk menjaga kesehatan tubuh kita dengan makan secara teratur. Atau kita diajarkan agar dapat mengatur waktu Kapan waktu makan, kapan waktu bekerja, kapan waktu istirahat dan kapan waktu ibadah. Jadi, pendidikan itu berhubungan langsung dengan penataan kembali kehidupan kita di segala bidang. Namun ujian yang paling berat adalah berjihad melawan hawa nafsu sendiri. Karena itu bulan Ramadhan sering disebut sebagai Syahrul Jihad dengan fokus pada pengendalian hawa nafsu diri sendiri.

Jihad melawan nafsu bertujuan untuk menyucikan dan memurnikan nafsu kita untuk kembali semurni-murninya, yaitu dalam keadaan fitri. Ungkapan ini sebenarnya berasal dari firman Allah dalam QS 91:7-10 dan beberapa ayat lainnya yang berbunyi senada yaitu menyucikan jiwa. Menyucikan Jiwa adalah syarat yang mengiringi proses awal penerimaan wahyu yaitu IQRA (simak QS 96:1-5). Hal ini tentunya erat kaitannya dengan buah dari pendidikan jiwa secara intuitif maupun intelektual murni (atau intelek awal), dengan rasionalitas dan penyingkapan tabir-tabir gelap jiwa kita yang sejatinya “Ummi” dan “Fakir” di

hadapan Allah, Rabbul ‘Aalamin (Pencipta, Pemelihara dan Pendidik semua makhluk-Nya).

Bulan Ramadhan disebut juga sebagai Bulan Ibadah karena pada bulan diwajibkan untuk melakukan ibadah-ibadah sunnah disamping ibadah wajib seperti sholat sunnat dhuha, rawatib dan tarawih ataupun qiyamullai serta tadarusan al-Ar’an. Bahkan dalam pengertian yang lebih luas, dimana semua makhluk diciptakan Allah sebagai hambaNya, maka semua aktivitas jasmani dan rohani kita di Bulan Ramadhan dilatih untuk selalu menyatakan kebiasaan-kebiasaan luhur bahwa semua aktivitas kehidupan kita sejatinya adalah ibadah kepada-Nya.

2.8. Profil Net TV

NET (*News and Entertainment Television*) adalah sebuah stasiun televisi swasta terestrial nasional di Indonesia yang didirikan pada 18 Mei 2013 dan resmi diluncurkan pada 26 Mei 2013. NET. menggantikan siaran terestrial Spacetoon yang sebagian sahamnya telah diambil alih oleh Indika Group.

Pada tahun 2012, PT Net Mediatama Televisi (NET) ingin membangun sebuah stasiun TV yang membawakan sebuah revolusi media yang maju dan lebih modern. Pada pertengahan Maret 2013, PT Net Mediatama Indonesia mengakuisisi saham kepemilikan dari PT Televisi Anak Spacetoon (Spacetoon) yang sebagian sahamnya diambil alih oleh Indika Group sebesar 95% dari saham kepemilikan Spacetoon. Sesaat setelah akuisisi saham kepemilikan Spacetoon ke NET, akhirnya pada Sabtu, 18 Mei 2013, siaran Spacetoon di jaringan terestrial menghilang dan digantikan oleh NET. yang memulai siaran perdananya dengan

menggunakan frekuensi milik Spacetoon di seluruh mantan jaringan frekuensi Spacetoon di Indonesia.

NET memulai masa siaran percobaan selama satu pekan yang terhitung sejak Sabtu, 18 Mei 2013 sampai menjelang program Grand Launching Media Revolution yang disiarkan secara langsung pada Minggu, 26 Mei 2013 pukul 19.00 WIB di Jakarta Convention Center, Senayan, Jakarta Pusat. Masa siaran percobaan NET. disiarkan mulai dari pukul 05.00 WIB-24.00 WIB tanpa ada iklan komersial. Setelah selesai masa siaran percobaan, jam tayang NET diperpanjang dari pukul 04.00 WIB-02.00 WIB. Akan tetapi, khusus selama bulan suci Ramadhan siaran NET. menjadi 24 jam tanpa henti.

Seluruh program-program dari Spacetoon Indonesia dirombak menjadi yang maju dan lebih modern, akan tetapi NET tetap menayangkan lima program kartun unggulan dari Spacetoon yang disiarkan setiap Senin-Jumat mulai pukul 13.30 WIB-16.00 WIB dengan nama "NET Playground" atau "NETOON" yang saat ini sudah tidak tayang lagi.

Pada 3 April 2015, NET secara resmi menjadi sponsor utama tim sepak bola Persija Jakarta selama Liga QNB 2015. Sehari kemudian, tepatnya 4 April 2015, NET juga menjadi sponsor utama Persib Bandung. Mulai tahun 2016, NET di luar Jabodetabek mengudara selama 20 jam setiap hari dari jam 05.00 WIB sampai jam 01.00 WIB (kecuali saat bulan suci Ramadhan).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode penelitian deskriptif kuantitatif digunakan karena pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan persentase tanggapan mereka strategi programming acara “Ini Sahur” Pada Bulan Ramadhan 2017 di NET dilakukan melalui kajian atau telah terhadap situasi dan kondisi serta sistem gagasan para pelaku yang terlibat di dalamnya.

3.2. Kerangka Konsep

Televisi saat ini sudah menjadi bagian yang hampir tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak yang memilih menghabiskan waktu kosongnya lebih lama hanya untuk menyaksikan tayangan di televisi. Televisi yang berasal dari kata tele dan vision ini mempunyai arti masing-masing tele (jauh) dan vision (tampak).

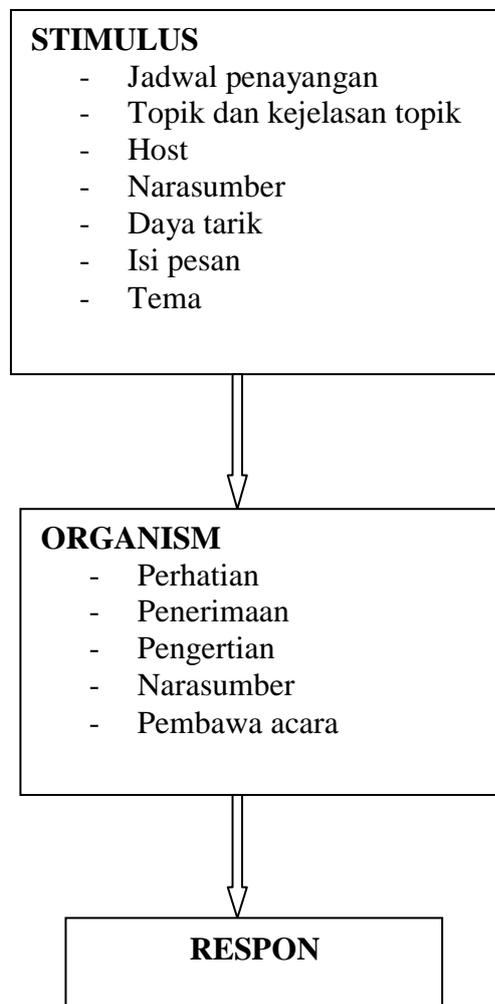
Muda menyatakan “khusus dalam medium televisi, informasi yang diperoleh melalui siaran televisi dapat mengendap dalam ingatan manusia lebih lama jika dibandingkan dengan memperoleh informasi yang sama tetapi melalui membaca”, ini disebabkan karena televisi memanfaatkan dua indra manusia sekaligus yakni indra penglihatan (visual) dan indra pendengaran (audio), yang dimana tayangan televisi memiliki gambar dan divisualisasikan oleh gerakan beserta narasi. Dibandingkan dengan membaca surat kabar atau mendengar radio yang hanya berpatokan pada satu indra penglihatan manusia saja.

Salah satu program yang banyak diusung oleh beberapa stasiun televisi swasta saat ini ialah Talkshow. Talkshow atau perbincangan adalah program yang menampilkan satu atau beberapa pembicara untuk membahas topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (Host). Mereka yang diundang adalah orang-orang yang berpengalaman langsung dengan peristiwa atau topik yang diperbincangkan atau mereka yang ahli dalam masalah yang tengah dibahas.

Talkshow yang pada awalnya dimulai di radio ini mulai dikemas secara baik dan disajikan di layar kaca. Program ini memiliki tiga komponen dasar, yakni : studio televisi, Host (Pemandu acara), dan wawancara.

Tanggapan adalah kesan yang kita rasakan setelah melakukan proses pengamatan terhadap suatu kejadian atau masalah. Tanggapan sebagai suatu reaksi atau jawaban yang bergantung pada stimulus atau merupakan hasil stimulus tersebut. Manusia memiliki peran serta sebagai pengendali antara stimulus dan respon sehingga yang menentukan.

Pada kerangka konseptual ini, penulis menghubungkannya dengan teori S-O-R (Stimulus-Organism-Respons) yang dikemukakan oleh De Fleur, yang menyatakan bahwa pengaruh yang terjadi pada pihak penerima, pada dasarnya merupakan suatu reaksi tertentu dari “stimulus” (rangsangan) tertentu. Jadi besar kecilnya pengaruh, tergantung pada isi dan penyajian stimulus.



Gambar 3.1 Kerangka Konsep

3.3. Definisi Konsep

Konsep adalah suatu makna yang berada di dalam pikiran atau di dunia kepehaman manusia yang dinyatakan kembali dengan sarana lambang perkataan atau kata-kata. Adapun yang menjadi batasan konsep dalam penelitian ini adalah : Jadwal Penayangan, Pada acara “Ini Sahur” jam penayangan dilakukan pada setiap hari mulai pukul 02.00- 03.00 WIB. Topik, adalah suatu cerita yang akan dibahas pada acara, biasanya cerita tersebut sedang marak di beritakan. Host, adalah orang yang memandu jalannya acara talkshow “Ini Sahur”. Narasumber, adalah orang yang memberi atau mengetahui secara jelas informasi sesuai dengan tema pembahasan. Daya tarik, adalah daya tarik penonton yang menonton acara “Ini sahur”. Isi pesan, adalah isi dari pesan tersirat yang ingin disampaikan oleh pembawa acara. Tema, Dalam penelitian ini, tema adalah pokok pembahasan dalam tayangan Ini Sahur yang disampaikan kepada khalayak. Perhatian, tahap dimana stimulus atau informasi dari tayangan Ini Sahur mulai diperhatikan oleh responden yaitu Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penerimaan, tahap setelah pengertian dimana stimulus atau informasi tayangan Ini Sahur mulai diterima dan diamati secara seksama oleh responden yakni Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Pengertian, tahap setelah perhatian dimana stimulus atau informasi tayangan Ini Sahur mulai dimengerti oleh responden yakni Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Narasumber, adalah orang yang memberi atau mengetahui secara jelas informasi sesuai dengan tema pembahasan. Tanggapan, adalah pernyataan subjektif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3.4. Definisi Operasional

a. Tanggapan

Adalah pernyataan subjektif dari para Masyarakat (Khalayak) yang menyaksikan Acara Ini Sahur Ramadhan Tahun 2017 di Net.

b. Mahasiswa

Seseorang atau individu yang menuntut pendidikan pada jenjang Perguruan Tinggi atau Universitas.

c. Jurusan Ilmu Komunikasi

Adalah salah satu jurusan di Universitas Muhamadiyah Medan yang termasuk dalam Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

d. Universitas Muhamadiyah Sumut

Adalah universitas terbesar yang berada di kawasan Barat Indonesia yang terletak di jalan Kapten Muchtar Basri No 3 Medan Sumatera Utara.

e. Program

Adalah sesuatu yang ditampilkan kepada khalayak atau audiens.

f. Talkshow

Adalah Program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara.

g. Ini Sahur Ramadhan

Adalah salah satu program talk show yang ditayangkan stasiun televisi NET dan ditayangkan pada bulan ramadan.

3.5. Populasi dan Sampel

3.5.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek atau fenomena yang akan diriset. Sedangkan Menurut (Sugiyono, 2010:17) “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”.

Populasi dalam penelitian ini yaitu Pada kecamatan Medan Denai Kelurahan Tegal Sari Mandala III Sebanyak 500 orang.

3.5.2. Sampel

Pertanyaan seringkali diajukan dalam metode pengambilan sampel adalah berapa jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian. Sampel yang terlalu kecil dapat menyebabkan penelitian tidak dapat menggambarkan kondisi populasi yang sesungguhnya. Sebaliknya, sampel yang terlalu besar dapat mengakibatkan pemborosan biaya penelitian. Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin , sebagai berikut:

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

dimana :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan (*error tolerance*).

Jadi, dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel yaitu sebanyak 30 orang. Dengan perincian 11 hari masing-masing 2 orang

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah:

a. Observasi

Observasi dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian (Sugiyono, 2003: 166). Metode ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung tentang kondisi yang terjadi selama di lapangan, baik yang berupa keadaan fisik maupun perilaku yang terjadi selama berlangsungnya penelitian.

b. Wawancara

Yang dimaksud dengan wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara juga merupakan alat pengumpulan data atau informasi, dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula oleh narasumber penelitian. (Arikunto, 2003: 73).

Wawancara dilakukan secara mendalam (*indepth interview*). Dalam teknik ini biasanya digali apa yang tersembunyi dari seseorang, kelompok atau masyarakat baik di masa kini, masa lampau dan masa yang akan datang. Ada dua bentuk wawancara yang digunakan yaitu:

1. Wawancara berencana (*standardized interview*)

Wawancara berencana adalah wawancara yang dilakukan dengan didasarkan pada suatu daftar pertanyaan yang telah direncanakan dan disusun sebelumnya, dengan cara terjun kelapangan dengan berpedoman pada sebuah interview guide sebagai alat bantu.

2. Wawancara tak berencana (*unstandardized interview*)

Wawancara tak berencana adalah wawancara yang dilakukan dengan tak mempunyai suatu persiapan sebelumnya dengan suatu daftar pertanyaan dengan susunan kata dan tata urutan tetap yang harus dipatuhi oleh peneliti secara ketat, atau dengan kata lain, proses wawancara dibiarkan mengalir asalkan memenuhi tujuan penelitian. Proses wawancara dilakukan dengan mempersiapkan terlebih dahulu pedoman wawancara dengan pertanyaan terbuka. Pedoman hanya digunakan sebagai arah wawancara yang terfokus pada masalah. Pertanyaan tidak dilakukan secara ketat, artinya dapat berkembang sesuai dengan jawaban narasumber penelitian.

c. Dokumentasi

Merupakan teknik pengumpulan data dengan mempelajari dokumen, laporan, gambar, dokumen elektronik, ensiklopedia, artikel, peraturan dan literatur lainnya yang relevan dengan permasalahan penelitian. Sumber informasi yang berupa dokumen dan relevan atau catatan sesungguhnya cukup bermanfaat; ia telah tersedia sehingga akan relatif murah pengeluaran biaya untuk memperolehnya. Ia merupakan sumber yang stabil dan barangkali juga akurat sebagai cerminan situasi/kondisi yang sebenarnya. Ia dapat dianalisis secara berulang-ulang dengan tidak mengalami perubahan. Dokumen yang dipilih disesuaikan dengan tujuan dan fokus penelitian (Arikunto, 2016: 75).

3.7. Teknik Analisis Data

Menurut Taylor, (2013: 79) mendefinisikan analisis data sebagai proses yang merinci usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis

(ide) seperti yang disarankan dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan dan tema pada hipotesis. Sesuai dengan masalah dan rangkaian hipotesa, metode analisis yang di gunakan untuk membuktikan kebenaran yang di maksud adalah:

1. Metode deskriptif merupakan cara merumuskan dan menafsirkan data yang ada sehingga memberikan gambaran jelas melalui pengumpulan, penyusutan dan menganalisis data sehingga dapat di ketahui gambaran umum yang sedang diteliti.
2. Metode analisis kuantitatif adalah metode yang di gunakan untuk mengajukan data dalam bentuk angka. Data yang di gunakan pada penelitian ini adalah data yang di ordinal. Penelitian menganalisis data dengan menggunakan kolerasi *Product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana :

r_{xy} : Koefisien Kolerasi

N : Jumlah subjek

X : Variabel Bebas (Kepuasan)

Y : Variabel Terikat (Acara “Ini Sahur”)

Data untuk keperluan anaalisis dan penguaiian hipotesis diolah secara sistematis dengan menggunakan alat bantu program SPSS versi 20.0 data yang telah di peroleh kemudian di uji dengan :

3.7.1. Analisis Regresi Sederhana

Untuk menguji hipotesis digunakan pengujian statistik Uji Regresi Linear Sederhana untuk mengukur seberapa besar kepuasan khalayak terhadap acara “Ini

Sahur” pada bulan ramadhan 2017 di NET. Untuk pengukurannya dengan menggunakan persamaan rumus regresi linear sederhana.

Persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = variabel dependen (acara “Ini Sahur”)

X = variabel independent (kepuasan)

a = Konstanta

e = Variabel Pengganggu

3.7.2. Uji t

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dan menganggap dependen yang lain konstan. Signifikansi pengaruh tersebut dapat diestimasi dengan membandingkan antara nilai t tabel dengan nilai t hitung. Apabila nilai t hitung lebih besar daripada t tabel maka variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen, sebaliknya jika nilai t hitung lebih kecil daripada t tabel maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

Rumus uji t adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}} \text{ dengan } dk = n - 2$$

Keterangan:

t = Uji pengaruh parsial

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya data

3.7.3. Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinasi ini digunakan untuk mengetahui besarnya variasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yakni Kepuasan Khalayak Terhadap Acara “Ini Sahur” Pada Bulan Ramadhan 2017 di NET. Rumus determinasi adalah:

$$D = R^2 \times 100\%.$$

Di mana:

D = Determinasi

R = Nilai koefisien korelasi

3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian

3.8.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Medan Denai Kelurahan Tegal Sari Mandala III Medan.

3.8.2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus – September 2017.

3.9. Deskripsi Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kecamatan Medan Denai Kelurahan Tegal Sari Mandala III Medan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

4.1.1 Sejarah Perusahaan PT NET TV Mediatama Indonesia (NET)

PT. Net TV Mediatama beralamat di The Est Tower Jl. Lingkar Mega Kuningan Kav. E No. 1 Lantai 27-30, Kuningan Timur Jakarta Selatan, Kode Pos 12950 DKI Jakarta. IndonesiaNET Mediatama adalah bagian dari INDIKA kelompok yang terdiri bisnis seperti Natural Resources, Even Organizer, Promotor, Broadcast Equipment, Production House dan Stasiun Radio. Pada tahun 2012, PT Net Mediatama Indonesia (NET) ingin membangun sebuah stasiun TV yang membawakan sebuah revolusi media yang maju dan lebih modern yang diprakasai oleh Wishnutama (mantan Direktur Utama Trans

TV) dan Agus Lasmono (wakil Komisaris Utama SCTV serta Grup Indika). NET juga memiliki unparalled tim operasi dan manajemen kreatif dengan kompetisi dan keahlian di bidang masing-masing dan juga memiliki kemampuan untuk membuat NET sebagai media yang terbaik.

Pada pertengahan Maret 2013, PT Net Mediatama Indonesia mengakuisisi saham kepemilikan dari PT Televisi Anak Spaceton (Spaceton Indonesia) yang sebagian sahamnya dialih oleh Grup Indika sebesar 95% dari saham kepemilikan Spaceton Indonesia. Sesaat setelah akuisisi saham kepemilikan Spaceton Indonesia ke NET. akhirnya pada Sabtu, 18 Mei 2013, siaran Spaceton di jaringan terrestrial menghilang dan digantikan oleh NET. yang memulai siaran perdananya dengan menggunakan frekuensi milik Spaceton Indonesia di seluruh mantan jaringan frekuensi Spaceton di Indonesia.

NET. memulai masa siaran percobaan selama satu pekan yang terhitung sejak Sabtu, 18 Mei 2013 sampai menjelang program Grand Launching Media Revolution yang disiarkan secara live pada Minggu, 26 Mei 2013 pukul 19.00 WIB. di Jakarta Convention Center, Senayan, Jakarta Pusat. Masa siaran percobaan NET. disiarkan mulai dari pukul 05.00 - 24.00 WIB tanpa ada iklan komersial. Setelah selesai masa siaran percobaan, jam tayang NET. diperpanjang dari pukul 04.00 - 02.00 WIB. Akan tetapi, khusus selama bulan suci Ramadhan siaran NET. menjadi 24 jam nonstop.

Seluruh program-program dari Spaceton Indonesia dirombak menjadi yang maju dan lebih modern, akan tetapi NET. tetap menayangkan enam program kartun unggulan dari Spaceton Indonesia yang disiarkan setiap harinya

mulai pukul 13.00 - 16.00 WIB dengan nama "NET. Playground" atau "NET.oon". Pada tahun 2013, NET telah mengambil langkah maju dengan mempekerjakan sekitar 600 karyawan baru, 400 dari mereka dilatih di MDP (program pengembangan media) yang di selenggarakan di sentul international center. Fresh graduates direkrut untuk dilatih menjadi seorang broadcaster yang baik dengan kreativitas dan inovatif, pemikiran yang mengatur menjadi salah satu aset terkuat dari perusahaan.

4.1.2 Visi dan Misi

1. Visi

Untuk membangun sebuah perusahaan media yang menarik dan menciptakan kontribusi positif bagi kehidupan masyarakat Indonesia.

2. Misi

- Untuk menghasilkan kreatifitas, menghibur, dan menggabungkannya dengan konten kualitas terbaik dari berbagai macam platforms.
- Untuk memberikan stakeholders dengan media yang inovatif untuk menjangkau khalayak yang muncul.
- Untuk menarik, mengembangkan dan mempertahankan bakatbakat terbaik dalam industri.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Deskripsi Hasil penelitian

Penelitian ini menguraikan mengenai Pengaruh Menonton Program Ini Sahur Di Net TV dan Dampak Psikologinya Terhadap Masyarakat Tegal Sari Mandala. Hal ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Menonton Program Ini Sahur Di Net TV dan Dampak Psikologinya Terhadap Masyarakat Tegal Sari Mandala. Dalam penelitian ini diambil sebanyak 30 orang penonton sebagai sampel penelitian.

Dalam penelitian ini, penulis menjadikan pengolahan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 10 pernyataan untuk variabel X_1 , 10 pernyataan untuk variabel X_2 dan 10 pernyataan untuk variabel Y, di mana yang menjadi variabel X_1 adalah Pencapaian, variabel X_2 adalah Target dan variabel Y adalah peningkatan kerja. Angket yang disebar ini diberikan kepada 30 orang penonton program “Ini Sahur“ di Net TV sebagai sampel penelitian dan dengan menggunakan metode *Likert Summated Rating* (LSR).

Tabel 4.1
Skala Likert

Pernyataan	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono, 2008. Metode Penelitian Bisnis

Ketentuan di atas berlaku dalam menghitung variabel bebas maupun variabel terikat.

4.2.2 Hasil Regresi

a. Gambaran Distribusi Frekuensi Identitas Responden

Tabel 4.1
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-Laki	10	2%
Perempuan	20	98%
Total	30	100%

Distribusi Frekuensi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin. Responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 10 orang atau 2% dari jumlah sampel yakni 30 responden. Dan berjenis kelamin perempuan berjumlah 20 orang atau 98% dari jumlah sampel yakni 30 responden. Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, hal ini menunjukkan bahwa peneliti lebih sering menjumpai konsumen berjenis kelamin perempuan pada saat melakukan penelitian.

Tabel 4.2
Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
< 20	0	%
21-30	27	98%
31-40	3	2%
41-50	0	%
>50	0	%
Total	30	100%

Distribusi Frekuensi Identitas Responden Berdasarkan Usia. Responden dengan kelompok usia < dari 20 tahun berjumlah 0 orang atau 0% dari jumlah sampel yakni 30 responden. Kelompok usia 21-30 tahun berjumlah 27 orang atau 98 % dari jumlah sampel yakni 30 responden. Kelompok usia 31-40 tahun

berjumlah 3 orang atau 2 % dari jumlah sampel yakni 30 responden. Kelompok usia 41-50 tahun berjumlah 0 orang atau 0 % . Kelompok usia > 50 tahun berjumlah 0 orang atau 0 % dari jumlah sampel yakni 30 responden. Dari hasil penelitian yang di lakukan peneliti, hal ini menunjukkan bahwa peneliti lebih sering menjumpai penonton dengan kelompok usia 21-30 tahun pada saat melakukan penelitian.

1. Variabel Bebas, Pengaruh Menonton Program Ini Saur (X₁)

Tabel 4.3
Saya terhibur dengan acara “Ini Saur” di Net Tv

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	9	39%
2	Setuju	21	61%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “ Saya terhibur dengan acara “Ini Saur” di Net TV maka jawaban responden yang terbesar adalah setuju 28 orang atau 61%, sedangkan yang sangat setuju adalah 9 orang atau 39%.

Tabel 4.4
Program “Ini Saur” sangat menghibur

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	15	50%
2	Setuju	15	50%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “program “Ini Saur” menghibur” maka jawaban responden yang didapat adalah seimbang yaitu sangat setuju 15 orang atau 50% dan setuju 15 orang atau 50%.

Tabel 4.5
Setiap tayangan yang di tayangin sangat menghibur

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	8	15%
2	Setuju	22	85%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “setiap tayangan yang ditayangi sangat menghibur” maka jawaban responden yang terbesar adalah setuju 22 orang atau 85%, sedangkan sangat setuju 8 orang atau 15%.

Tabel 4.6
Program ini sahur cocok di lihat semua kalangan

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	20	60%
2	Setuju	10	40%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “program “Ini Sahur” cocok dilihat semua kalangan” maka jawaban responden yang terbesar adalah sangat setuju 20 orang atau 60%, sedangkan setuju 10 orang atau 40%.

Tabel 4.7
Saya sangat suka melihat program “Ini Sahur”

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	15	50%
2	Setuju	15	50%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “saya sangat suka melihat program “ Ini Sahur” ” maka jawaban responden yang didapat adalah seimbang yaitu sangat setuju 15 orang atau 50% dan yang setuju 15 orang atau 50%.

Tabel 4.8
Program yang menarik yang saya harapkan

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	25	90%
2	Setuju	5	10%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “program yang menarik yang saya harapkan” maka jawaban responden yang terbesar adalah sangat setuju 25 orang atau 90%, sedangkan setuju 5 orang atau 10%.

Tabel 4.9
Program “Ini Sahur” kurang menarik

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	8	15%
2	Setuju	22	85%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “program ini sahur kurang menarik” maka jawaban responden yang terbesar adalah setuju 22 orang atau 85%, sedangkan sangat setuju 8 orang atau 15%.

Tabel 4.10
Program “Ini Sahur” merupakan program terbaik di Net Tv

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	10	40%
2	Setuju	20	60%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “Hal baru dalam pekerjaan menjadi dorongan untuk maju bagi saya” maka jawaban responden yang terbesar adalah setuju 20 orang atau 60%, sedangkan sangat setuju 10 orang 40%.

Tabel 4.11
Program “Ini Sahur” sangat menghibur

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	25	90%
2	Setuju	5	10%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “program “Ini Sahur” sangat menghibur” maka hasil responden yang terbesar adalah sangat setuju 25 orang atau 90%, sedangkan setuju 5 orang atau 10%.

Tabel 4.12
Program “Ini Sahur” memberikan dampak positif

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	22	85%
2	Setuju	8	15%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “Program “Ini Sahur” memberikan dampak positif” maka jawaban responden yang terbesar adalah sangat setuju 22 orang atau 85%, sedangkan setuju 8 orang 15%.

2. Variabel Bebas, Dampak Psikologis (X_2)

Tabel 4.13
Program “Ini Sahur” memberikan dampak psikologis yang baik

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	10	40%
2	Setuju	20	60%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “program “Ini Sahur” memberikan dampak psikologis yang baik” maka jawaban responden yang terbesar adalah setuju 20 orang atau 60%, sedangkan sangat setuju 10 orang atau 40%.

Tabel 4.14
Isi program “Ini Sahur” bermanfaat bagi psikologis masyarakat

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	5	10%
2	Setuju	25	90%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “isi program “Ini Sahur” bermanfaat bagi psikologis masyarakat” maka jawaban responden yang terbesar adalah setuju 25 orang atau 90%, sedangkan sangat setuju 5 orang atau 10%.

Tabel 4.15
Program “Ini Sahur” memberikan informasi yang positif

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	22	85%
2	Setuju	8	15%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “program “Ini Sahur” memberikan informasi yang positif” maka jawaban responden yang terbesar adalah sangat setuju 22 orang atau 85%, sedangkan setuju 8 orang atau 15%.

Tabel 4.16
Program “Ini Sahur” dapat mendidik masyarakat

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	15	50%
2	Setuju	15	50%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “program “Ini Sahur” dapat mendidik masyarakat” maka jawaban responden yang didapat adalah seimbang yaitu sangat setuju 15 orang atau 50% dan setuju 15 orang atau 50%.

Tabel 4.17
Program “Ini Sahur” memberikan informasi menarik

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	20	60%
2	Setuju	10	40%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “program “Ini Sahur” memberikan informasi menarik” maka jawaban responden yang terbesar adalah sangat setuju 20 orang atau 60%, sedangkan setuju 10 orang 40%.

Tabel 4.18
Program “Ini Sahur” menjadi program favorit masyarakat

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	25	90%
2	Setuju	5	10%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “program “Ini Sahur” menjadi program favorit masyarakat” maka jawaban responden yang terbesar adalah sangat setuju 25 orang atau 90%, sedangkan setuju 5 orang 10%.

Tabel 4.19
Program “Ini Sahur” selalu diikuti iklan yang menarik

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	20	60%
2	Setuju	10	40%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “Program “Ini Sahur” selalu diikuti iklan yang menarik” maka jawaban responden yang terbesar adalah sangat setuju 20 orang atau 60%, sedangkan setuju 10 orang 40%.

Tabel 4.20
Program “Ini Sahur” memberikan tayangan yang mendidik

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	22	85%
2	Setuju	8	15%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “program “Ini Sahur” memberikan tayangan yang mendidik” maka jawaban responden yang terbesar adalah sangat setuju 22 orang atau 85%, sedangkan setuju 8 orang 15%.

Tabel 4.21
Program “Ini Sahur” merupakan program yang *up to date*

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	4	9%
2	Setuju	26	91%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “program “Ini Sahur” merupakan program yang *up to date*” maka jawaban responden yang terbesar adalah setuju 26 orang atau 91%, sedangkan setuju 4 orang 9%.

Tabel 4.22
Program “Ini Sahur” berpengaruh positif terhadap psikologis masyarakat

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	25	90%
2	Setuju	5	10%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “program “Ini Sahur” berpengaruh positif terhadap psikologis masyarakat” maka jawaban responden yang terbesar adalah sangat setuju 25 orang atau 90%, sedangkan setuju 5 orang 10%.

3. Variabel Terikat, Masyarakat (Y)

Tabel 4.23
Masyarakat sangat menyukai program “Ini Sahur”

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	20	60%
2	Setuju	10	40%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “masyarakat sangat menyukai program “Ini Sahur” “ maka jawaban responden yang terbesar adalah sangat setuju 20 orang atau 60%, sedangkan setuju 10 orang 40%.

Tabel 4.24
Program “Ini Sahur” sangat di tunggu masyarakat

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	25	85%
2	Setuju	5	15%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “program “Ini Sahur” sangat di tunggu masyarakat” maka jawaban responden yang terbesar adalah sangat setuju 25 orang atau 85%, sedangkan setuju 5 orang 15%.

Tabel 4.25
Program “Ini Sahur” diminati oleh kalangan remaja

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	20	60%
2	Setuju	10	40%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “program “Ini Sahur” diminati oleh kalangan remaja” maka jawaban responden yang terbesar adalah sangat setuju 20 orang atau 60%, sedangkan setuju 10 orang 40%.

Tabel 4.26
Masyarakat memilih program “Ini Sahur” sebagai program yang menyenangkan

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	10	40%
2	Setuju	20	60%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “masyarakat memilih program “Ini Sahur” sebagai program yang menyenangkan” maka jawaban responden yang terbesar adalah setuju 20 orang atau 60%, sedangkan sangat setuju 10 orang 40%.

Tabel 4.25
Masyarakat sangat menunggu program “Ini Sahur”

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	12	45%
2	Setuju	18	55%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “masyarakat sangat menunggu prongram “Ini Sahur” “ maka jawaban responden yang terbesar adalah setuju 18 orang atau 55%, sedangkan sangat setuju 12 orang 45%.

Tabel 4.26
Masyarakat sangat terhibur menonton program “Ini Sahur”

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	14	46%
2	Setuju	16	54%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “masyarakat sangat terhibur menonton program “Ini Sahur” “ maka jawaban responden yang terbesar adalah setuju 16 orang atau 54%, sedangkan sangat setuju 14 orang 46%.

Tabel 4.27
Program “Ini Sahur” diminati semua masyarakat

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	15	50%
2	Setuju	15	50%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-

	Jumlah	30	100%
--	--------	----	------

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “Program “Ini Sahur” diminati semua masyarakat” maka jawaban responden yang didapat adalah seimbang yaitu sangat setuju 15 orang atau 50% dan setuju 15 orang atau 50%.

Tabel 4.28
Masyarakat sangat suka menonton program “Ini Sahur”

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	8	15%
2	Setuju	22	85%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “masyarakat sangat suka menonton program “Ini Sahur” ” maka jawaban responden yang terbesar adalah setuju 22 orang 85%, sedangkan sangat setuju 8 orang atau 15%.

Tabel 4.29
Masyarakat mengambil nilai positif yang ditayangkan program “Ini Sahur”

No	Jawaban Yang Tersedia	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	25	90%
2	Setuju	5	10%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	30	100%

Sumber : hasil data diolah, 2017

Dari pernyataan “Masyarakat mengambil nilai positif yang ditayangkan program “Ini Sahur” “ maka jawaban responden yang terbesar adalah sangat setuju 25 orang 90%, sedangkan setuju 5 orang atau 10%.

28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
	ΣX_1										1355

Sumber : Data Penelitian Diolah (2017)

Tabel 4.32
Tabulasi Data Variabel Dampak Psikologis (X₂)

No Responden	Nomor Item Pernyataan										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
6	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
7	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
8	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
9	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
10	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
11	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	47
12	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	47
13	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	47

14	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	47
15	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	47
16	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	46
17	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	46
18	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	46
19	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	46
20	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	46
21	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	44
22	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	44
23	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	42
24	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	42
25	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	42
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
	$\sum X_2$										1367

Sumber : Data Penelitian Diolah (2017)

Tabel 4.33
Tabulasi Data Variabel Masyarakat (Y)

No Responden	Nomor Item Pernyataan										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
9	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
10	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
11	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	48
12	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	48
13	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	47
14	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	47
15	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	46
16	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	45

17	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	45
18	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	45
19	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	45
20	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	45
21	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42
22	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42
23	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42
24	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42
25	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
	ΣY										1369

Sumber : Data Penelitian Diolah (2017)

Tabel 4.34
Jumlah Tabulasi Data Variabel X_1 dan Y

No	Y	X_1	X_1^2	$X_1 \cdot Y$	Y^2
1	50	50	2500	2500	2500
2	50	50	2500	2500	2500
3	50	50	2500	2500	2500
4	50	50	2500	2500	2500
5	50	50	2500	2500	2500
6	50	50	2500	2500	2500
7	50	50	2500	2500	2500
8	50	49	2401	2450	2500
9	49	47	2209	2303	2401
10	49	47	2209	2303	2401
11	48	46	2116	2208	2304
12	48	46	2116	2208	2304
13	47	46	2116	2162	2209
14	47	46	2116	2162	2209
15	46	46	2116	2116	2116
16	45	44	1936	1980	2025
17	45	44	1936	1980	2025
18	45	44	1936	1980	2025
19	45	44	1936	1980	2025
20	45	44	1936	1980	2025
21	42	43	1849	1806	1764
22	42	43	1849	1806	1764
23	42	42	1764	1764	1764

24	42	42	1764	1764	1764
25	42	42	1764	1764	1764
26	40	40	1600	1600	1600
27	40	40	1600	1600	1600
28	40	40	1600	1600	1600
29	40	40	1600	1600	1600
30	40	40	1600	1600	1600
	$\sum Y = 1369$	$\sum X_1 = 1355$	$\sum X_1^2 = 61,569$	$\sum X_1 \cdot Y = 62,216$	$\sum Y^2 = 62,889$

Tabel 4.35
Jumlah Tabulasi Data Variabel X_2 Dan Y

No	Y	X_2	X_2^2	$X_2 \cdot Y$	Y^2
1	50	50	2500	2500	2500
2	50	50	2500	2500	2500
3	50	50	2500	2500	2500
4	50	50	2500	2500	2500

5	50	48	2304	2400	2500
6	50	48	2304	2400	2500
7	50	48	2304	2400	2500
8	50	48	2304	2400	2500
9	49	48	2304	2352	2401
10	49	48	2304	2352	2401
11	48	47	2209	2256	2304
12	48	47	2209	2256	2304
13	47	47	2209	2209	2209
14	47	47	2209	2209	2209
15	46	47	2209	2162	2116
16	45	46	2116	2070	2025
17	45	46	2116	2070	2025
18	45	46	2116	2070	2025
19	45	46	2116	2070	2025
20	45	46	2116	2070	2025
21	42	44	1936	1848	1764
22	42	44	1936	1848	1764
23	42	42	1764	1764	1764
24	42	42	1764	1764	1764
25	42	42	1764	1764	1764
26	40	40	1600	1600	1600
27	40	40	1600	1600	1600
28	40	40	1600	1600	1600
29	40	40	1600	1600	1600

30	40	40	1600	1600	1600
	$\sum Y = 1369$	$\sum X_2 = 1367$	$\sum X_2^2 = 62,613$	$\sum X_1 \cdot Y = 62,734$	$\sum Y^2 = 62,889$

Tabel 4.36
Jumlah Tabulasi Data Variabel X_1 Dan X_2

No	X_1	X_2	X_1^2	X_2^2	$X_1 \cdot X_2$
.1	50	50	2500	2500	2500
2	50	50	2500	2500	2500
3	50	50	2500	2500	2500
4	50	50	2500	2500	2500
5	50	48	2500	2304	2400
6	50	48	2500	2304	2400
7	50	48	2500	2304	2400
8	49	48	2401	2304	2352
9	47	48	2209	2304	2256
10	47	48	2209	2304	2256

11	46	47	2116	2209	2162
12	46	47	2116	2209	2162
13	46	47	2116	2209	2162
14	46	47	2116	2209	2162
15	46	47	2116	2209	2162
16	44	46	1936	2116	2024
17	44	46	1936	2116	2024
18	44	46	1936	2116	2024
19	44	46	1936	2116	2024
20	44	46	1936	2116	2024
21	43	44	1849	1936	1892
22	43	44	1849	1936	1892
23	42	42	1764	1764	1764
24	42	42	1764	1764	1764
25	42	42	1764	1764	1764
26	40	40	1600	1600	1600
27	40	40	1600	1600	1600
28	40	40	1600	1600	1600
29	40	40	1600	1600	1600
30	40	40	1600	1600	1600
	$\sum X_1 = 1355$	$\sum X_2 = 1367$	$\sum X_1^2 = 61569$	$\sum X_2^2 = 62613$	$\sum X_1 \cdot X_2 = 62070$

4.4 Instrumen Penelitian

Data untuk keperluan analisis dan pengujian hipotesis diolah secara sistematis dengan menggunakan alat bantu program SPSS versi 20.0 data yang telah diperoleh kemudian di uji dengan :

1. Uji Validitas

Menguji validitas berarti menguji sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrument sebagai alat ukur variabel penelitian. Jika instrumen benar (*valid*) maka hasil pengukuran kemungkinan adalah benar.

Rumus Korelasi :

$$R_{xy} = \frac{n (\sum xy) - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2) (n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

(Sugiono 2010 : 121)

Keterangan :

r : Nilai koefisien korelasi

$\sum X$: Jumlah pengamatan variabel X

$\sum Y$: Jumlah pengamatan variabel Y

$\sum XY$: Jumlah hasil perkalian variabel X dan Y

$(\sum X^2)$: Jumlah kuadrat dari pengamatan variabel X

$(\sum X)^2$: Jumlah kuadrat dari pengamatan variabel X

$(\sum Y^2)$: Jumlah kuadrat dari pengamatan variabel Y

$(\sum Y)^2$: Jumlah kuadrat dari jumlah pengamatan variabel Y

n : Jumlah pasangan pengamatan Y dan X

Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah untuk melihat valid tidaknya suatu instrument adalah sebagai berikut :

- Tolak H0 jika probabilitas yang dihitung \leq probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (Sig \leq α 0.05)
- Terima H0 jika nilai probabilitas yang di hitung $>$ probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (Sig $>$ α 0.05)

Tabel 4.37
Hasil Uji Validitas Instrumen Pengaruh Menonton Program “Ini Sahur”
(X₁)

No. Butir	r _{hitung}	r _{tabel}	Status
1	0.810	0.304	Valid
2	0,930	0.304	Valid
3	0.761	0.304	Valid
4	0.522	0.304	Valid
5	0.865	0.304	Valid
6	0.659	0.304	Valid
7	0.810	0.304	Valid
8	0.834	0.304	Valid
9	0.659	0.304	Valid
10	0.760	0.304	Valid

Sumber : Pengolahan Data Menggunakan SPSS 2.0 (2017)

Dari tabel 4.37 menunjukkan bahwa mayoritas kuisisioner pada masing-masing item dari variabel Pengaruh Menonton Program “Ini Sahur” memiliki nilai valid, dapat dilihat dari Sig $<$ α 0.05, maka dengan demikian dapat dijadikan instrumen daalm penelitian ini.

Tabel 4.38
Hasil Uji Validitas Instrumen Dmpak Psikologis (X₂)

No. Butir	r _{hitung}	r _{tabel}	Status
1	0.696	0.304	Valid
2	0.529	0.304	Valid
3	0.884	0.304	Valid
4	0.802	0.304	Valid
5	0.897	0.304	Valid
6	0.758	0.304	Valid
7	0.897	0.304	Valid
8	0.884	0.304	Valid
9	0.529	0.304	Valid
10	0.758	0.304	Valid

Sumber : Pengolahan Data Menggunakan SPSS 2.0 (2017)

Dari tabel 4.38 menunjukkan bahwa mayoritas kuisisioner pada masing-masing item dari variabel Dampak Psikologis memiliki nilai valid, dapat dilihat dari $\text{Sig} < \alpha 0.05$, maka dengan demikian dapat dijadikan instrument penelitian ini.

Tabel 4.39
Hasil Uji Validitas Instrumen Masyarakat (Y)

No. Butir	r _{hitung}	r _{tabel}	Status
1	0.878	0.304	Valid
2	0.675	0.304	Valid
3	0.878	0.304	Valid
4	0.790	0.304	Valid
5	0.846	0.304	Valid
6	0.880	0.304	Valid
7	0.885	0.304	Valid
8	0.732	0.304	Valid
9	0.675	0.304	Valid
10	0.878	0.304	Valid

Sumber : Pengolahan Data Menggunakan SPSS 2.0 (2017)

Dari tabel 4.39 menunjukkan bahwa mayoritas kuisisioner pada masing-masing item dari variabel Masyarakat memiliki nilai yang valid, dapat dilihat $\text{Sig} < \alpha 0.05$, maka dengan demikian dapat dijadikan instrument penelitian ini.

2. Uji Reliabilitasi Penelitian

Merupakan pengujian untuk melihat apakah instrument penelitian merupakan instrument yang handal dan dapat dipercaya. Jika variebel penelitian menggunakan instrument yang handal dan dapat dipercaya maka hasil penelitian juga dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi.

Rumus *Cronbach Alpha* :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum s b^2}{S_1^2} \right]$$

Keterangan :

r : Reliabilitasi Instrument

k : Banyaknya Pertanyaan

$\sum s b^2$: Jumlah varian Butir

S_1^2 : Varian Total

(Arikunto dalam Juliandi, Irfan, Manurung, 2013, hal 82)

Tabel 4.40
Hasil Uji Reliabilitasi Instrument Variabel

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i> Hitung	Keterangan
Pencapaian	0.931	Reliabel
Target	0.947	Reliabel
Peningkatan Karier	0.963	Reliabel

Sumber : Pengolahan Data Menggunakan SPSS 2.0 (2017)

Dari tabel 4.40 menunjukkan bahwa ketiga instrumen penelitian pada penelitian ini telah memenuhi unsur reabilitas yang baik, dengan kata lain instrumen penelitian ini adalah reliable atau terpercaya, tingkat instrumen penelitian sudah memadai karena sudah mencapai 1 (> dari 0.60).

3. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Hasil analisis regresi dengan menggunakan bantuan SPSS dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3
Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.860	2.344		4.633	.000
Pencapaian Target	.413	.140	.487	2.949	.006

a. Dependent Variable: Peningkatan Karier

Terdapat beberapa kolom dalam tabel Coefficients di atas. Yang perlu diperhatikan ketika akan mencari persamaan regresi linear sederhana adalah kolom 'B'. Dalam kolom B tersebut nilai (Constant) adalah 10.860, dan Pencapaian Target adalah 0,413. Sehingga apabila dituliskan, persamaan regresi linear sederhana dari penelitian ini adalah : $(Y=a+bX) Y = 10,860 + 0,413X$.

Persamaan tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 10,860 mengandung arti bahwa nilai konsisten variable Masyarakat adalah sebesar 10,860.
- Nilai koefisien regresi X sebesar 0,413 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai pengaruh menonton program "Ini Sahur" dan Dampak Psikologis maka nilai Masyarakat bertambah sebesar 0,413.

Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variable X terhadap Y adalah positif.

4. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Hasil Uji Parsial dengan menggunakan bantuan SPSS dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10.860	2.344		4.633	.000
1 Pencapaian Target	.413	.140	.487	2.949	.006

a. Dependent Variable: Peningkatan Karier

Pengambilan keputusan dalam Uji Regresi Linier Sederhana

- Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel coefficient diperoleh nilai signifikansi untuk Pengaruh Menoton Program Ini Sahur dan Dampak Psikologi sebesar $0,006 < 0,05$,sehingga dapat disimpulkan bahwa variable Pengaruh Menoton Program Ini Sahur dan Dampak Psikologi (X) berpengaruh terhadap variable Masyarakat (Y).
- Berdasarkan nilai t diketahui nilai T hitung sebesar $2.949 > T$ tabel 2.048, sehingga dapat disimpulkan bahwa variable Pengaruh Menoton Program

Ini Sahur dan Dampak Psikologi (X) berpengaruh terhadap variable Masyarakat (Y).

Catatan: Cara mencari T tabel:

$$\begin{aligned}
 T_{\text{tabel}} &= (a/2 ; n-k-1) \\
 &= (0,05/2 ; 30-1-1) \\
 &= (0,025 ; 28) \text{ [Dilihat pada distribusi T tabel]} \\
 &= 2.048
 \end{aligned}$$

5. Hasil Uji Koefisien Diterminasi

Hasil Koefisien Diterminasi dengan menggunakan bantuan SPSS dapat dilihat pada tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.487 ^a	.237	.210	1.37984

a. Predictors: (Constant), Pencapaian Target

Terdapat beberapa kolom dalam tabel Model Summary di atas. Yang perlu di perhatikan ketika akan mencari uji koefisien determinasi adalah kolom 'R square'. Diketahui nilai R square sebesar 0,237. Hal ini berarti bahwa pengaruh variable X pencapaian target terhadap variable Y peningkatan karier adalah sebesar 23,7%, sedangkan sisanya sebesar 0,763 atau 76,3% dipengaruhi variable lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

1. Dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variable X terhadap Y adalah positif.
2. Disimpulkan bahwa variable Pengaruh Menoton Program Ini Sahur dan Dampak Psikologi (X) berpengaruh terhadap variable Masyarakat (Y).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, peneliti memberikan beberapa saran yaitu :

1. Sebagai perusahaan televisi, sebaiknya harus mengenal lebih dalam tentang dunia penyiaran dan perfilman, agar dapat menjalankan usahanya secara efektif.
2. Pentingnya mengenal karakteristik masyarakatnya agar tujuan yang disampaikan tepat pada sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S(2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* Jakarta: Rineka Cipta.
- Baksin, Askurifai. 2009. *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik*. Bandung :Simbiosa Rekatama Media
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta : Kencana
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- . Onong Uchjana. 2013. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Imam, Fachruddin. 2016. *Pengetahuan Agama Islam*. Tersedia (online) <http://ulumuslim.blogspot.co.id/2016/06/sekilas-tentang-bulan-ramadhan.html>
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta : Salemba Humanika
- Miller, Katherine. 2002. *Communication Theories: Perspective, Process, and Context*. Boston: McGraw Hill.
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta : Kencana
- . 2010. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta : Kencana
- Nuruddin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Rajawali Pers
- WJS. Poerwadarminta. 2010. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Psikologi komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Riverd William L. 2003. *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta: PT Kencana.
- Sari, Endang S. 2007. *Audience Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Severin, Werner J. & James W. Tankard. 2009. *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta : Kencana

27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
X	128	135	127	140	135	145	128	130	145	142	
Y											1355
(X) ²	16384	18225	16129	19600	18225	21025	16384	16900	21025	20164	
(Y) ²											1836025
X.Y	5819	6143	5770	6363	6143	6575	5819	5913	6575	6449	
X ²	552	615	543	669	615	705	552	570	705	678	
Y ²											61569

Tabulasi Data Variabel Dampak Psikologis (X₂)

No Respi nden	Nomor Item Pernyataan										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
6	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
7	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
8	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48

9	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
10	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
11	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	47
12	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	47
13	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	47
14	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	47
15	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	47
16	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	46
17	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	46
18	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	46
19	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	46
20	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	46
21	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	44
22	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	44
23	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	42
24	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	42
25	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	42
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
X	130	124	142	135	140	145	140	142	124	145	
Y											1367
(X) ²	16900	15376	20164	18225	19600	21025	19600	20164	15376	21025	

$(Y)^2$											1868689
X.Y	5956	5668	6509	6191	6421	6635	6421	6509	5668	6635	
X^2	570	516	678	615	660	705	660	678	516	705	
Y^2											62613

Tabulasi Data Variabel Masyarakat (Y)

No Respi nden	Nomor Item Pernyataan										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
9	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
10	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
11	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	48
12	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	48
13	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	47
14	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	47

1. Uji Validitas
 - a. Variabel Pencapaian
 - i. Pernyataan I

$$\begin{aligned}
 R_{hitung} &= \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \\
 &= \frac{30(5819) - (128)(1355)}{\sqrt{30(552) - (128^2) \times 30(61569) - (1355^2)}} \\
 &= \frac{(174,570) - (173,440)}{\sqrt{(16,560 - 16,384) \times (1,847,070 - 1,836,025)}} \\
 &= \frac{1130}{\sqrt{(176) \times (11,045)}} \\
 &= \frac{1130}{\sqrt{1,943,920}} \\
 &= \frac{1130}{1,394.24} \\
 &= 0.810
 \end{aligned}$$

- ii. Pernyataan II

$$\begin{aligned}
 R_{hitung} &= \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \\
 &= \frac{30(6143) - (135)(1355)}{\sqrt{30(615) - (135^2) \times 30(61569) - (1355^2)}} \\
 &= \frac{(184,290) - (182,925)}{\sqrt{(18,450 - 18,255) \times (1,847,070 - 1,836,025)}} \\
 &= \frac{1365}{\sqrt{(195) \times (11,045)}}
 \end{aligned}$$

$$= \frac{1365}{\sqrt{2,153,775}}$$

$$= \frac{1365}{1,467.57}$$

$$= 0,930$$

iii. Pernyataan III

$$R_{hitung} = \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

$$= \frac{30(5770) - (127)(1355)}{\sqrt{30(543) - (127^2) \times 30(61569) - (1355^2)}}$$

$$= \frac{(173,100) - (172,085)}{\sqrt{(16,290 - 16,129) \times (1,847,070 - 1,836,025)}}$$

$$= \frac{1015}{\sqrt{(161) \times (11,045)}}$$

$$= \frac{1015}{\sqrt{1,778,245}}$$

$$= \frac{1015}{1,333.50}$$

$$= 0.761$$

iv. Pernyataan IV

$$R_{hitung} = \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

$$= \frac{30(6363) - (140)(1355)}{\sqrt{30(669) - (140^2) \times 30(61569) - (1355^2)}}$$

$$= \frac{(190,890) - (189,700)}{\sqrt{(20,070 - 19,600) \times (1,847,070 - 1,836,025)}}$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{1190}{\sqrt{(470) \times (11,045)}} \\
&= \frac{1190}{\sqrt{5,191,150}} \\
&= \frac{1190}{2,278.40} \\
&= 0.522
\end{aligned}$$

v. Pernyataan V

$$\begin{aligned}
R_{hitung} &= \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \\
&= \frac{30(6143) - (135)(1355)}{\sqrt{30(615) - (135^2) \times 30(61569) - (1355^2)}} \\
&= \frac{(184,290) - (182,925)}{\sqrt{(18,450 - 18,225) \times (1,847,070 - 1,836,025)}} \\
&= \frac{1365}{\sqrt{(225) \times (11,045)}} \\
&= \frac{1365}{\sqrt{2,485,125}} \\
&= \frac{1365}{1,576.42} \\
&= 0.865
\end{aligned}$$

vi. Pernyataan VI

$$R_{hitung} = \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{30(6575) - (145)(1355)}{\sqrt{30(705) - (145^2) \times 30(61569) - (1355^2)}} \\
&= \frac{(197,250) - (196,475)}{\sqrt{(21,150 - 21,025) \times (1,847,070 - 1,836,025)}} \\
&= \frac{775}{\sqrt{(125) \times (11,045)}} \\
&= \frac{775}{\sqrt{1,380,625}} \\
&= \frac{775}{1,175} \\
&= 0.659
\end{aligned}$$

vii. Pernyataan VII

$$\begin{aligned}
R_{hitung} &= \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \\
&= \frac{30(5819) - (128)(1355)}{\sqrt{30(552) - (128^2) \times 30(61569) - (1355^2)}} \\
&= \frac{(174,570) - (173,440)}{\sqrt{(16,560 - 16,384) \times (1,847,070 - 1,836,025)}} \\
&= \frac{1130}{\sqrt{(176) \times (11,045)}} \\
&= \frac{1130}{\sqrt{1,943.920}}
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{1130}{1,394.24} \\
&= 0.810
\end{aligned}$$

viii. Pernyataan VIII

$$\begin{aligned}
R_{hitung} &= \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \\
&= \frac{30(5913) - (130)(1355)}{\sqrt{30(570) - (130^2) \times 30(61569) - (1355^2)}} \\
&= \frac{(177,390) - (176,150)}{\sqrt{(17,100 - 16,900) \times (1,847,070 - 1,836,025)}} \\
&= \frac{1240}{\sqrt{(200) \times (11,045)}} \\
&= \frac{1240}{\sqrt{2,209,000}} \\
&= \frac{1240}{1,486.27} \\
&= 0.834
\end{aligned}$$

ix. Pernyataan IX

$$\begin{aligned}
R_{hitung} &= \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \\
&= \frac{30(6575) - (145)(1355)}{\sqrt{30(705) - (145^2) \times 30(61569) - (1355^2)}} \\
&= \frac{(197,250) - (196,475)}{\sqrt{(21,150 - 21,025) \times (1,847,070 - 1,836,025)}}
\end{aligned}$$

$$= \frac{775}{\sqrt{(125) \times (11,045)}}$$

$$= \frac{775}{\sqrt{1,380,625}}$$

$$= \frac{775}{1175}$$

$$= 0.659$$

x. Pernyataan X

$$R_{hitung} = \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

$$= \frac{30(6449) - (142)(1355)}{\sqrt{30(678) - (142^2) \times 30(61569) - (1355^2)}}$$

$$= \frac{(193,470) - (192,410)}{\sqrt{(20,340 - 20,164) \times (1,847,070 - 1,836,025)}}$$

$$= \frac{1060}{\sqrt{(176) \times (11,045)}}$$

$$= \frac{1060}{\sqrt{1,943,920}}$$

$$= \frac{1060}{1,394.24}$$

$$= 0.760$$

b. Variabel Dampak Psikologi (X2)

I. Pernyataan I

$$\begin{aligned}R_{hitung} &= \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \\&= \frac{30(5956) - (130)(1367)}{\sqrt{30(570) - (130^2) \times 30(62,613) - (1367^2)}} \\&= \frac{(178,680) - (177,710)}{\sqrt{(17,100 - 16,900) \times (1,878,390 - 1,868,689)}} \\&= \frac{970}{\sqrt{(200) \times (9701)}} \\&= \frac{970}{\sqrt{1,940,200}} \\&= \frac{970}{1,392.91} \\&= 0.696\end{aligned}$$

II. Pernyataan II

$$\begin{aligned}R_{hitung} &= \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \\&= \frac{30(5668) - (124)(1367)}{\sqrt{30(516) - (124^2) \times 30(62,613) - (1367^2)}} \\&= \frac{(170,040) - (169,508)}{\sqrt{(15,480 - 15,376) \times (1,878,390 - 1,868,689)}} \\&= \frac{532}{\sqrt{(104) \times (9701)}}\end{aligned}$$

$$= \frac{532}{\sqrt{1,008,904}}$$

$$= \frac{532}{1,004.44}$$

$$= 0.529$$

III. Pernyataan III

$$R_{hitung} = \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

$$= \frac{30(6509) - (142)(1367)}{\sqrt{30(678) - (142^2) \times 30(62,613) - (1367^2)}}$$

$$= \frac{(195,270) - (194,114)}{\sqrt{(20,340 - 20,164) \times (1,878,390 - 1,868,689)}}$$

$$= \frac{1156}{\sqrt{(176) \times (9701)}}$$

$$= \frac{1156}{\sqrt{1,707,376}}$$

$$= \frac{1156}{1,306.66}$$

$$= 0.884$$

IV. Pernyataan IV

$$R_{hitung} = \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{30(6191) - (135)(1367)}{\sqrt{30(615) - (135^2) \times 30(62,613) - (1367^2)}} \\
&= \frac{(185,730) - (184,545)}{\sqrt{(18,450 - 18,225) \times (1,878,390 - 1,868,689)}} \\
&= \frac{1185}{\sqrt{(225) \times (9701)}} \\
&= \frac{1185}{\sqrt{2,182,725}} \\
&= \frac{1185}{1,477.40} \\
&= 0.802
\end{aligned}$$

V. Pernyataan V

$$\begin{aligned}
R_{hitung} &= \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \\
&= \frac{30(6421) - (140)(1367)}{\sqrt{30(660) - (140^2) \times 30(62613) - (1367^2)}} \\
&= \frac{(192,630) - (191,380)}{\sqrt{(19,800 - 19,600) \times (1,878,390 - 1,868,689)}} \\
&= \frac{1250}{\sqrt{(200) \times (9701)}} \\
&= \frac{1250}{\sqrt{1,940,200}}
\end{aligned}$$

$$= \frac{1250}{1,392.91}$$

$$= 0.897$$

VI. Pernyataan VI

$$R_{hitung} = \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

$$= \frac{30(6635) - (145)(1367)}{\sqrt{30(705) - (145^2) \times 30(62,613) - (1367^2)}}$$

$$= \frac{(199,050) - (198,215)}{\sqrt{(21,150 - 21,025) \times (1,878,390 - 1,868,689)}}$$

$$= \frac{835}{\sqrt{(125) \times (9701)}}$$

$$= \frac{835}{\sqrt{1,212,625}}$$

$$= \frac{835}{1,101.19}$$

$$= 0.758$$

VII. Pernyataan VII

$$R_{hitung} = \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

$$= \frac{30(6421) - (140)(1367)}{\sqrt{30(660) - (140^2) \times 30(62613) - (1367^2)}}$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{(192,630) - (191,380)}{\sqrt{(19,800 - 19,600) \times (1,878,390 - 1,868,689)}} \\
&= \frac{1250}{\sqrt{(200) \times (9701)}} \\
&= \frac{1250}{\sqrt{1,940,200}} \\
&= \frac{1250}{1,392.91} \\
&= 0.897
\end{aligned}$$

VIII. Pernyataan VIII

$$\begin{aligned}
R_{hitung} &= \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \\
&= \frac{30(6509) - (142)(1367)}{\sqrt{30(678) - (142^2) \times 30(62,613) - (1367^2)}} \\
&= \frac{(195,270) - (194,114)}{\sqrt{(20,340 - 20,164) \times (1,878,390 - 1,868,689)}} \\
&= \frac{1156}{\sqrt{(176) \times (9701)}} \\
&= \frac{1156}{\sqrt{1,707,376}}
\end{aligned}$$

$$= \frac{1156}{1,306.66}$$

$$= 0.884$$

IX. Pernyataan IX

$$R_{hitung} = \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

$$= \frac{30(5668) - (124)(1367)}{\sqrt{30(516) - (124^2) \times 30(62,613) - (1367^2)}}$$

$$= \frac{(170,040) - (169,508)}{\sqrt{(15,480 - 15,376) \times (1,878,390 - 1,868,689)}}$$

$$= \frac{532}{\sqrt{(104) \times (9701)}}$$

$$= \frac{532}{\sqrt{1,008,904}}$$

$$= \frac{532}{1,004.44}$$

$$= 0.529$$

X. Pernyataan X

$$R_{hitung} = \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{30(6635) - (145)(1367)}{\sqrt{30(705) - (145^2) \times 30(62,613) - (1367^2)}} \\
&= \frac{(199,050) - (198,215)}{\sqrt{(21,150 - 21,025) \times (1,878,390 - 1,868,689)}} \\
&= \frac{835}{\sqrt{(125) \times (9701)}} \\
&= \frac{835}{\sqrt{1,212,625}} \\
&= \frac{835}{1,101.19} \\
&= 0.758
\end{aligned}$$

c. Variabel Peningkatan Masyarakat (Y)

I. Pernyataan I

$$\begin{aligned}
R_{hitung} &= \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \\
&= \frac{30(6435) - (140)(1369)}{\sqrt{30(660) - (140^2) \times 30(62,889) - (1369^2)}} \\
&= \frac{(193,050) - (191,660)}{\sqrt{(19,800 - 19,600) \times (1,886,670 - 1,874,161)}} \\
&= \frac{1390}{\sqrt{(200) \times (12,509)}} \\
&= \frac{1390}{\sqrt{2,501,800}}
\end{aligned}$$

$$= \frac{1390}{1,581.70}$$

$$= 0.878$$

II. Pernyataan II

$$R_{hitung} = \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

$$= \frac{30(6645) - (145)(1369)}{\sqrt{30(705) - (145^2) \times 30(62889) - (1369^2)}}$$

$$= \frac{(199,350) - (198,505)}{\sqrt{(21,150 - 21,025) \times (1,886,670 - 1,874,161)}}$$

$$= \frac{845}{\sqrt{(125) \times (12,509)}}$$

$$= \frac{845}{\sqrt{1,563,625}}$$

$$= \frac{845}{1,250.44}$$

$$= 0.675$$

III. Pernyataan III

$$R_{hitung} = \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

$$= \frac{30(6435) - (140)(1369)}{\sqrt{30(660) - (140^2) \times 30(62,889) - (1369^2)}}$$

$$= \frac{(193,050) - (191,660)}{\sqrt{(19,800 - 19,600) \times (1,886,670 - 1,874,161)}}$$

$$= \frac{1390}{\sqrt{(200) \times (12,509)}}$$

$$= \frac{1390}{\sqrt{2,501,800}}$$

$$= \frac{1390}{1,581.70}$$

$$= 0.878$$

IV. Pernyataan IV

$$R_{hitung} = \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

$$= \frac{30(5974) - (130)(1369)}{\sqrt{30(570) - (130^2) \times 30(62,889) - (1369^2)}}$$

$$= \frac{(179,220) - (177,970)}{\sqrt{(17,100 - 16,900) \times (1,886,670 - 1,874,161)}}$$

$$= \frac{1250}{\sqrt{(200) \times (12,509)}}$$

$$= \frac{1250}{\sqrt{2,501,800}}$$

$$= \frac{1250}{1,581.70}$$

$$= 0.790$$

V. Pernyataan V

$$R_{hitung} = \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

$$= \frac{30(6070) - (132)(1369)}{\sqrt{30(588) - (132^2) \times 30(62,889) - (1369^2)}}$$

$$= \frac{(182,100) - (180,708)}{\sqrt{(17,640 - 17,424) \times (1,886,670 - 1,874,161)}}$$

$$= \frac{1392}{\sqrt{(216) \times (12,509)}}$$

$$= \frac{1392}{\sqrt{2,701,944}}$$

$$= \frac{1392}{1,643.75}$$

$$= 0.846$$

VI. Pernyataan VI

$$R_{hitung} = \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

$$= \frac{30(6164) - (134)(1369)}{\sqrt{30(606) - (134^2) \times 30(62,889) - (1369^2)}}$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{(184,920) - (183,446)}{\sqrt{(18,180 - 17,956) \times (1,886,670 - 1,874,161)}} \\
&= \frac{1474}{\sqrt{(224) \times (12,509)}} \\
&= \frac{1474}{\sqrt{2,802,016}} \\
&= \frac{1474}{1,673.92} \\
&= 0.880
\end{aligned}$$

VII. Pernyataan VII

$$\begin{aligned}
R_{hitung} &= \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \\
&= \frac{30(6210) - (135)(1369)}{\sqrt{30(615) - (135^2) \times 30(62,889) - (1369^2)}} \\
&= \frac{(186,300) - (184,815)}{\sqrt{(18,450 - 18,225) \times (1,886,670 - 1,874,161)}} \\
&= \frac{1485}{\sqrt{(225) \times (12,509)}} \\
&= \frac{1485}{\sqrt{2,814,525}} \\
&= \frac{1485}{1,677.65} \\
&= 0.885
\end{aligned}$$

VIII. Pernyataan VIII

$$\begin{aligned} R_{hitung} &= \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \\ &= \frac{30(5876) - (128)(1369)}{\sqrt{30(552) - (128^2) \times 30(62,889) - (1369^2)}} \\ &= \frac{(176,280) - (175,232)}{\sqrt{(16,560 - 16,384) \times (1,886,670 - 1,874,161)}} \\ &= \frac{1048}{\sqrt{(175) \times (12,509)}} \\ &= \frac{1048}{\sqrt{2,189,075}} \\ &= \frac{1084}{1,479.55} \\ &= 0.732 \end{aligned}$$

IX. Pernyataan IX

$$\begin{aligned} R_{hitung} &= \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \\ &= \frac{30(6645) - (145)(1369)}{\sqrt{30(705) - (145^2) \times 30(62889) - (1369^2)}} \\ &= \frac{(199,350) - (198,505)}{\sqrt{(21,150 - 21,025) \times (1,886,670 - 1,874,161)}} \end{aligned}$$

$$= \frac{845}{\sqrt{(125) \times (12,509)}}$$

$$= \frac{845}{\sqrt{1,563,625}}$$

$$= \frac{845}{1,250.44}$$

$$= 0.675$$

X. Pernyataan X

$$R_{hitung} = \frac{n(\sum X_1 y) - (\sum X_1 \sum Y)}{\sqrt{(n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

$$= \frac{30(6435) - (140)(1369)}{\sqrt{30(660) - (140^2) \times 30(62,889) - (1369^2)}}$$

$$= \frac{(193,050) - (191,660)}{\sqrt{(19,800 - 19,600) \times (1,886,670 - 1,874,161)}}$$

$$= \frac{1390}{\sqrt{(200) \times (12,509)}}$$

$$= \frac{1390}{\sqrt{2,501,800}}$$

$$= \frac{1390}{1,581.70}$$

$$= 0.878$$

2. Uji Reabilitasi

a. Variabel Pengaruh Menonton Program “Ini Sahur” (X1)

$$S_1 = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{552 - \frac{(128)^2}{30}}{30} = \frac{5.87}{30} = 0.19$$

$$S_2 = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{615 - \frac{(135)^2}{30}}{30} = \frac{7.5}{30} = 0.25$$

$$S_3 = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{543 - \frac{(127)^2}{30}}{30} = \frac{5.37}{30} = 0.17$$

$$S_4 = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{669 - \frac{(140)^2}{30}}{30} = \frac{15.67}{30} = 0.52$$

$$S_5 = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{615 - \frac{(135)^2}{30}}{30} = \frac{7.5}{30} = 0.25$$

$$S_6 = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{705 - \frac{(145)^2}{30}}{30} = \frac{4.17}{30} = 0.13$$

$$S_7 = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{552 - \frac{(128)^2}{30}}{30} = \frac{5.87}{30} = 0.19$$

$$S_8 = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{570 - \frac{(130)^2}{30}}{30} = \frac{6.67}{30} = 0.22$$

$$S_9 = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{705 - \frac{(145)^2}{30}}{30} = \frac{4.17}{30} = 0.13$$

$$S_{10} = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{678 - \frac{(142)^2}{30}}{30} = \frac{5.87}{30} = 0.19$$

$$S_{total} = (0.19) + (0.25) + (0.17) + (0.52) + (0.25) + (0.13) + (0.19) + \\ (0.22) + (0.13) + (0.19) = 2.24$$

$$S_{2t} = \frac{\sum X^2 t \frac{(\sum x)^2 t}{N}}{N} = \frac{61,569 - \frac{(1355)^2}{30}}{30} = \frac{368.17}{30} = 12.27$$

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

$$= \left[\frac{10}{10-1} \right] \left[1 - \frac{(2.24)}{(12.27)} \right]$$

$$= \left[\frac{10}{9} \right] [1 - 0.18]$$

$$= 0.931$$

b. Variabel Dampak Psikologis (X2)

$$S_1 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{570 - \frac{(130)^2}{30}}{30} = \frac{6.67}{30} = 0.22$$

$$S_2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{516 - \frac{(124)^2}{30}}{30} = \frac{3.47}{30} = 0.11$$

$$S_3 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{678 - \frac{(142)^2}{30}}{30} = \frac{5.87}{30} = 0.19$$

$$S_4 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{615 - \frac{(135)^2}{30}}{30} = \frac{7.5}{30} = 0.25$$

$$S_5 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{660 - \frac{(140)^2}{30}}{30} = \frac{6.67}{30} = 0.22$$

$$S_6 = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{705 - \frac{(145)^2}{30}}{30} = \frac{4.17}{30} = 0.13$$

$$S_7 = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{660 - \frac{(140)^2}{30}}{30} = \frac{6.67}{30} = 0.22$$

$$S_8 = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{678 - \frac{(142)^2}{30}}{30} = \frac{5.87}{30} = 0.19$$

$$S_9 = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{516 - \frac{(124)^2}{30}}{30} = \frac{3.47}{30} = 0.11$$

$$S_{10} = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{705 - \frac{(145)^2}{30}}{30} = \frac{4.17}{30} = 0.13$$

$$S_{total} = (0.22) + (0.11) + (0.19) + (0.25) + (0.22) + (0.13) + (0.22) + (0.19) + (0.11) + (0.13) = 1.77$$

$$S_{2t} = \frac{\sum X^2 t \frac{(\sum x)^2 t}{N}}{N} = \frac{62,613 - \frac{(1367)^2}{30}}{30} = \frac{323.37}{30} = 10.779$$

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

$$= \left[\frac{10}{10-1} \right] \left[1 - \frac{(1.77)}{(10.779)} \right]$$

$$= \left[\frac{10}{9} \right] [1 - 0.164]$$

$$= 0.947$$

c. Variabel Masyarakat (Y)

$$S_1 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{660 - \frac{(140)^2}{30}}{30} = \frac{6.67}{30} = 0.22$$

$$S_2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{705 - \frac{(145)^2}{30}}{30} = \frac{4.17}{30} = 0.13$$

$$S_3 = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{660 - \frac{(140)^2}{30}}{30} = \frac{6.67}{30} = 0.22$$

$$S_4 = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{570 - \frac{(130)^2}{30}}{30} = \frac{6.67}{30} = 0.22$$

$$S_5 = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{588 - \frac{(132)^2}{30}}{30} = \frac{7.2}{30} = 0.24$$

$$S_6 = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{606 - \frac{(134)^2}{30}}{30} = \frac{7.47}{30} = 0.24$$

$$S_7 = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{615 - \frac{(135)^2}{30}}{30} = \frac{7.5}{30} = 0.25$$

$$S_8 = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{552 - \frac{(128)^2}{30}}{30} = \frac{5.87}{30} = 0.19$$

$$S_9 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{705 - \frac{(145)^2}{30}}{30} = \frac{4.17}{30} = 0.13$$

$$S_{10} = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum x)^2}{N}}{N} = \frac{660 - \frac{(140)^2}{30}}{30} = \frac{6.67}{30} = 0.22$$

$$S_{total} = (0.22) + (0.13) + (0.22) + (0.22) + (0.24) + (0.24) + (0.25) + (0.19) + (0.13) + (0.22) = 2.06$$

$$S_2t = \frac{\sum X^2t - \frac{(\sum x)^2t}{N}}{N} = \frac{62,889 - \frac{(1369)^2}{30}}{30} = \frac{416.97}{30} = 13.899$$

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

$$= \left[\frac{10}{10-1} \right] \left[1 - \frac{(2.06)}{(13.899)} \right]$$

$$= \left[\frac{10}{9} \right] [1 - 0.148]$$

$$= 0.963$$

3. Uji r

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

a. ryx_1

$$ryx_1 = \frac{n(\sum x_1y - (\sum x_1)(\sum y))}{\sqrt{[n\sum x_1^2 - (\sum x_1)^2] \cdot [n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

$$ryx_1 = \frac{30(62,216) - (1355)(1369)}{\sqrt{30(61,569) - (1355)^2 \cdot 30(62,889) - (1369)^2}}$$

$$ryx_1 = \frac{1,866,480 - 1,854,955}{\sqrt{1,847,070 - 1,836,025 \cdot 1,886,670 - 1,874,161}}$$

$$ryx_1 = \frac{11,525}{\sqrt{(11,045) \cdot (12,509)}}$$

$$ryx_1 = \frac{11,525}{\sqrt{138,161,905}}$$

$$ryx_1 = \frac{11,525}{11,754.22}$$

$$ryx_1 = 0.980$$

b. rx_2y

$$rx_2y = \frac{n(\sum x_2y - (\sum x_2)(\sum y))}{\sqrt{[n\sum x_2^2 - (\sum x_2)^2] \cdot [n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

$$rx_2y = \frac{30(62,734) - (1367)(1369)}{\sqrt{30(62,613) - (1367)^2 \cdot 30(62,889) - (1369)^2}}$$

$$rx_2y = \frac{1,882,020 - 1,871,423}{\sqrt{1,878,390 - 1,868,689 \cdot 1,886,670 - 1,847,161}}$$

$$rx_2y = \frac{597}{\sqrt{(9701) \cdot (39,510)}}$$

$$rx_2y = \frac{597}{\sqrt{383,286,510}}$$

$$ryx_1 = \frac{597}{19,577.70}$$

$$rx_2y = 0.030$$

c. rx_1x_2

$$rx_1x_2 = \frac{n(\sum x_1x_2) - (\sum x_1)(\sum x_2)}{\sqrt{[n\sum x_1^2 - (\sum x_1)^2] \cdot [n(\sum x_2^2) - (\sum x_2)^2]}}$$

$$ryx_1 = \frac{30(62,070) - (1355)(1367)}{\sqrt{30(61,569) - (1355)^2 \cdot 30(62,613) - (1367)^2}}$$

$$ryx_1 = \frac{1,862,100 - 1,852,285}{\sqrt{1,847,070 - 1,836,025 \cdot 1,878,390 - 1,868,689}}$$

$$ryx_1 = \frac{9815}{\sqrt{(11,045) \cdot (9701)}}$$

$$ryx_1 = \frac{9815}{\sqrt{107,147,545}}$$

$$ryx_1 = \frac{9815}{10,351.20}$$

$$ryx_1 = 0.948$$

d. R_{yx1x2}

$$R_{yx1x2} = \sqrt{\frac{(ryx1)^2 + (ryx2)^2 - 2(ryx1) \cdot (ryx2) \cdot (rx1x2)}{1 - (rx1x2)^2}}$$

$$R_{yx1x2} = \sqrt{\frac{(0.980)^2 + (0.030)^2 - 2(0.980) \cdot (0.030) \cdot (0.948)}{1 - (0.948)^2}}$$

$$R_{yx1x2} = \sqrt{\frac{0.960 + 0.001 - 2(0.027)}{1 - (0.948)^2}}$$

$$R_{yx1x2} = \sqrt{\frac{0.961 - (0.054)}{1 - 0.898}}$$

$$R_{yx1x2} = \sqrt{\frac{0.907}{0.102}}$$

$$R_{yx1x2} = \sqrt{8.960}$$

$$R_{yx1x2} = 0.063$$

4. Uji t

Perhitungan dengan rumus adalah :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0.063\sqrt{30-2}}{\sqrt{1-(0.063)^2}}$$

$$t = \frac{0.063\sqrt{28}}{\sqrt{1-0.003}}$$

$$t = \frac{0.063 \cdot 5.291}{\sqrt{0.997}}$$

$$t = \frac{0.333}{0.998}$$

$$t = 0.333$$

5. Uji F

Perhitungan Dengan Rumus Adalah :

$$F = \frac{R/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

$$F = \frac{0.063^2/3}{(1-0.063^2)/(30-2-1)}$$

$$F = \frac{0.001}{(0.997)/(27)}$$

$$F = \frac{0.001}{0.036}$$

$$F = 0.027$$

6. Uji D

$$D = (R_{yx1x2})^2 \cdot 100\%$$

$$D = (0.063)^2 \cdot 100\%$$

$$D = 0.003 \cdot 100\%$$

$$D = 0.003$$

