

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada awal tahun 1991 hadir sebuah siaran televisi swasta, yang mencoba mengambil tema pendidikan, yaitu Televisi Pendidikan Indonesia (TPI) di tahun 2010 berganti nama MNC, kemudian berturut-turut menyusul stasiun televisi swasta yang lain yakni RCTI dan SCTV. Hadirnya empat stasiun televisi tersebut, maka stasiun-stasiun televisi tadi mengalami perbaikan dan kemajuan baik dalam mutu siarannya maupun. Seiring perkembangan zaman maka stasiun televisi swasta di Indonesia bertambah. Pada tahun 1993 AN-Teve (Andalas Televisi) mulai ditayangkan, berikutnya pada tahun 1996 menyusul di tayangkannya Indosiar, hingga kemudian menyusul stasiun-stasiun televisi yang lain, yaitu: Metro tv, Lativi, Trans tv, Global tv, Trans7, dan Tv One. Bahkan sampai saat ini masih banyak bermunculan stasiun televisi lokal di berbagai daerah di Indonesia (Setiaji, 2014:11).

Televisi dianggap sebagai media komersial, dimana acaranya dikemas sedemikian rupa dan dikelola menjadi suatu komoditi yang profesional untuk meraih ke untungan materi. Televisi sebagai media masa yang memiliki fungsi, yaitu fungsi informasi, fungsi pendidikan, fungsi hiburan. Semua orang dapat menikmati siaran-siaran televisi secara gratis, hal ini dikarenakan kemajuan teknologi yang semakin berkembang pesat. Siaran yang disajikan

televisi swasta sekarang ini kebanyakan bersifat hiburan seperti acara talk show, sinetron, kuis, komedi dan lain-lain. Hal ini dikarenakan tayangan televisi yang mengandung unsur hiburan saat ini sangat begitu populer dan digemari oleh semua kalangan masyarakat. Bahkan beberapa stasiun televisi swasta memiliki program siaran non stop 24 jam, mulai dari acara rohani, program berita dipagi, siang dan sore hari, dilanjutkan dengan film kartun, musik, sinetron, variety show dan talk show. Hal ini merupakan suatu paket yang dapat dinikmati semua kalangan masyarakat (Wulandari, 2009 : 9).

Talkshow merupakan suatu sajian perbincangan yang cukup menarik yang bisa mengangkat isu-isu yang lagi hangat dalam masyarakat. Tema yang diangkat juga bermacam-macam, mulai dari masalah sosial, budaya, politik, ekonomi, pendidikan, olahraga, dsb (Wulandari, 2009 : 9).

Ada beberapa faktor yang membuat paket acara televisi disukai pemirsa, yaitu :

1. Isi pesannya sesuai dengan realitas sosial pemirsa,
2. Isi pesannya mengandung cerminan tradisi nilai luhur budaya masyarakat (pemirsa),
3. Isi pesannya lebih banyak mengangkat permasalahan atau persoalan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat.

Program acara talkshow sendiri sebagai media komunikasi sudah lama dikenal, bahkan sejak era kejayaan radio ketika sebuah acara talk show pertama di radio diciptakan oleh John J. Anthony pada tahun 1930 (radio History by Carla Gesell- Streeter). Sementara di televisi, acara talk

show disiarkan untuk pertama kali pada 27 september 1954 oleh jaringan televisi NBC, dengan nama program *tonight show* (Wulandari, 2009 : 9).

Talk show yang sifatnya formal dan serius umumnya termasuk dalam kategori berita, sementara talk show yang sifatnya ringan dan menghibur termasuk dalam kategori informasi. Untuk kategori yang kedua ini, talk show biasanya disampaikan dalam suasana yang santai dan penuh keakraban dengan mengundang satu atau lebih narasumber untuk membahas topik yang sedang hangat. Topik-topik yang sifatnya ringan dan mudah dicerna oleh pemirsa. Suasana santai dan ringan itu juga tercermin dari kepaiawaian sang tuan rumah acara (*host*) alias moderator yang menghidupkan suasana dengan komentar-komentar atau ulah jahil yang memancing tawa. Tak pelak, moderator menjadi kunci kesuksesan program jenis ini (Setiaji, 2014:11).

Salah satu Acara Talkshow yang merebut perhatian khalayak adalah di tayangkannya acara talk show “Dr. Oz” Indonesia di Trans Tv. Topik-topik yang diangkat dalam Dr. Oz Indonesia ialah mengenai gaya hidup yang sehat dan berbagai isu terkini berdasarkan pengalaman pada narasumber maupun opini dari pakar dibidangnya. Sehingga memberikan informasi mengenai pengobatan mulai dari bagaimana mencegahnya sampai mengobati penyakitnya. Program Dr. Oz Indonesia ini dipandu oleh dua orang sekaligus yaitu Dr. Ryan Thamrin dengan Dr Reisa Broto Asmoro.

Program ini terdiri dari 6 segmen yaitu:

1. Story of The Day mengupas langsung dalam sebuah diskusi bersama para pakar dan memberikan solusi sebagai penutupnya.

2. The Truth Tube membahas pengalaman dari seorang narasumber tentang pengalaman medis mereka, yang berbeda-beda ditiap episodenya.
3. Lab session mengungkapkan problema kesehatan dalam konsep laboratorium yang dikemas atraktif and *fun*.
4. Segmen activities, yaitu Dr. Ryan Thamrin akan mengajak audien di studio untuk terlibat langsung dalam sebuah topik yang diangkat.
5. Ask the doctor *audience* yaitu dengan cara memberi kesempatan kepada pemirsa dirumah untuk bertanya langsung kepada Dr. Ryan Thamrin.
6. Segmen akan ditutup dengan doctor's order sebagai tips kesehatan Dr. Oz Indonesia.

Kini makna kesehatan lebih identik dengan penyakit, obat, puskesmas, rumah sakit dan dokter yang memberikan sifat histeria massa sehingga sering ketika terjadi masalah kesehatan sangat jarang berpikir bahwa aspek pencegahan menjadi preferensi utama. Padahal, berdasarkan penelitian lebih dari 50% masalah kesehatan (penyakit) dapat dicegah dengan upaya preventif (http://republika.co.id/koran_detail.asp?id=330352&kat_id_16&kat_id1=kat_id2= diakses pada 20 Oktober 2014 pukul 19.28).

Perubahan gaya hidup dan pola makan dari pola makan tradisional ke pola makan makanan praktis dan siap saji yang dapat menimbulkan mutu gizi yang tidak seimbang. Hal tersebut terutama terlihat di kota-kota besar di Indonesia. Pola makan tersebut jika tidak dikonsumsi secara rasional mudah menyebabkan kelebihan masukan kalori yang akan menimbulkan obesitas.

(http://www.m3undip.org.ed3/koran_detail.asp?id-330352&kat-id_16&kat_id1=kat_id2= diakses pada 21 Oktober 2014 pukul 19.28).

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini akan difokuskan pada faktor perilaku atau gaya hidup. Selain itu disebabkan karena tayangan Dr. Oz Indonesia yang dipilih sebagai objek lebih mengutamakan informasi yang berkaitan dengan kesehatan dan gaya hidup yang berhubungan dengan kesehatan. Namun gaya hidup mahasiswa saat ini cenderung tidak sehat, seperti: merokok, mengkonsumsi makanan cepat saji, makanan ringan dan mie instant serta minum-minuman beralkohol. Sehingga penyakit yang di timbulkan akibat dari gaya hidup tidak sehat adalah obesitas, kolesterol, diabetes, hipertensi, jantung koroner, kanker dan sebagainya.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti ingin mengadakan penelitian dengan judul “Hubungan Terpaan Talkshow “Dr. Oz“ di Trans Tv Dengan Gaya Hidup Mahasiswa Komunikasi angkatan 2013 dan 2014 Dalam Menjaga Kesehatan” Alasan dari penulis mengambil objek Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMS, karena menurut penulis daya tangkap dan penilaian dalam menyaksikan sebuah program acara di televisi lebih cepat dan berkualitas dibanding dengan jurusan lain, hal tersebut dikarenakan Mahasiswa Komunikasi di perkuat dengan mata kuliah yang dipelajari yaitu tentang komunikasi massa dan Jurnalistik. Hal tersebut yang membuat penulis memilih Mahasiswa Jurusan Komunikasi dibanding jurusan lain. Penulis menyakini bahwa mahasiswa ilmu komunikasi UMS dapat berfikir kritis tentang berbagai hal. Oleh karena itu, dalam Penelitian ini peneliti ingin

mengupas lebih dalam mengenai hubungan terpaan talk show “Dr Oz” di Trans Tv dengan gaya hidup sehat pada mahasiswa komunikasi angkatan tahun 2013 dan 2014 yang dilihat dari segi pembawa acara, tema atau materi acara, waktu penayangan, frekuensi tayangan dan setting acara.

B. Rumusan Masalah

Masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut : Adakah Hubungan Terpaan Talk Show “Dr Oz” di Trans Tv Dengan Gaya Hidup Sehat pada Mahasiswa Komunikasi Angkatan 2013 dan 2014.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara terpaan talk show “Dr Oz” di Trans Tv dengan gaya hidup sehat pada mahasiswa komunikasi angkatan tahun 2013 dan 2014.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat :

1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan pada perkembangan dan pendalaman ilmu komunikasi terutama dalam bidang komunikasi massa yaitu media televisi. Penelitian ini diharapkan dapat mewakili dan memberikan gambaran tentang kemampuan terpaan dari sebuah tayangan televisi terhadap pemirsanya.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak lain yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut bagi mahasiswa komunikasi UMS Surakarta angkatan tahun 2013 dan 2014.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian terdahulu

Sebuah penelitian yang hampir serupa dengan penelitian yang diteliti oleh penulis adalah penelitian yang disusun oleh Sri Wulandari (2009) Universitas Sumatera Utara dengan judul Acara Talkshow “Kick Andy” dan Wawasan Mahasiswa USU dengan menggunakan studi korelasi. Dalam penelitiannya yang juga menggunakan studi korelasi sangat menitik beratkan pada sejauh manakah wawasan yang diterima mahasiswa dengan menonton acara talkshow tersebut. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode korelasional. Metode korelasional bertujuan meneliti sejauh mana variasi pada suatu variable berkaitan dengan variable lain. Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti antara talkshow “Kick Andy” Metro Tv dengan wawasan mahasiswa USU. Hasil r_s yang diperoleh adalah 0,490. Berdasarkan skala Guilford hasil r_s 0,490 berada pada skala 0,40-0,70 yang menunjukkan hubungan yang cukup berarti.

Penelitian yang disusun Ariestari (2013:50) dengan judul pengaruh talkshow “Dr. Oz Indonesia” di Trans Tv terhadap perilaku sehat penonton. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian metode yang

digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data yang diperoleh menggunakan kuisioner dan penentuan sample menggunakan Cluster Random Sampling. Hasil dari data dianalisis bahwa secara statistik variabel terpaan talkshow Dr. Oz Indonesia di Trans Tv (X) memiliki hubungan yang signifikan dengan gaya hidup masyarakat dalam menjaga kesehatan (Y), yang berarti talkshow Dr. Oz Indonesia di Trans Tv mempengaruhi gaya hidup masyarakat dalam menjaga kesehatan. Hal tersebut ditunjukkan dari test t 6,553 lebih besar dari tabel 1,980.

Yang membedakan dengan penelitian penulis adalah selain dari jenis acara yang berbeda yaitu jika sebelumnya meneliti talk show dan komedi, metode penelitian yang dipilih juga berbeda yaitu korelasi dan eksperimen.

2. Landasan Teori

a. Komunikasi Massa

Pada dasarnya komunikasi massa adalah sebuah komunikasi melalui media massa (cetak dan elektronik), antara lain, media elektronik (televisi, radio), media cetak (koran, majalah, tabloid), buku dan film. Dengan demikian, media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serentak dan mempunyai responden yang berkarakteristik luas, anonim, dan juga heterogen. Definisi komunikasi massa paling sederhana dikemukakan oleh ahli komunikasi, Gebner, yang menyatakan bahwa komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan

lembaga dari arus pesan yang berkesinambungan serta paling luas yang dimiliki orang dalam masyarakat industri (Ardianto, 2004 : 4).

Jadi berdasarkan beberapa uraian tentang komunikasi massa diatas, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa modern (media cetak dan elektronik) dalam penyampaian informasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang berkarakteristik heterogen dan anonim sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak.

Komunikasi massa merupakan sejenis kekuatan sosial yang dapat menggerakkan proses sosial kearah suatu tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu, akan tetapi untuk mengetahui secara tepat dan rinci mengenai kekuatan sosial yang dimiliki oleh komunikasi massa dan hasil yang dapat di capainya dalam menggerakkan proses sosial tidaklah mudah. Oleh karena itu, efek atau hasil yang dapat dicapai oleh komunikasi massa dilaksanakan melalui berbagai media massa (Ardianto, 2004 : 4).

Efek media massa dapat dilihat dari beberapa pendekatan, yaitu pertama, efek media massa yang berkaitan dengan pesan atau media itu sendiri, kedua, yaitu dengan melihat jenis perubahan yang terjadi dalam diri khalayak, yaitu komunikasi massa yang berupa perubahan sikap, perasaan dan perilaku atau dengan istilah lain dikenal sebagai perubahan kognitif, afektif, dan behavioral (Ardianto, 2004 : 49)

1) Pendekatan pertama, yaitu efek media massa yang berkaitan dengan pesan atau media itu sendiri :

a) Efek Ekonomi

Kehadiran media massa ditengah kehidupan manusia dapat menumbuhkan berbagai usaha produksi, distribusi dan konsumsi jasa media massa. Keberadaan televisi baik televisi pemerintah ataupun swasta dapat memberikan lapangan pekerjaan kepada sarjana ilmu komunikasi, para juru kamera, pengarah acara, *make up* dan lain sebagainya.

b) Efek Sosial

Efek sosial berkaitan dengan perubahan pada struktur atau interaksi sosial sebagai akibat dari kehadiran media massa. Sebagai contoh misalnya kehadiran televisi dapat meningkatkan status dari pemiliknya.

c) Penjadwalan Kegiatan Sehari-hari

Terjadinya penjadwalan kegiatan sehari-hari, misalnya sebelum pergi ke kantor masyarakat kota akan terlebih dahulu menonton televisi untuk mencari sebuah informasi setiap harinya.

d) Efek Hilangnya Perasaan Tidak Nyaman

Orang menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhan psikologisnya dengan tujuan menghilangkan perasaan tidak nyaman, misalnya untuk menghilangkan perasaan kesepian, marah, kecewa, dan lain sebagainya.

e) Efek Menimbulkan Perasaan Tertentu

Kehadiran media massa bukan saja dapat menghilangkan perasaan tidak nyaman pada diri seseorang, tetapi juga dapat menumbuhkan perasaan tertentu. Terkadang seseorang akan mempunyai perasaan positif atau negatif terhadap media tertentu. Tumbuhnya perasaan senang atau percaya pada suatu media massa tertentu erat kaitannya dengan pengalaman individu bersama media massa tersebut.

2) Pendekatan kedua, yaitu dengan melihat jenis perubahan yang terjadi dalam diri khalayak.

a) Efek Kognitif

Merupakan akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya, efek ini membahas bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya. Melalui media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita kunjungi secara langsung. Realitas yang ditampilkan media adalah yang sudah diseleksi, televisi memilih tokoh-tokoh tertentu yang ditampilkan dan mengesampingkan tokoh yang lainnya.

b) Efek Afektif

Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif, yaitu tujuan dari komunikasi massa bukan sekedar memberi tahu khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah setelah menerima pesan dari media massa. Faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas rangsangan emosional pesan dari media massa adalah sebagai berikut :

- (1) *Suasana Emosional* : Respon individu terhadap sebuah tayangan televisi akan dipengaruhi oleh situasi emosional individu.
- (2) *Skema Kognitif* : Merupakan naskah yang ada didalam pikiran individu yang menjelaskan alur peristiwa.
- (3) *Suasana Terpaan* : Merupakan perasaan individu setelah menerima terpaan informasi dari media massa.
- (4) *Predisposisi Individual* : Predisposisi individual mengacu pada karakteristik individu, yaitu individu yang melankolis cenderung menghadapi tragedi lebih emosional daripada orang yang periang. Orang yang periang yang mempunyai sifat terbuka cenderung akan lebih senang bila melihat adegan-adegan lucu daripada orang yang melankolis.
- (5) *Faktor Identifikasi* : Menunjukkan sejauh mana orang merasa terlibat dengan tokoh yang di tonjolkan dalam

media massa, dengan identifikasi, penonton, pembaca, pendengar akan menempatkan dirinya diposisi tokoh.

c) Efek Behavioral

Efek ini merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk tindakan atau pun kegiatan.

b. Media Massa

Dalam kaitannya dengan televisi siaran, maka yang dimaksud dengan media massa dapat dibedakan menjadi dua adalah media massa cetak dan elektronik seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film. Media massa sendiri mempunyai pengertian saluran atau media yang dipergunakan untuk mengadakan komunikasi dengan massa, dengan sifat massa yang telah diuraikan diatas. Ini perlu diingat karena massa pada media massa non periodik manusia dan massa pada tatap muka (*face to face communication*) dimana satu komunikator menghadapi massa komunikan misalnya pada rapat umum, maka massa disini berada disuatu tempat yang sama dan dapat memberikan reaksi secara langsung (*two way trafic communication*) sesuai dengan sifat komunikasi tatap muka (Wahyudi, 2011: 20).

Seorang ahli komunikasi Dr. Harold D. Laswell melihat ada tiga fungsi utama dalam media massa, yaitu :

- 1) *The surveillance of the environment* – fungsi pengamatan lingkungan atau dalam bahasa yang sederhana seperti pemberi informasi dan penyampaian berita.

- 2) *The correlation of the part of society in responding to the environment* –peranan media massa adalah melakukan seleksi mengenai apa yang perlu dan apa yang tidak perlu dilakukan.
- 3) *The transmission of the social heritage from one generation to the next* –sebagai sarana untuk memindahkan nilai dan warisan budaya dari generasi ke generasi (Wahyudi, 2011:22).

Ahli komunikasi lain mengungkapkan bahwa media massa adalah sebagai media hiburan :

“Communicative acts primarily intended for amusement irrespective of any instrumental effects they might have” (Wahyudi, 2011:6).

c. Televisi

Televisi berasal dari dua kata yang berbeda asalnya, yaitu *tele* (bahasa Yunani) yang berarti *jauh*, dan *visi* (*videre* – bahasa Latin) berarti *Penglihatan*. Dengan demikian televisi yang bahasa inggrisnya *television* diartikan dengan *melihat jauh*. Melihat jauh disini diartikan dengan gambar dan suara yang diproduksi disuatu tempat (studio televisi) dapat dilihat dari tempat “lain” melalui sebuah perangkat penerima (Jefkins, 2003:43).

Menurut George Gerbner seperti yang dikutip Wahyudi dalam bukunya : *“Television has profoundly affected what we call process of socialization, the process by which members of our species become human.”*

Dalam bukunya *“Television and Society : An Inquest and Agenda”*, Skormis menyatakan televisi memang mempunyai sifat yang istimewa jika dibanding dengan media massa lain, yaitu televisi

merupakan gabungan dari media dengar dan gambar yang bisa bersifat informatif, hiburan, dan pendidikan. Informasi yang disampaikan di televisi akan mudah dimengerti khalayak, karena jelas terdengar secara audio dan terlihat secara visual (Jefkins, 2003:33).

Televisi secara umum memiliki beberapa fungsi, Menurut (Muhammad, 2015:65) menerangkan bahwa fungsi televisi adalah sebagai berikut:

1) Alat Informasi

Televisi merupakan alat informasi yaitu sebagai sumber dan penyampai informasi dalam setiap kejadian – kejadian yang sebenarnya pada saat suatu peristiwa terjadi dengan disertai komentar penyiarinya.

2) Media Edukasi

Televisi merupakan sumber pengetahuan dengan jarak yang tak terbatas. Memberi pengetahuan dan informasi kepada setiap penikmatnya.

3) Kontrol Sosial

Televisi juga sebagai kontrol sosial antara individu dan individu yang lain melalui informasi dan pesan yang disampaikan melalui televisi

4) Fungsi hiburan

Fungsi utama dari televisi adalah sebagai hiburan dengan sajian film, berita dan acara-acara yang disajikan oleh stasiun televisi.

5) Media penghubung secara geografis

Televisi sebagai media penghubung secara geografis yang tak terbatas dan tak bisa di jangkau oleh para konsumennya.

d. Manfaat dan Tujuan Televisi

Menurut (Shirley, 2010:6) tujuan televisi adalah sebagai berikut:

- 1) Membantu mencerdaskan kehidupan bangsa.
- 2) Membantu mewujudkan hak semua warga negara Indonesia untuk memperoleh pengajaran.
- 3) Mempunyai misi untuk mewujudkan manusia – manusia pembangunan yang dapat membangun dirinya sendiri serta bersama – sama bertanggung jawab atas pembangunan bangsa,

Sedangkan manfaat dengan adanya televisi pendidikan antara lain :

- 1) Televisi dapat memberikan kejadian – kejadian yang sebenarnya pada saat suatu peristiwa terjadi dengan disertai komentar penyiarannya.
- 2) Televisi pendidikan sebagai salah satu bentuk peran serta masyarakat.
- 4) Televisi dengan gambar audio visual sangat membantu dalam mengembangkan daya kreasi.
- 5) Menyebarkan informasi dibidang pendidikan dan berfungsi sebagai media pembelajaran masyarakat.

- 6) Memberikan pesan yang dapat diterima secara lebih merata oleh masyarakat.
- 7) Sangat bagus untuk menerangkan suatu proses.
- 8) Mengatasi keterbatasan ruang dan waktu.
- 9) Lebih realistis, dapat diulang-ulang dan dihentikan sesuai dengan kebutuhan.
- 10) Memberikan kesan yang mendalam, yang dapat mempengaruhi sikap pemirsa

e. Program Televisi

Pengaruh televisi terhadap sistem komunikasi tidak pernah lepas dari pengaruh terhadap aspek-aspek kehidupan dimasyarakat. Menurut Prof. Dr. R. Mar'at, acara televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi, dan perasaan bagi para penontonnya. Hal ini disebabkan oleh pengaruh psikologis dari televisi itu sendiri, dimana televisi seakan-akan menghipnotis pemirsa, sehingga mereka telah hanyut dalam keterlibatan akan kisah atau peristiwa yang disajikan oleh televisi (Effendy, 2002 : 122).

Menurut Frank Jefkins (Jefkins, 2003 : 105), televisi memiliki sejumlah karakteristik khusus dan program acara, yaitu :

- 1) Selain menghasilkan suara, televisi juga menghasilkan gerakan, visi dan warna.
- 2) Pembuatan program televisi lebih mahal dan lama.

3) Karena mengandalkan tayangan secara visual, maka segala sesuatu yang tampak haruslah dibuat semenarik mungkin.

Sedangkan program acara televisi, terdiri dari :

- 1) Buletin berita nasional, seperti siaran berita atau buletin berita regional yang dihasilkan oleh stasiun-stasiun televisi swasta lokal.
- 2) Liputan-liputan khusus yang membahas berbagai masalah aktual lebih mendalam.
- 3) Program acara mengenai topik khusus yang bersifat informatif, seperti acara memasak, berkebun, dan acara kuis.
- 4) Acara drama, seperti sinetron, sandiwara, komedi, film, dan lain sebagainya.
- 5) Program acara yang membahas tentang ilmu pengetahuan dan pendidikan.

f. Talkshow

Program talkshow atau perbincangan adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu 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. (Morissan, M.A, 2011 : 222)

Acara talkshow yang menarik *audien* adalah acara dengan pembicara yang memiliki opini kuat namun bertentangan (konflik) dengan pembicara lainnya. Para pembicara yang terlibat dalam

talkshow harus memiliki perbedaan pandangan yang jelas. (Morissan, M.A, 2011 : 365).

3. Teori S-O-R

S-O-R adalah singkatan dari *Stimulus-Organism-Response*. Menurut teori ini, organisme menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu, maksudnya adalah keadaan internal organisme berfungsi menghasilkan respon tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu pula.

Menurut stimulus respon ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus sehingga dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara perasaan dan reaksi komunikan. Menurut model ini organisme menghasilkan perilaku tertentu jika ada stimulus tertentu, maksudnya keadaan internal organisme berfungsi menghasilkan respon tertentu jika ada stimulus respon tertentu pula (Effendy: 2002). Adapun unsur-unsur dalam model ini adalah sebagai berikut :

a. Pesan (*Stimulus, S*)

Merupakan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan yang disampaikan tersebut dapat berupa benda atau lambang.

b. Komunikan (*Organism, O*)

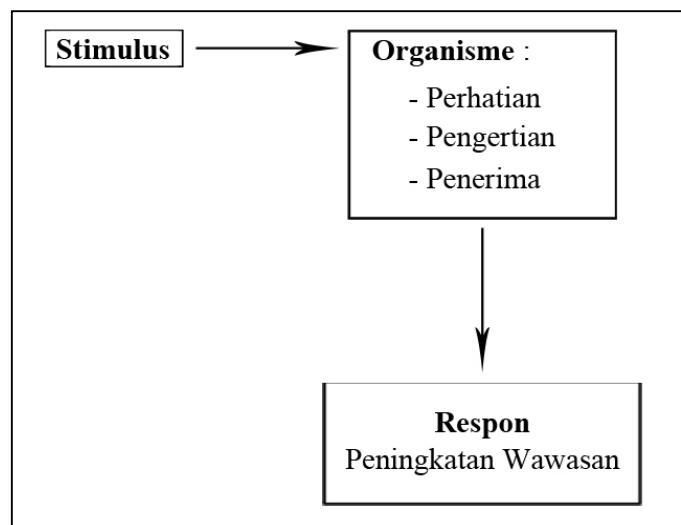
Merupakan keadaan komunikan dan saat menerima pesan. Pesan yang disampaikan komunikator. Perhatian disini diartikan bahwa komunikasi akan memperhatikan setiap pesan yang

disampaikan melalui tanda atau lambang. Selanjutnya komunikan mencoba untuk mengartikan dan memahami setiap pesan yang disampaikan.

c. Efek (*Response*, R)

Merupakan dampak dari komunikasi. Efek dari komunikasi adalah perubahan sikap, yaitu afektif, kognitif dan konatif. Efek kognitif merupakan efek yang ditimbulkan setelah adanya komunikasi. Efek kognitif berarti bahwa setiap informasi menjadi bahan pengetahuan bagi komunikan.

Prof. Dr. Mar'at (Effendy, 2002 : 253), dalam bukunya “Sikap Manusia, Perubahan, serta Pengukurannya” mengutip pendapat Hovland, Janis, dan Kelly yang mengatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru, terdapat tiga variabel penting, yaitu dapat dijelaskan pada gambar sebagai berikut:



Sumber : Effendy (2002:102)

Gambar 1.1 Teori S-O-R

Gambar diatas menunjukkan bahwa perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya adalah komunikan mengerti, kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah hidup.

Setelah terjadinya proses-proses didalam diri komunikan, maka perubahan yang terjadi adalah:

- a. Perubahan Kognitif, pada perubahan ini pesan ditujukan kepada komunikan yang bertujuan hanya untuk mengubah pikiran komunikan.
- b. Perubahan Afektif, dalam hal ini tujuan komunikator bukan saja hanya untuk diketahui oleh komunikan, melainkan diharapkan adanya timbul suatu bentuk perasaan tertentu seperti, rasa iba, sedih, terharu, gembira, puas, dsb.
- c. Perubahan Behavioral, yaitu dampak yang timbul pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan.

Pada penelitian ini, perubahan sikap yang diteliti adalah perubahan afektif yang mana akan menunjukkan adanya perubahan gaya hidup setelah menyaksikan acara talk show “Dr. Oz“ di Trans tv.

4. Teori Peluru atau Jarum Hipodermik (*hypodermic needle*)

Teori peluru merupakan konsep awal efek komunikasi masa. Menurut teori tersebut, bahwa kegiatan mengirimkan pesan, sama halnya

dengan menyuntikkan obat yang bisa langsung masuk ke dalam jiwa penerima pesan. Sebagaimana peluru yang memiliki kekuatan besar dan luar biasa, apabila ditembakkan, maka sasaran tidak akan bisa menghindar. Teori tersebut mencoba menjelaskan, bagaimana proses berjalannya pesan dari sumber (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan), dimana proses tersebut berjalan satu arah atau *one way direction*. Dapat disimpulkan, bahwa efek media pada periode tersebut sangatlah sederhana, karena hanya melihat dampak dari pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Dimana media memberikan stimulus, maka komunikan menanggapi dengan menunjukkan respons, sehingga dinamakan teori stimulus respons. Meski dinilai memberikan efek yang sederhana, ada kalanya, pesan yang diterima komunikan tidaklah sama. Akibatnya, respons yang diberikan pun di tunjukkan berbeda, antara komunikan yang satu dan komunikan lainnya. Untuk itu, pesan yang disampaikan harus dilakukan secara berulang-ulang, agar dimengerti oleh komunikan. Selain itu, pesan yang disampaikan haruslah ditujukan pada komunikan yang dijadikan target sasaran informasi (Elvinaro, 2005:110)

Teori ini mengasumsi bahwa media memiliki kekuatan yang sangat perkasa, dan komunikan dianggap pasif atau tidak tahu apa-apa. Teori ini mengasumsi bahwa seorang komunikator dapat menembakkan peluru komunikasi yang begitu ajaib kepada khalayak yang tidak berdaya (pasif) (Elvinaro, 2005:88)

Teori peluru yang dikemukakan Wilbur Schramm pada tahun 1950-an ini kemudian dicabut kembali tahun 1970-an, dengan meminta kepada para pendukungnya untuk menganggap teori ini tidak ada, sebab khalayak yang menjadi sasaran media massa itu ternyata tidak pasif (Elvinaro, 2005:67)

Lazarsfeld menerangkan bahwa jika khalayak diterpa peluru komunikasi, mereka tidak jatuh terjerembab, karena kadang-kadang peluru itu tidak menembus. Sejak tahun 1960-an banyak penelitian yang dilakukan para pakar komunikasi yang ternyata tidak mendukung teori peluru tadi. Penelitian *Cooper and Johada* pun menunjukkan bahwa persepsi selektif dapat mengurangi efektivitas sebuah pesan (Elvinaro, 2005:69).

5. Gaya Hidup Dalam Menjaga Kesehatan

Menurut KBBI sehat didefinisikan sebagai keadaan yang baik seluruh badan dan bagian-bagiannya. Definisi lain diberikan oleh Danna and Griffin (dikutip oleh Jones, Norman, and Wier, 2010:90) yang mendefinisikan *healthy lifestyle* sebagai aktivitas mempertahankan program pelatihan fisik rutin, diet seimbang, kebiasaan tidur yang baik, dan membatasi diri dari kelebihan konsumsi produk alkohol dan tembakau. *World Health Organization* (WHO) memberikan definisi gaya hidup sehat berkaitan dengan tiga hal utama dalam hidup, yaitu:

- a. Gaya hidup sehat adalah cara hidup yang meminimalisasi resiko penyakit-penyakit serius atau kematian. Meskipun tidak semua penyakit

dapat dicegah, namun data WHO menunjukkan bahwa mayoritas kematian penduduk di sebabkan oleh penyakit jantung koroner dan kanker paru-paru, yang seharusnya dapat dicegah sejak dini.

- b. Gaya hidup sehat adalah cara hidup yang mampu membuat seseorang dapat menikmati kehidupannya. Hal ini disebabkan bahwa sehat tidak hanya berkaitan dengan sakit dan penyakit, namun juga berkaitan dengan kondisi fisik, mental, dan kesejahteraan sosial.
- c. Gaya hidup sehat adalah gaya hidup yang dapat membantu seluruh anggota keluarga. Ketika seseorang melaksanakan gaya hidup sehat, maka ia adalah teladan yang baik bagi seluruh anggota keluarga, termasuk anak-anak. Menerapkan gaya hidup sehat berarti menciptakan lingkungan yang lebih baik, khususnya untuk pertumbuhan anak-anak, dan turut berkontribusi dalam membangun kesejahteraan dan kesuksesan anak-anak dimasa yang akan datang.

Menurut WHO (2012:79), setidaknya ada empat hal utama yang harus menjadi perhatian dalam menjalankan gaya hidup sehat. Empat hal tersebut adalah:

- a. Rokok dan produk-produk tembakau lainnya

Rokok dan produk-produk tembakau lainnya memiliki potensi yang besar dalam menyebabkan gangguan pernapasan, penyakit jantung koroner, dan kanker bagi orang yang mengonsumsinya. Belum lagi potensi infeksi yang dapat terjadi di rongga dada, hidung, telinga, dan tenggorokan keluarga perokok yang dapat meningkat dua hingga tiga

kali lipat. Oleh sebab itu WHO menganjurkan agar seseorang yang belum pernah merokok agar jangan sekali-sekali mencoba merokok, dan mengimbau agar para perokok untuk berhenti merokok demi kesehatan.

b. Aktivitas fisik

Aktivitas fisik diperlukan untuk menstimulasi sistem pemeliharaan dan perbaikan tubuh secara alami. Organ-organ tubuh, khususnya tulang, sendi, otot, dan jantung akan selalu terpelihara meskipun tubuh memiliki aktivitas tinggi. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa aktivitas fisik berkaitan dengan kondisi fisik yang baik. Secara umum ada tiga komponen utama yang berkaitan dengan kondisi fisik yang baik, yaitu stamina, kekuatan, dan fleksibilitas tubuh. Kondisi fisik yang baik dapat dimiliki dengan berbagai cara yang sederhana dan murah untuk dijalankan secara rutin seperti berjalan kaki, bersepeda, *jogging*, atau berenang.

c. Makanan sehat dan asupan nutrisi berimbang

Menjadi hal yang sangat penting untuk menikmati makanan yang di konsumsi sehari-hari, namun beberapa bukti menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat terlalu banyak mengonsumsi makanan yang mengandung lemak hewani yang berisiko bagi kesehatan tubuh. WHO menganjurkan agar setiap individu memperhatikan komposisi makanan yang di konsumsinya. Setiap makanan yang dikonsumsi setiap hari idealnya mengandung beberapa nutrisi sebagai berikut:

- 1) Kentang, roti, beras, atau sereal sebagai sumber karbohidrat yang memberi energi untuk seluruh aktivitas sehari-hari. Makanan tersebut juga merupakan sumber protein, vitamin, dan mineral.
 - 2) Buah dan sayuran sebagai sumber vitamin dan mineral. Ada pula yang menganjurkan untuk mengonsumsi kacang-kacangan sebagai sumber zat besi.
 - 3) Daging, telur, dan berbagai jenis ikan sebagai sumber lemak. Jenis makanan ini penting bagi tubuh, namun tidak boleh dikonsumsi dalam jumlah yang terlalu banyak. Jumlah lemak yang terlalu banyak dalam tubuh dapat meningkatkan potensi penyakit jantung koroner dan kelebihan berat badan.
 - 4) Susu dan produk olahan susu seperti keju dan *yoghurt* adalah sumber protein, vitamin, dan mineral yang baik. Pada situasi yang memungkinkan cobalah untuk mengonsumsi susu atau produk olahan susu yang rendah lemak.
 - 5) Minyak dan gula, bahan makanan ini diperlukan oleh tubuh dalam jumlah yang sangat sedikit.
- d. Minuman beralkohol

Pada beberapa lingkungan tertentu, mengonsumsi alkohol dalam jumlah yang sedikit membantu beberapa individu bergaul di lingkungannya, namun alkohol dalam jumlah yang berlebihan juga berbahaya bagi kesehatan tubuh. Terlalu sering mengonsumsi alkohol dalam jumlah banyak berbahaya bagi kesehatan tubuh sebab dapat

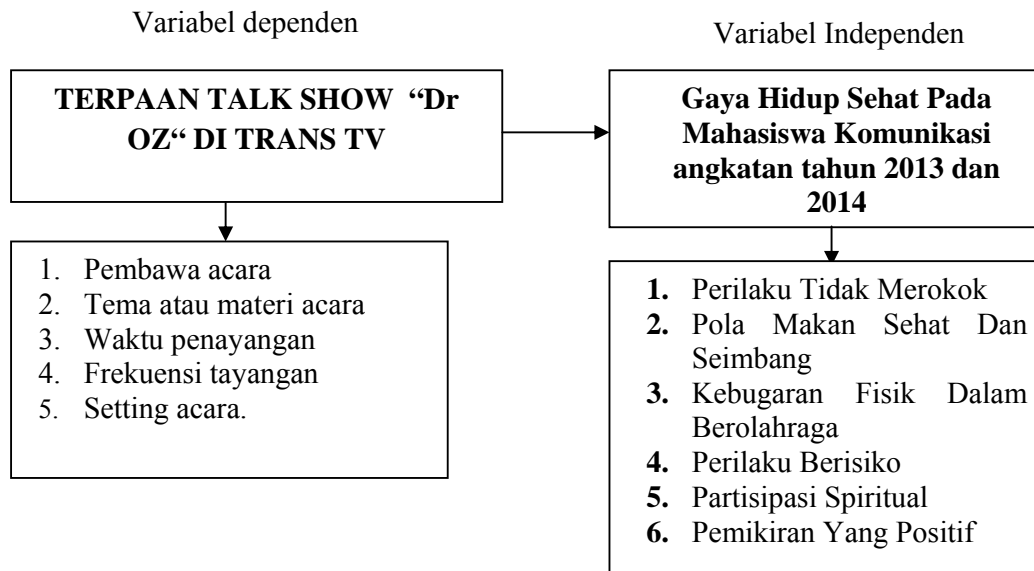
meningkatkan resiko serangan stroke, kanker, sirosis hati, malnutrisi dan meningkatkan potensi kecelakaan di kantor, rumah, dan jalan raya. Dari segi psikologis, alkohol juga berpotensi menyebabkan depresi, tindak kekerasan, dan menjadi teladan yang buruk bagi lingkungan.

Kebiasaan seorang individu dalam menjalankan perilaku gaya hidup sehat erat kaitannya dengan *vitality*. *Vitality* dapat diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi vitalitas. Secara sederhana KBBI mendefinisikan vitalitas sebagai kemampuan untuk bertahan hidup. Pandangan lain mendefinisikan *vitality* sebagai dimilikinya perasaan positif atas kehidupan dan energi (Ryan, 2012:87).

Perasaan positif ini semata-mata tidak hanya berkaitan dengan tingkat keaktifan, kemampuan terganggu, atau bahkan adanya cadangan kalori. Perasaan positif ini juga berkaitan dengan dimilikinya antusiasme dan semangat oleh setiap individu. Masing-masing individu memiliki pengalaman yang berbeda-beda berkaitan dengan tenaga atau *vitality*. Pengalaman tersebut tidak hanya berkaitan dengan hal-hal yang berpengaruh secara fisik seperti sakit, penyakit, dan kelelahan fisik, tetapi juga berkaitan dengan faktor psikologis seperti perasaan jatuh cinta, dimilikinya tujuan, dan menjadi seorang yang berhasil (Ryan, 2012:89)

F. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



G. Hipotesis

Berdasarkan beberapa uraian yang telah dibahas sebelumnya diatas maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

Ha: Ada hubungan yang signifikan antara Terpaan talk show “Dr Oz” di Trans Tv dengan gaya hidup sehat pada mahasiswa komunikasi angkatan 2013 dan 2014

Ho: Tidak ada hubungan yang signifikan antara Terpaan talk show “Dr Oz” di Trans Tv dengan gaya hidup sehat pada mahasiswa komunikasi angkatan 2013 dan 2014

H. Definisi Konseptual

Definisi konseptual seperti yang dikutip dari Oakley (2012:15) adalah definisi untuk menjelaskan konsep dengan kata-kata. Penelitian ini di mulai

dari hubungan yang signifikan antara Terpaan talk show “Dr Oz“ di Trans Tv dengan gaya hidup sehat pada mahasiswa komunikasi angkatan tahun 2013 dan 2014.

1. Pengaruh

Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang (Depdikbud, 2011:88).

2. Menonton

Menonton merupakan sebuah aktivitas yang meliputi melihat, mengamati, mengingat, dan merekam kejadian yang berlangsung dalam ingatan (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2004 : 320).

3. Gaya Hidup Sehat

Gaya hidup merupakan kombinasi dan totalitas cara, tata, kebiasaan, pilihan serta objek-objek yang mendukungnya, dalam pelaksanaannya dilandasi oleh sistem nilai atau sistem kepercayaan tertentu dalam menjaga kesehatan jasmani maupun rohani (Yuliana, 2009:63) menurut Yohanes (2006:33) gaya hidup sehat mempengaruhi perilaku seseorang yang pada akhirnya menentukan pola konsumsi seseorang. Gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang yaitu Perilaku Tidak Merokok, Pola Makan Sehat Dan Seimbang, Kebugaran Fisik Dalam Berolahraga, menjaga Perilaku yang tidak beresiko, Partisipasi spiritual dan pemikiran yang positif (Sumarwan, 2002:56).

I. Definisi Operasional

Menurut Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (2002:90), definisi operasional merupakan petunjuk bagaimana variabel diukur. Dengan membaca definisi operasional maka dapat diketahui bagaimana pengukuran suatu variabel. Untuk menguji hipotesa, variabel-variabel harus dapat diukur secara empiris.

Gaya hidup mahasiswa akan masalah kesehatan yang terjadi merupakan suatu hal yang senantiasa tidak dapat disama-ratakan, setiap mahasiswa mempunyai pandangan dan pendapat tersendiri, karena memang gaya hidup sehat bersifat kualitatif yang mana bersandar pada fenomenologi dan sebagaimana adanya serta bersifat subyektif. Oleh karena itu, untuk membuat data kualitatif tersebut menjadi sebuah data kuantitatif, maka dalam penelitian ini akan menggunakan kuesioner atau angket pertanyaan untuk mengukur variabel gaya hidup sehat tersebut.

Indikator gaya hidup sehat adalah sebagai berikut:

1. Perilaku Tidak Merokok
2. Pola Makan Sehat Dan Seimbang
3. Kebugaran Fisik Dalam Berolahraga
4. Perilaku Berisiko
5. Partisipasi Spiritual
6. Pemikiran Yang Positif

J. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan suatu penelitian metode kuantitatif yaitu suatu metode dalam meneliti kasus sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa modern. Metode kuantitatif bertujuan secara sistematis menguraikan fakta dan karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat (Sugiono, 2013: 50).

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan memilih tempat di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulis memilih tempat tersebut karena, penulis merasa bahwa universitas tersebut cukup untuk dijadikan perwakilan responden mahasiswa dari universitas lain, selain itu penulis juga merasa bahwa mahasiswa dari universitas tersebut mempunyai kebutuhan yang relatif tinggi akan media massa khususnya televisi, karena memang sebagai mahasiswa, mengambil beberapa referensi dari media massa televisi memang dibutuhkan sebagai sumber informasi dalam menjaga kesehatan. Selain hal tersebut, penulis juga merasa cukup familiar dengan lokasi yang akan diteliti tersebut, sehingga diharapkan akan mendapatkan hasil yang maksimal ketika penulis melakukan penelitian ditempat tersebut.

3. Sumber data

a. Data primer

Data primer adalah data yang di dapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan dari hasil wawancara atau pengisian kuisioener (Arikunto, 2013:80). Pada penelitian ini data primer yang di peroleh melalui kuisioener yang ditujukan kepada mahasiswa UMS.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang telah diolah dari data yang sebelumnya adalah data primer melalui proses mengidentifikasi (Arikunto, 2013: 80). Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dengan proses mengidentifikasi kuisioener yang telah diajukan kepada mahasiswa UMS dan kemudian dibuat sebuah tabel pengklasifikasi.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi, Sampel dan Sampling

1) Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan-hewan, tumbuh-tumbuhan, dan gejala-gejala nilai tes atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber dan yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu populasi (Arikunto,2013: 81). Penentuan populasi pada penelitian ini diambil pada mahasiwa Fakultas Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan tahun 2013 dan 2014 yang berjumlah 450 mahasiswa.

2) Sampel

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati. Dalam pengambilan sampel, peneliti tidak mungkin akan mempelajari semua karakteristik dalam sebuah populasi, dikarenakan adanya keterbatasan peneliti. Maka dari itu peneliti dapat mengambil sampel dalam sebuah populasi.

Dalam menentukan jumlah sampel pada populasi tersebut, peneliti menggunakan rumus taroyamane dengan presisi 10% dan tingkat kepercayaan 90%, rumus tersebut adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

n= Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah populasi

d= Nilai presisi

Berdasarkan pada rumus diatas, maka sampel yang diambil adalah :

$$n = \frac{450}{450(0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{450}{450(0,01) + 1}$$

$$n = \frac{450}{5,5}$$

$$n = 81.8 \quad \text{dibulatkan menjadi } 82$$

Jadi sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah 82 mahasiswa.

3) Sampling

Peneliti menggunakan teknik *proporsional sampling* yaitu dengan menggolongkan anggota sampel dan penggolongan tersebut adalah fakultas komunikasi angkatan tahun 2013 dan fakultas komunikasi angkatan tahun 2014,

Supaya sampel dapat mewakili jumlah populasi, maka dalam pengambilan sampel digunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{n_1 \times n}{N}$$

Keterangan :

n_1 = Jumlah mahasiswa tiap angkatan

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

Kemudian hasil perhitungan pengambilan sampel tiap fakultas adalah sebagai berikut:

No	Fakultas	Populasi	Penarikan sampel	sampel
1	Fakultas komunikasi angkatan tahun 2013	220	$\frac{n = 220 \times 82}{450}$	40
2	Fakultas komunikasi angkatan tahun 2014	230	$\frac{n = 230 \times 82}{450}$	42

5. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2006:31) “Variabel penelitian adalah sesuatu hal yang terbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari

sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Terdapat dua jenis variabel antara lain:

a. Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2006:33), “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat pada penelitian ini adalah gaya hidup sehat pada mahasiswa komunikasi 2013/2014

b. Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2006:33). “Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah terpaan talk show “Dr Oz” di Trans Tv.

6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data diperoleh dengan menggunakan metode kuisioner, yaitu dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara tertulis kepada responden.

a. Teknik Pengukuran Skala

Skala yang digunakan untuk menghitung skor jawaban responden, teknik pengukuran skala variable Terpaan talk show Dr. Oz. dengan menggunakan skala Likert. Skala pengukuran pada tipe terpaan terdapat 5 pilihan jawaban yaitu sangat sering = 5, sering = 4, kadang-kadang = 3, jarang = 2, tidak pernah=1 Kemudian skala pengukuran untuk variable

gaya hidup sehat mahasiswa berpedoman pada skala likert dengan tiga alternative jawaban yaitu Sangat Setuju = 5, Setuju=4, Kurang Setuju= 3, Tidak Setuju = 2, Sangat Tidak Setuju= 1.

b. Teknik Uji Persyaratan Analisis

1) Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur, mengukur yang ingin diukur. Dalam penelitian ini akan menggunakan pengujian validitas dengan *corrected item-total corelation*, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor tiap item dengan skor totalnya. Teknik statistik yang digunakan untuk mencari koefisien korelasi adalah teknik *product moment* dari *Pearson*, menggunakan alat bantu komputer dengan program SPSS. Dengan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2010:40)

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi product moment

$\sum x$ = Jumlah masing-masing butir

$\sum y$ = Jumlah skor total

$\sum xy$ = Jumlah antara skor x dan y

n = Jumlah subyek/sampel

2) Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dengan bantuan program SPSS, dengan pengukuran *one shot* (pengukuran sekali saja) hasilnya akan diketahui dengan melihat hasil output SPSS. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan paket program *SPSS 16.00 for windows*. Masing-masing pernyataan diuji konsistensinya terhadap variabel penelitian dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Teknik ini dipilih karena merupakan pengujian konsistensi yang cukup sempurna. Persamaan *Cronbach Alpha*, sebagai berikut (Sugiyono, 2010:40)

$$r_{11} = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

K = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_t^2 = Varian total

Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 dan sebaliknya penelitian dikatakan tidak reliabel apabila nilai *Croanbach Alpha* < 0,60 (Ghozali, 2005:30).

c. Teknik Analisis Data

1) Uji Regresi Linier Berganda

Metode ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (sikap karyawan, pelayanan dan bukti fisik) terhadap variabel tidak bebas (*image/citra positif*).

Persamaan regresi tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Gaya Hidup Mahasiswa

X₁ = Variabel Pembawa Acara

X₂ = Variabel Tema atau Materi Acara

X₃ = Variabel Waktu Penayangan

X₄ = Variabel Frekuensi Tayangan

X₅ = Variabel Setting Acara

b₁, b₂, b₃, b₄, b₅ = Koefisien regresi

a = Konstanta

e = Variabel pengganggu (error)

2) Uji t (Regresi Partial)

Metode ini digunakan untuk menguji apakah variabel bebas secara individu mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel tidak bebas. Pengujian ini menggunakan uji dua sisi.

Langkah-langkah pengujian :

a) Menentukan formula hipotesis

$H_0 : \beta = 0$ berarti tidak ada pengaruh yang signifikan variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_a : \beta \neq 0$ berarti ada pengaruh yang signifikan variabel bebas terhadap variabel terikat.

b) Menentukan *level of significant* (α) = 0,05

Derajat kebebasan (dk) = $n - k - 1$

$t_{\text{tabel}} = t(\alpha/2; df = n - k - 1)$

Dimana :

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel bebas

c) Kriteria pengujian

H_0 diterima apabila $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$

H_0 ditolak apabila $t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$

d) Menentukan t_{hitung}

$$\frac{b - \beta}{S_b} \quad (\text{Kuncoro, 2001 : 97})$$

Dimana:

t = t_{hitung}

b = Koefisien regresi

β = Nilainya 0

S_b = Standard error of regression coefficient

e) Menentukan kesimpulan

Dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} maka ditetapkan kesimpulan, apakah H_0 diterima atau ditolak.

3) Uji F (Pengujian secara serempak)

Uji F ini digunakan untuk menguji apakah sekelompok variabel bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel tidak bebas.

Langkah-langkah pengujian :

a) Menentukan formula hipotesis

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$ berarti tidak ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_a : \beta_1 \neq \beta_1 \neq 0$ berarti ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat.

b) Menentukan *level of significant* (α) = 0,05

Derajat kebebasan (dk) = k; n - 1 - k

$F_{tabel} = F_{0,05} (k) : (n - 1 - k)$

c) Kriteria pengujian

H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

H_0 ditolak jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$

d) Menentukan nilai F_{hitung}

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

Dimana:

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah observasi / sampel

k = Varian individu / parameter termasuk konstanta

e) Menentukan kesimpulan

Dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} maka H_0 diterima atau ditolak.

4) Uji R^2 (Koefisien determinasi)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Kuncoro, 2001 : 100).

Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen menurut Djarwanto (Setiaji, 2006 : 28). Perhitungan uji ini dengan bantuan program SPSS.

Untuk mengetahui beberapa proporsi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas.

$$R^2 = 1 - (1 - R^2) n - 1 / n - k$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah obsevasi/sampel

k = Jumlah varians individu/parameter termasuk konstanta.