

Pengaruh Program *Talkshow* Mata Najwa di Trans7 terhadap Loyalitas Penonton

Muhammad Fathurizqy A, Happy Prasetyawati

Program Studi Ilmu Komunikasi, STIKOM Interstudi

Jl. Wijaya II No. 62 Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.

Fathur1107@gmail.com

Abstract— The objective of this study is to know the effect of media content and the effect of media that used for Mata Najwa Talkshow program in Trans7 on audience loyalty, and the effect of fulfillment needs on media content of Mata Najwa Talkshow program in Trans7. The used theory of this study is Uses and Gratifications. This is a quantitative research. The type of this research is explanative. The used method of this study was a survey with questionnaire. This study consisted of 4 variables, that is Independent Variable Media Content (X1), Independent Variable Media Exposure (X2), Dependent Variable Loyalty (Y), and Antecedent Variable Fulfillment Needs (Z). In this study, the sampling technique is using the Non Probability Sampling with respondents based on the research from Nielsen Indonesia of Mata Najwa Talkshow in Trans7 viewer that count about 530.000 people at October 31 2019 and the sample amount is 100 respondents. The results of this study indicate that there is an effect between media content and media exposure variable on audience loyalty, and the effect between satisfactions for media content of Mata Najwa in Trans7.

Keywords— *Loyalty; Mata Najwa; Satisfactions; Uses and Gratifications.*

Abstrak— Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh isi media dan pengaruh penggunaan media pada program Talkshow Mata Najwa di Trans7 terhadap loyalitas penonton, serta pengaruh pemenuhan kebutuhan terhadap isi media program Talkshow Mata Najwa di Trans7. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uses and Gratifications. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Jenis penelitiannya eksplanatif. Metode yang digunakan metode survei dalam bentuk kuesioner. Penelitian ini terdiri dari 4 variabel, yaitu Variabel Independent Isi Media (X1), Variabel Independent Media Exposure (X2), Variabel Dependent Loyalitas (Y), dan Variabel Antecedent Pemenuhan Kebutuhan (Z). Pada penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik Non Probability Sampling dengan responden berdasarkan hasil penelitian dari Nielsen Indonesia pada jumlah penonton program Talkshow Mata Najwa di Trans7 sebanyak 530,000 individu pada tanggal 31 Oktober 2019 dan sampel berjumlah 100 responden. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel isi media dan media exposure terhadap loyalitas penonton, serta pengaruh kepuasan terhadap isi media pada program Mata Najwa di Trans7.

Kata Kunci— *Loyalitas; Mata Najwa; Kepuasan; Uses and Gratification.*

1. PENDAHULUAN

Program informasi adalah esensi dari sebuah stasiun TV, karena menyajikan aktualitas dan faktualitas yang dibutuhkan oleh masyarakat. Program informasi tidak hanya disajikan dalam format berita biasa (*regular news*), tetapi juga bisa disajikan dengan format *Talkshow*. Program *Talkshow* adalah program yang menyajikan beberapa orang yang disebut sebagai ahli dalam bidangnya untuk menjadi narasumber dalam membahas sebuah topik. (Morissan, 2018)

Sekarang ini di stasiun televisi Indonesia ada berbagai macam program *talkshow*. Program *talkshow* Mata Najwa sering kali ramai diperbincangkan penonton. Program ini dipandu oleh Najwa Shihab. Mata Najwa mulai mengudara di Metro TV pada tanggal 25 November 2009 dan menayangkan episode terakhirnya di Metro TV pada tanggal 30 Agustus 2017 disertai alasan “Untuk mewujudkan sejumlah rencana yang menjadi bagian dari visi pribadi (Najwa Shihab) selama ini” menurut Suryopratomo selaku Presiden Direktur Metro TV pada saat itu. (Rahmah, 2017) Kemudian Najwa Shihab melanjutkan karirnya di media *Youtube* dan mendapat jumlah penonton terbanyak dalam *Youtube* Najwa, sebesar 1.6 juta penonton.

Pada tanggal 10 Januari 2018 Mata Najwa kembali tayang di stasiun TV Trans7. (Rafie, 2018) Mata Najwa di Trans7 menghadirkan pembahasan yang aktual, mengenai politik, ekonomi, sosial, dll, yang kerap menjadi perbincangan. Menghadirkan narasumber yang berpengalaman dengan topik pembahasannya seperti, para petinggi Negara, Politikus, Artis, Pengusaha, koruptor, mahasiswa dan para ahli.

Berhasil atau tidaknya sebuah program acara dapat dilihat bukan hanya dari materi acara, melainkan dari beberapa hal lainnya, salah satunya *presenter*. *Presenter* merupakan ujung tombak dari sebuah program, terutama kemampuannya untuk dapat memikat para penonton supaya bisa bertahan lama-lama menonton serta terus mengikuti program tersebut (loyal).

Media menjadi salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan dari khalayak, yang akhirnya akan menghasilkan kepuasan (loyalitas). Dimana *audiens* memilih media yang mereka butuhkan dan inginkan dalam mengkonsumsi media yang menimbulkan kepuasan dari terpenuhinya kebutuhan dan keinginan penonton, sehingga penonton terus mengikuti program tersebut (loyal). (David, 2018) Dari penjabaran diatas dapat dirumuskan bahwa pengaruh dari program Mata Najwa terhadap loyalitas penonton bisa dihubungkan

dengan teori komunikasi masa *uses and gratification*.

Oleh karena itu, penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh isi media dari program *Talkshow* Mata Najwa di Trans7 terhadap loyalitas penonton, untuk mengetahui apakah ada pengaruh *media exposure* terhadap loyalitas penonton, serta untuk mengetahui apakah ada pengaruh pemenuhan kebutuhan penonton terhadap isi media pada program Mata Najwa di Trans7, dengan acuan teori dari Katz yaitu teori penggunaan dan kepuasan (*Uses and Gratification Theory*).

II. LANDASAN TEORI

Terkait dengan penelitian mengenai Pengaruh Program *Talkshow* Mata Najwa di Trans7 Terhadap Loyalitas Penonton. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah isi program Mata Najwa di Trans7 berpengaruh terhadap loyalitas penontonnya. Serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang dihasilkan dari isi program Mata Najwa di Trans7 terhadap loyalitas penontonnya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode penelitian yang dipilih peneliti adalah metode survei. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah eksplanatif. Dan juga, teknik yang dipilih yaitu *non probability sampling*, Teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner dengan jenis kuesioner angket tertutup. Teknik pengolahan datanya menggunakan sistem komputerisasi program SPSS.

Penelitian selanjutnya ditujukan untuk mengetahui sejauh mana program *Wide Shot* berpengaruh kepada pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa, khususnya mahasiswa komunikasi FISIP USU Angkatan 2011. Pada penelitian ini menggunakan teori komunikasi *uses and gratification*, dan *information seeking paradigm*. Metode yang digunakan adalah metode korelasional. Mahasiswa Komunikasi FISIP USU angkatan 2011 sejumlah 122 orang menjadi populasi dalam penelitian ini. Rumus Taro Yamane menentukan jumlah sampel dengan akurasi 10% dan tingkat kepercayaan 90%, menghasilkan sampel sejumlah 54 orang. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* untuk pengambilan sampel. Untuk teknik analisis data menggunakan analisa tabel tunggal dan uji hipotesis. Hasil dari penelitiannya yaitu sebagian besar responden berpendapat bahwa acara *Wide Shot* di Metro TV dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi mahasiswa komunikasi FISIP USU angkatan 2011. (Rizky, 2016)

Penelitian selanjutnya bertujuan untuk mengetahui, menjelaskan serta menganalisis Kualitas Siaran dan Intensitas Menonton terhadap Loyalitas Penonton dalam Program Acara *Kick Andy* di Metro TV, baik secara parsial atau secara simultan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif verifikatif. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner dan di isi responden. Teknik analisis menggunakan teknik analisis jalur (*Path Analysis*) memakai bantuan *software* SPSS 16. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Siaran pada program *Kick Andy* di Metro TV berada pada kriteria baik. Selanjutnya Intenistas Menonton Siaran program *Kick*

Andy di Metro TV masuk dalam kriteria setuju. Kemudian, Loyalitas Penonton pada program acara *Kick Andy* berada pada kriteria cukup setuju. Terdapat hubungan positif yang kuat yang searah antara kualitas siaran dan intensitas menonton siaran. Tidak terdapat adanya pengaruh parsial kualitas siaran terhadap loyalitas penonton karena memiliki nilai negatif. Terdapat adanya pengaruh parsial Intensitas Menonton siaran terhadap loyalitas penonton secara positif dan signifikan. Kemudian terdapat adanya pengaruh simultan Kualitas Siaran dan Intensitas Menonton Siaran terhadap Loyalitas Penonton dalam program *Kick Andy* di Metro TV secara positif dan signifikan. (Makhmud, 2019)

Dari ketiga penelitian tersebut, memiliki persamaan terhadap penelitian yang saat ini sedang dikerjakan dalam mencari sudut pandang suatu program acara di televisi terhadap pemenuhan kebutuhan dan loyalitas penonton. Perbedaan terhadap penelitian sebelumnya adalah perbedaan isi program antara satu dan lainnya.

A. Metode

Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian positivisme, untuk memperoleh konfirmasi mengenai hubungan sebab akibat yang biasa digunakan dalam memprediksi pola-pola umum sebuah aktivitas manusia atau gejala sosial. (Neuman, 2011)

Dalam hal ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif sebagai acuan dalam penelitian agar peneliti dapat bersikap objektif dalam melakukan penelitian kuantitatif dengan riset mengenai sebuah masalah sehingga hasilnya dapat digeneralisasikan. Oleh karena itu tidak mengutamakan kedalaman data atau analisis Peneliti namun lebih mengutamakan aspek keluasan data, jadi data hasil riset dijadikan representasi dari total populasi. (Kriyantono, 2014)

Pendekatan kuantitatif dipilih untuk melihat ada atau tidaknya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, yaitu antara pengaruh tayangan *talkshow* "Mata Najwa" di Trans7 terhadap loyalitas penonton.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah eksplanatif. Dalam hal ini, peneliti menggunakan jenis penelitian eksplanatif karena ingin mengetahui apakah terdapat hubungan pengaruh antara program *talkshow* "Mata Najwa" di Trans7 terhadap loyalitas penonton. Populasi diambil dari hasil penelitian Nielsen Indonesia pada program Mata Najwa di Trans7 sebanyak 530,000 individu pertanggal 31 Oktober 2019. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Taro Yamane yang di kutip dari Jalaluddin Rakhmat, sebagai berikut : (Rakhmat, 2014)

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

Dimensi :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

d : Presisi yang ditetapkan 10% (*sampling error*)

Dalam penelitian ini, teknik yang dipakai adalah *non probability sampling* dan teknik *convenience sampling* dengan kriteria responden, seperti:

1. Pria dan wanita (didominasi wanita)
2. Usia 40 tahun keatas
3. kelas A & B
4. Menonton program “Mata Najwa” di Trans7

Cara pengambilan sampel yang dilakukan peneliti dengan cara membagikan *questioner* langsung kepada responden pria dan wanita (didominasi wanita) penonton program Mata Najwa di Trans7 usia 40 tahun keatas, kelas A & B yang tinggal di kompleks POMAD Kalibata Tengah, Jakarta Selatan.

Pada penelitian ini, peneliti memperoleh data yang akan diolah dengan menggunakan *system* komputerisasi, yaitu dengan menggunakan program SPSS (*Statist/val Package for Social Science*) untuk mendapatkan hasil yang signifikan sehingga dapat menghindari kesalahan perhitungan.

B. Hipotesis

H_{a1} = Diduga adanya Isi Media dari program Mata Najwa di Trans7 Terhadap Loyalitas Penonton.

H_{a2} = Diduga adanya Pengaruh *Media Exposure* Terhadap Loyalitas Penonton.

H_{a3} = Diduga adanya Pengaruh Pemenuhan Kebutuhan Terhadap Isi Media dari Program Mata Najwa di Trans7.

H_{o1} = Diduga tidak adanya Pengaruh Isi Media dari Program Mata Najwa di Trans7 Terhadap Loyalitas Penonton.

H_{o2} = Diduga tidak adanya Pengaruh *Media Exposure* Terhadap Loyalitas Penonton.

H_{o3} = Diduga tidak adanya Pengaruh Pemenuhan Kebutuhan Terhadap Isi Media dari Program Mata Najwa di Trans7.

1. Hipotesis Teori

Dalam teori “*Uses and Gratification*” jika khalayak merasa isi media bisa memuaskan kebutuhan penonton maka penonton akan memberikan gratifikasi, dalam penelitian ini berupa kepuasan penonton di Jakarta terhadap program Mata Najwa di Trans7. Tetapi kepuasan juga sangat dipengaruhi oleh terpaan media, semakin tinggi terpaan media maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan

yang dalam penelitian ini diwujudkan dalam bentuk loyalitas terhadap program Mata Najwa di Trans7.

Menurut Katz dkk, manusia mempunyai lima jenis kebutuhan yaitu : Kebutuhan Kognitif, Afektif, Integrasi Personal, Intergrasi Sosial, dan Pelepasan Ketegangan. (Severin et al., 2014)

2. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban temporer terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus dibuktikan dengan tinjauan lebih lanjut.

3. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik ialah penjelasan statistik mengenai populasi yang diteliti. Bila menguji hipotesis penelitian menggunakan perhitungan statistik, maka rumusan hipotesis tersebut perlu diubah menjadi rumusan hipotesis statistik. Jika di rumusan hipotesis penelitian hanya menuliskan satu hipotesis *alternative* (H_a) atau hipotesis nol (H₀). Sedangkan dalam hipotesis statistik keduanya dipasangkan jadi dapat diambil keputusan dengan tegas yaitu menerima (H₀) berarti menolak (H_a). (Riduwan, 2015)

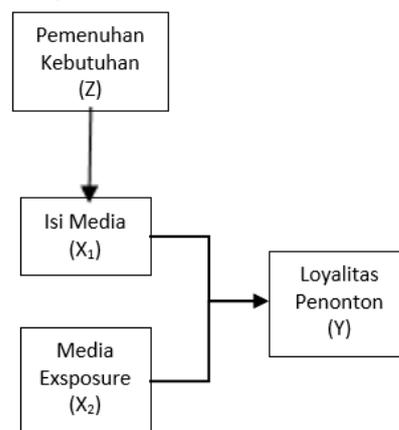
$$R^2 X_1 Y < 0 \text{ atau } R^2 X_1 Y > 0$$

$$R^2 X_2 Y < 0 \text{ atau } R^2 X_2 Y > 0$$

$$R^2 Z X_1 < 0 \text{ atau } R^2 Z X_1 > 0$$

- R² atau R square adalah koefisien determinasi, artinya untuk mengukur pengaruh variabel X₁ terhadap variabel Y
- R² atau R square adalah koefisien determinasi, artinya untuk mengukur pengaruh variabel X₂ terhadap variabel Y
- R² atau R square adalah koefisien determinasi, artinya untuk mengukur pengaruh variabel Z terhadap variabel X₁

Gambar Model Analisis

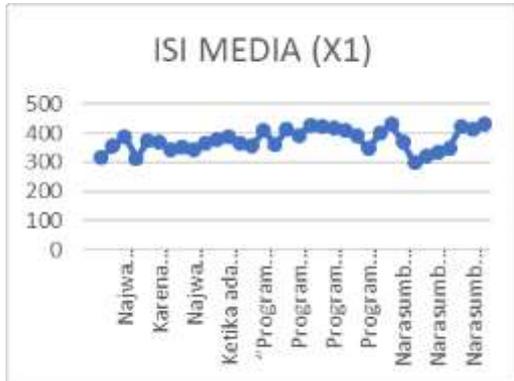


III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dari uji reliabilitas menyatakan semua pernyataan yang ada dalam uji reliabilitas tersebut, dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini.

Hasil dari uji validitas menyatakan bahwa data dianggap valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

A. Hasil Analisis Univariat



Gambar 1. Garis Kontinum Isi Media (X1)

Berdasarkan grafik garis kontinum Variabel Isi Media X_1 dalam Dimensi *Host* dengan sub dimensi Kredibilitas bahwa mean tertinggi ada pada indikator Najwa Shihab pada "Program Mata Najwa" memimpin diskusi dengan santun sehingga diskusi berjalan dengan kondusif, dengan skor 388. Mean terendah ada pada indikator Najwa Shihab pada program "Mata Najwa" menunjukkan cara bicara yang tegas sehingga menimbulkan kepercayaan dari penonton, dengan skor 313.

Dalam dimensi *Host* dengan sub dimensi Daya Tarik mean tertinggi ada pada indikator Najwa Shihab pada program "Mata Najwa" sudah menjadi seorang komunikator yang kompeten, dengan skor 372. Mean terendah ada pada indikator Najwa Shihab pada program "Mata Najwa" memiliki fisik yang ideal, dengan skor 343.

Dalam dimensi *Host* dengan sub dimensi Kekuatan mean tertinggi ada pada indikator Najwa Shihab pada "Program Mata Najwa" dapat mengajak penonton untuk berfikir kritis terhadap isu-isu yang dibahas, dengan skor 366. Mean terendah ada pada indikator Najwa Shihab pada "Program Mata Najwa" mampu mengendalikan emosi narasumber pada saat diskusi berlangsung, dengan skor 342.

Dalam dimensi Materi Acara dengan sub dimensi Aktual mean tertinggi ada pada indikator Ketika ada isu yang hangat diperbincangkan, Program "Mata Najwa" langsung mengundang para ahli dan pihak yang bersangkutan untuk mendiskusikan isu tersebut, dengan skor 388. Mean terendah ada pada indikator Program "Mata Najwa" mendapatkan respon langsung dari penonton melalui social media saat sebelum dan sesudah program ditayangkan, dengan skor 363.

Dalam dimensi Materi Acara dengan sub dimensi Faktual mean tertinggi ada pada indikator "Program Mata Najwa" memberikan informasi yang mendalam sesuai dengan fakta yang ada, dengan skor 408. Mean terendah ada pada indikator Tema yang dibawakan pada "Program Mata

Najwa" selalu berdasarkan fakta yang ada, dengan skor 358.

Dalam dimensi Materi Acara dengan sub dimensi Significance mean tertinggi ada pada indikator Program "Mata najwa" mengundang berbagai kalangan masyarakat di social media maupun di studio untuk mendiskusikan suatu permasalahan agar penonton tahu kebenarannya, dengan skor 428. Mean terendah ada pada indikator Program "Mata Najwa" menunjukkan cara berdiskusi yang sehat kepada penonton, dengan skor 390.

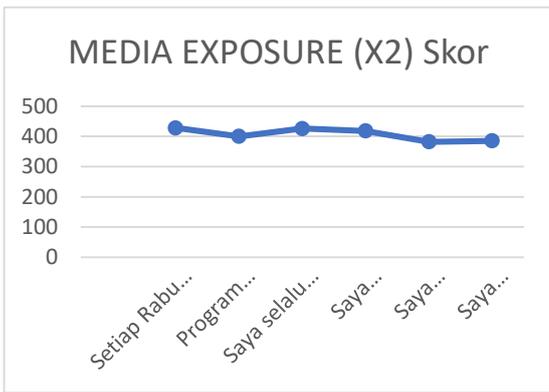
Dalam dimensi Materi Acara dengan sub dimensi Proximity mean tertinggi ada pada indikator Karena Program "Mata Najwa" selalu mengangkat issue yang berkaitan dengan rakyat Indonesia, maka dapat membuka sudut pandang yang berbeda dari sebelum menonton program tersebut, dengan skor 422. Mean terendah ada pada indikator Program "Mata Najwa" berinteraksi langsung dengan penonton tidak hanya yang hadir di studio namun juga dengan melakukan kegiatan off air di berbagai daerah di Indonesia, dengan skor 408.

Dalam dimensi Materi Acara dengan sub dimensi Human Interest mean tertinggi ada pada indikator Program "Mata Najwa" memunculkan empati dari penonton, dengan skor 399. Mean terendah ada pada indikator Program "Mata Najwa" membuat penonton lebih peduli dengan kepentingan masyarakat, dengan skor 347.

Dalam dimensi Narasumber dengan sub dimensi Penguasa mean tertinggi ada pada indikator Narasumber yang hadir pada program "Mata Najwa" mampu memberikan informasi terkait permasalahan yang dibahas, dengan skor 429. Mean terendah ada pada indikator Narasumber yang dihadirkan pada program "Mata Najwa" memiliki wawasan yang luas, dengan skor 299.

Dalam dimensi Narasumber dengan sub dimensi Kelompok Ahli mean tertinggi ada pada indikator Narasumber yang hadir pada program "Mata Najwa" selalu konsisten dalam berpendapat dan menyampaikan informasi, dengan skor 348. Mean terendah ada pada indikator Narasumber yang hadir pada program "Mata Najwa" mampu memberikan keterangan informasi terkait permasalahan yang dibahas, dengan skor 322.

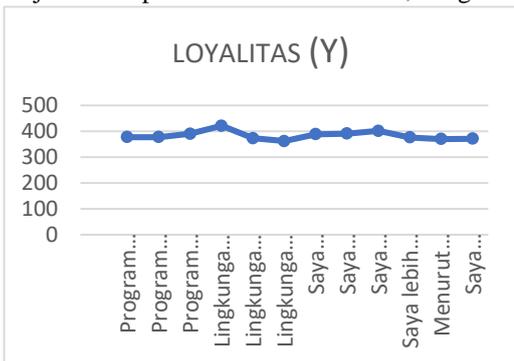
Dalam dimensi Narasumber dengan sub dimensi Orang Terkenal mean tertinggi ada pada indikator Narasumber yang hadir pada program "Mata Najwa" berbicara dengan jujur dan apa adanya, dengan skor 430. Mean terendah ada pada indikator Narasumber yang hadir pada program "Mata Najwa" memiliki wawasan yang luas, dengan skor 412.



Gambar 2. Garis Kontinum Media Exposure (X₂)

Berdasarkan grafik garis kontinum Variabel Media Exposure (X₂) dalam dimensi jumlah Waktu mean tertinggi ada pada indikator Setiap Rabu saya menonton program “Mata Najwa” di Trans7, dengan skor 428. Mean terendah ada pada indikator Program “Mata Najwa” adalah program yang saya tunggu-tunggu, dengan skor 400.

Dalam dimensi Hubungan dengan media mean tertinggi ada pada indikator Saya mengikuti setiap sosial media yang dimiliki program “Mata Najwa” seperti Instagram, twitter, untuk mengetahui perkembangan informasi mengenai program tersebut, dengan skor 418. Mean terendah ada pada indikator Saya mengetahui jadwal tayang program “Mata Najwa” dari promosi acara di Trans7, dengan skor 382.



Gambar 3. Garis Kontinum Loyalitas (Y)

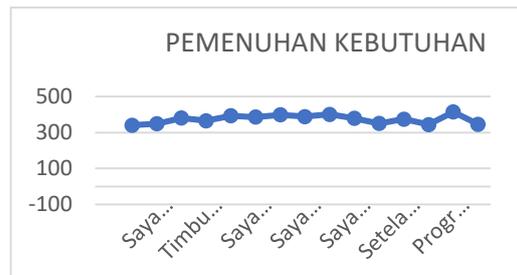
Berdasarkan grafik garis kontinum Variabel Loyalitas (Y) dalam dimensi Faktor Budaya mean tertinggi ada pada indikator Program “Mata Najwa” mengajak penonton untuk terbiasa sportif di akhir perdebatan, dengan skor 390. Mean terendah ada pada indikator Program “Mata Najwa” mengajak penonton untuk melestarikan budaya demokrasi, dengan skor 377.

Dalam dimensi Faktor Sosial mean tertinggi ada pada indikator Lingkungan dimana saya tinggal sangat peduli terhadap peristiwa terkini yang ditayangkan pada program “Mata Najwa”, dengan skor 421. Mean terendah ada pada indikator Lingkungan dimana saya tinggal dapat membuat saya ingin berpartisipasi dalam merespon social media “Mata Najwa”, dengan skor 362.

Dalam dimensi Faktor Pribadi mean tertinggi ada pada indikator Saya menyukai program “Mata Najwa” karena saya ingin mengetahui kebenaran informasi yang beredar

terkait suatu permasalahan yang menjadi pembahasan, dengan skor 401. Mean terendah ada pada indikator Saya menonton program “Mata Najwa” karena saya suka dengan cara Najwa Shihab membawakan program, dengan skor 388.

Dalam dimensi Faktor Psikologi mean tertinggi ada pada indikator Saya lebih tertarik menonton program “Mata Najwa” ketika membahas issue politik, dengan skor 376. Mean terendah ada pada indikator Menurut saya program “Mata Najwa” adalah program yang menarik untuk ditonton sehingga saya terus menonton program tersebut, dengan skor 370.



Gambar 4. Garis Kontinum Pemenuhan Kebutuhan (Z)

Berdasarkan grafik garis kontinum Variabel Pemenuhan Kebutuhan (Z) dalam dimensi Kebutuhan Kognitif mean tertinggi ada pada indikator Saya bisa memahami duduk persoalan suatu peristiwa, setelah saya menonton program “Mata Najwa”, dengan skor 381. Mean terendah ada pada indikator Setelah menyaksikan Program “Mata Najwa” saya mendapat informasi yang mendalam tentang suatu berita yang sedang terjadi, dengan skor 341.

Dalam dimensi Kebutuhan Afektif mean tertinggi ada pada indikator Konten program “Mata Najwa” di Trans7 membuat saya terpacu untuk lebih sadar politik terhadap peristiwa yang sedang terjadi, dengan skor 393. Mean terendah ada pada indikator Timbulnya rasa senang setelah menonton program “Mata Najwa”, dengan skor 366.

Dalam dimensi Kebutuhan Pribadi Secara Integratif mean tertinggi ada pada indikator Konten program “Mata Najwa” membuat saya tidak ketinggalan berita terkini, dengan skor 401. Mean terendah ada pada indikator Saya dapat mencontoh cara membuat pertanyaan yang sedikit rumit dari program “Mata Najwa”, dengan skor 389.

Dalam dimensi Kebutuhan Sosial Secara Integratif mean tertinggi ada pada indikator Saya mendapat teman baru sesama penonton “Mata Najwa” dari social media program tersebut, dengan skor 379. Mean terendah ada pada indikator Program “Mata Najwa” menjadi topik yang saya bicarakan dengan teman-teman, dengan skor 351.

Dalam dimensi Kebutuhan Pelepasan mean tertinggi ada pada indikator Program “Mata Najwa” dapat menjadi alat bantu untuk menyampaikan opini masyarakat kepada narasumber melalui sosial media, dengan skor 415. Mean terendah ada pada indikator Program “Mata Najwa” merupakan suatu bentuk kerjasama yang baik antara host dan para narasumber, sehingga tercipta diskusi yang menarik untuk ditonton, dengan skor 344.

B. Hasil Analisis Bivariat

Pengaruh Variabel Isi Media (X₁) Terhadap Variabel Loyalitas (Y).

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.721 ^a	.519	.514	6,582
a. Predictors: (Constant), Isi Media				

Berdasarkan tabel diatas nilai R (koefisien korelasi) antara Isi Media (X₁) terhadap Loyalitas (Y) adalah 0,721 yang berarti terdapat hubungan yang **kuat** sebesar 72,1%. Sementara Nilai R² (koefisien determinasi) untuk Isi Media (X₁) terhadap Loyalitas (Y) yaitu sebesar 0,519 atau 51,9%, berarti Isi Media mempunyai pengaruh yang **cukup signifikan** terhadap Loyalitas, karena prosentase R square diatas 50%.

Pengaruh variabel media exposure (X₂) terhadap variabel Loyalitas (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.601 ^a	.362	.355	7,583
a. Predictors: (Constant), Media Exposure				

Berdasarkan tabel diatas nilai R (koefisien korelasi) antara Media exposure (X₂) terhadap Loyalitas (Y) adalah 0,601 yang berarti terdapat hubungan yang **kuat** sebesar 60,1%. Sementara Nilai R² (koefisien determinasi) untuk Media Exposure (X₂) terhadap (Y) yaitu sebesar 0,362 atau 36,2%, berarti Media Exposure mempunyai pengaruh yang **kurang signifikan** terhadap Loyalitas, karena prosentase R square dibawah 50%.

Pengaruh variabel Pemenuhan Kebutuhan (Z) terhadap variabel Isi Media (X₁)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.516 ^a	.266	.259	21,356
a. Predictors: (Constant), Pemenuhan Kebutuhan				

Berdasarkan tabel diatas nilai R (koefisien korelasi) antara Variabel Pemenuhan Kebutuhan (Z) terhadap variabel Isi Media (X₁) adalah 0,516 yang berarti terdapat hubungan yang **sedang** sebesar 51,6%. Sementara Nilai R² (koefisien determinasi) untuk Pemenuhan Kebutuhan (Z) terhadap Isi Media (X₁) yaitu sebesar 0,266 atau 26,6%, berarti Pemenuhan Kebutuhan mempunyai pengaruh yang **kurang signifikan** terhadap Isi Media, karena prosentase R

square dibawah 50%.

C. Hasil Analisis Multivariat

1. Analisis Regresi Berganda Variabel Isi Media (X₁) dan Media Exposure (X₂) Terhadap Loyalitas (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797 ^a	.635	.627	5,765
a. Predictors: (Constant), Media Exposure, Isi Media				

Berdasarkan tabel diatas nilai koefisien korelasi antara variabel Isi Media (X₁), Media Exposure (X₂) dengan Loyalitas (Y) adalah 0,797, berarti terdapat hubungan yang **Kuat** sebesar 79,9%. Sementara nilai R square untuk variabel Isi Media (X₁), Media Exposure (X₂) dengan Loyalitas (Y) yaitu sebesar 0,627 atau 62,7% berarti Isi Media (X₁) dan Media Exposure (X₂) mempunyai pengaruh yang **cukup signifikan** terhadap Loyalitas (Y).

D. Hasil Analisis GS & GO

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Isi Media	100	64	170	127,53	24,804
Media Exposure	100	8	30	24,39	5,384
Loyalitas	100	15	60	45,97	9,444
Pemenuhan Kebutuhan	100	24	74	56,15	9,354
Valid N (listwise)	100				

Berdasarkan tabel diatas Gratifications Sought (GS) yang merupakan nilai rata-rata variabel X₁ adalah 127,53. Sementara Gratifications Obtained (GO) yang merupakan nilai rata-rata Y (Loyalitas) adalah 45,97.

Artinya GS > GO maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh lebih sedikit dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan.

Jadi isi media dari Program Mata Najwa cukup menarik tapi tidak memberikan kepuasan kepada penonton meski penonton masih bisa menikmati program tersebut karena **GS lebih besar dari GO**.

IV. KESIMPULAN

Setelah melakukan uji analisis mengenai Pengaruh Program Talkshow Mata Najwa di Trans7 Terhadap Loyalitas Penonton, peneliti menyimpulkan bahwa:

Isi Media pada program Mata Najwa memiliki hubungan yang **kuat** dan pengaruh yang **cukup signifikan** terhadap Loyalitas Penonton.

Media Exposure pada program Mata Najwa memiliki hubungan yang **kuat** dan pengaruh yang **kurang signifikan**

terhadap Loyalitas Penonton.

Pemenuhan Kebutuhan Penonton Program Mata Najwa memiliki hubungan yang **sedang** dan pengaruh yang **kurang signifikan** terhadap Isi Media.

Menurut peneliti, penonton cukup menikmati program ini, tapi isi media dari program Mata Najwa tidak memenuhi kebutuhan penonton sehingga penonton kurang puas, karena program Mata Najwa tidak memenuhi kebutuhan pelepasan yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan dan hasrat akan keanekaragaman.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] David, G. M. (2018). *PENGARUH PROGRAM TALK SHOW "BROWNIS" DI TRANS TV TERHADAP KEPUASAN PENONTON*. 325.
- [2] Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset komunikasi - Rachmat Kriyantono, S.Sos., M.Si - Google Books*. Kencana Prenada Media Group.
- [3] Makhmud, R. (2019). Hubungan Kualitas Siaran Dan Intensitas Menonton Siaran Terhadap Loyalitas Penonton (Studi Kasus Program Acara Kick Andy di Metro TV). *Artikel, 4 No. 2*(Vol. 4 No. 2 (2019): Value Journal of Management and Business).
- [4] Morissan. (2018). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*.
- [5] Neuman, w L. (2011). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches, 5th Edition*.
- [6] Rafie, B. T. (2018). *Mata Najwa tayang lagi, tapi kali ini di Trans*. Kontan.Co.Id. <https://amp.kontan.co.id/news/mata-najwa-tayang-lagi-tapi-kali-ini-di-trans7>
- [7] Rahmah, G. (2017). *Najwa Shihab Umumkan Berhentinya Mata Najwa, Ini Kata Metro TV*. Tempo.Co. <https://nasional.tempo.co/read/898252/najwa-shihab-umumkan-berhentinya-mata-najwa-ini-kata-metro-tv/full&view=ok>
- [8] Rakhmat, J. (2014). *Metode Penelitian Komunikasi- Dilengkapi Contoh Analisis Statistik* (16th ed.). Remaja Rosdakarya.
- [9] Riduwan. (2015). *Skala Pengukuran Variabel - Variabel Penelitian*. Alfabeta.
- [10] Rizky, S. A. (2016). Acara Di Televisi Dan Pemenuhan Informasi Pada Mahasiswa (Studi Korelasional Tentang Acara Wide Shot di Metro TV Terhadap Upaya Pemenuhan Informasi pada Mahasiswa Komunikasi FISIP USU). *Student Papers, Studi Korelasional Tentang Acara Wide Shot di Metro TV Terhadap Upaya Pemenuhan Informasi pada Mahasiswa Komunikasi FISIP USU*. <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/57721>
- [11] Severin, W. J., James W. Tankard, J., & Haryanto, S. (2014). *Teori Komunikasi: Sejarah, metode, dan terapan di dalam media massa* (5th ed.). Kencana Prenadamedia.