

## **Hubungan Antara Tayangan Wonder Food NET TV Dengan Sikap Ibu Rumah Tangga Untuk Berkuliner**

The Relationship Between “Wonder Food” NET TV Show With The Attitude of Housewives on Doing Culinary Activities

<sup>1</sup>Luthvito Alfauzan, <sup>2</sup>Dadan Mulyana

*Prodi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,  
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*

*email : <sup>1</sup>lalfauzan@gmail.com, <sup>2</sup>dadanmulyana@unisba.ac.id*

**Abstract.** Technological progress is something that cannot be avoided in this life, because technological progress will go according to the advancement of science. Every innovation is created to provide positive benefits to human life. Providing a lot of convenience, as well as a new way of doing human activities. Especially in the field of technology, people have enjoyed the many benefits brought by innovations that have been produced in the past decade. However, even though it was originally created to produce positive benefits, on the other hand it is also possible to be used for negative things. No matter old or young, even children almost spend part of their growth period staring at this one thing. This was carried out by the Wonder Food on NET TV program which always provided a spectacle that entertained and provided knowledge about doing some culinary. The purpose of this study was to find out whether there was a relationship between the Wonder Food NET TV show and the attitude of housewives on doing some culinary activities. The theory used in this study is the Uses and Gratification Theory (Use Theory and Satisfaction). This theory explains that audiences have the power to decided which media to choose or use. Audiences have an active role in interpreting and integrating media into their lives. The method used in this study is the correlational method. The overall results of this study that the Wonder Food NET TV show has a relationship with the attitude of the housewives on doing some culinary activities.

**Keyword :** Television, Attitude, Uses and Gratification Theory

**Abstrak.** Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia. Memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktifitas manusia. Khusus dalam bidang teknologi masyarakat sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi yang telah dihasilkan dalam dekade terakhir ini. Namun demikian, walaupun pada awalnya diciptakan untuk menghasilkan manfaat positif, di sisi lain juga memungkinkan digunakan untuk hal negatif. Tidak peduli tua ataupun muda, bahkan anak-anak pun hampir menghabiskan sebagian masa pertumbuhan mereka untuk menatap benda yang satu ini. Hal tersebut dilakukan oleh acara Wonder Food di NET TV yang selalu memberikan tontonan yang menghibur dan memberi pengetahuan tentang untuk berkuliner. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara tayangan Wonder Food NET TV dengan sikap ibu rumah tangga untuk berkuliner. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Uses and Gratification (Teori Penggunaan dan Kepuasan). Teori ini menjelaskan bahwa khalayak memiliki kekuasaan untuk memutuskan media mana yang akan dipilih atau digunakan. Khalayak memiliki peran aktif dalam melakukan interpretasi dan mengintegrasikan media ke dalam kehidupannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional. Hasil keseluruhan dari penelitian ini bahwa tayangan Wonder Food NET TV memiliki hubungan dengan sikap ibu rumah tangga untuk berkuliner.

**Kata kunci :** Televisi, Sikap, Teori Uses and Gratification

## A. Pendahuluan

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia. Memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktifitas manusia. Khusus dalam bidang teknologi masyarakat sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi – inovasi yang telah dihasilkan dalam dekade terakhir ini. Namun demikian, walaupun awalnya diciptakan untuk menghasilkan manfaat positif, disisi lain juga memungkinkan digunakan untuk hal negatif. Media massa merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi dalam bidang informasi dan komunikasi. Pengaruh media massa berbeda – beda terhadap setiap individu. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan pola pikir, perbedaan sifat yang berdampak pada pengambilan sikap, hubungan sosial sehari-hari, dan perbedaan budaya. Perubahan sosial di masyarakat berorientasi pada upaya untuk meninggalkan unsur-unsur yang mesti ditinggalkan, berorientasi pada pembentukan unsur baru, serta berorientasi pada nilai-nilai yang telah ada pada masa lampau. Televisi merupakan media pandang sekaligus media pendengar berupa audiovisual, sehingga penonton tidak hanya melihat gambar yang ditayangkan televisi, tetapi juga mendengar ataupun mencerna narasi dari gambar tersebut (Adi, 2010:39). Tayangan ditampilkan atau disiarkan melalui media massa televisi. Tayangan tersebut bisa bersifat hiburan, informasi, ataupun edukasi seperti tayangan mengenai pendidikan.

Berdasarkan latar belakang yang penulis paparkan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

“Bagaimana Hubungan antara Tayangan “Wonder Food NET TV” dengan Sikap Ibu Rumah Tangga untuk Berkuliner?”

1. Adakah hubungan antara intensitas tayangan *Wonder Food NET TV* dengan sikap ibu rumah tangga untuk berkuliner?
2. Adakah hubungan antara isi pesan tayangan *Wonder Food NET TV* dengan sikap ibu rumah tangga untuk berkuliner?
3. Adakah hubungan antara daya tarik tayangan *Wonder Food NET TV* dengan sikap ibu rumah tangga untuk berkuliner?

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Sampel sebanyak 100 ibu rumah tangga yang aktif menonton tayangan Wonder Food NET TV dan teknik analisis data menggunakan Rank Spearman untuk menguji hubungan antara tayangan Wonder Food NET TV dengan sikap.

## B. Landasan Teori

Teori *uses and gratification* merupakan studi dalam bidang memusatkan perhatian kepada pengguna (*use*) isi media untuk mendapatkan kepuasan (*gratification*) atas kebutuhan khalayak (Rohim, 2009: 188). Pendekatan ini akan melihat perilaku khalayak dalam hal penerimaan pesan dari media ke khalayak atau penonton, dari situ lah akan terlihat kebutuhan pengguna dan kepentingan khalayak.

Blumer dan Katz mengatakan bahwa pengguna media memiliki peran aktif dalam memilih dan menggunakan media (dalam Nurudin, 2011: 192). Dalam hal ini, pengguna media merupakan pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Teori *Uses and Gratification* ini mengasumsikan pengguna media memilih dan

menentukan media mana yang bisa memenuhi kebutuhannya. Wright (dalam McQuail, 2011: 174) memandang media sebagai pelayan astas kebutuhan masyarakat yang beragam seperti: kohesi, keberlangsungan budaya, kontrol sosial, memberikan informasi kepada publik. Wright mengasumsikan bahwa media mengandaikan bisa memenuhi kebutuhan individu dalam hal informasi, relaksasi, membentuk identitas, dan panduan pribadi.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berikut adalah hasil penelaitain mengenai hubungan antara tayangan Wonder Food NET TV dengan sikap ibu rmah tangga untuk berkuliner, yang diuji dengan menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian sebagai berikut :

**Tabel 1.** Hubungan Antara Tayangan Wonder Food NET TV (X) Dengan Sikap ibu rumah tangga untuk berkuliner (Y).

Variabel	Rs	t <sub>hitung</sub>	t <sub>(0,1;98)</sub>	Keterangan	Tingkat Keerat an	Kesimpul an
X dan Y	0,313	3,264	1,661	Signifika n	Hubun gan rendah tapi pasti	H0 ditolak dan H1 diterima
X1 dan Y	0,234	2,383	1,661	Signifika n	Hubun gan rendah tapi pasti	H0 ditolak dan H1 diterima
X2 dan Y	0,205	2,703	1,661	Signifika n	Hubun gan rendah tapi pasti	H0 ditolak dan H1 diterima
X3 dan Y	0,234	2,383	1,661	Signifika n	Hubun gan rendah tapi pasti	H0 ditolak dan H1 diterima

Dari tabel tersebut dapat dilihat koefisien korelasi *Rank Spearman* ( $r_s$ ) adalah sebesar

(1) 0,313 (2) 0,234, (3) 0,205, (4) 0,234. Hasil uji signifikansi berdasarkan nilai t tabel dengan  $df= 98$  dan  $\alpha = 10\%$  , maka dapat dilihat bahwa t hitung  $>$  t tabel sehingga  $H_0$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara tayangan Wonder Food NET TV terhadap sikap ibu rumah tangga untuk berkuliner. Dengan menggunakan kriteria Guildford, berada diantara kriteria  $> 0,20 - 0,40$  sehingga tingkat hubungan antara tayangan Wonder Food NET TV dengan sikap ibu rumah tangg untuk beruliner menunjukkan hubungan rendah tapi pasti.

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka didapati bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas tayangan Wonder Food dengan Sikap ibu rumah tangga untuk berkuliner. Dari hasil perhitungan Korelasi *Rank Spearman* diperoleh korelasi sebesar 0,234 nilai tersebut termasuk dalam kategori hubungan rendah tapi pasti. Artinya melalui intensitas tayangan Wonder Food NET TV sikap ibu rumah tangga terhadap tayangan tersebut sudah cukup membuat mereka senang.

Poerwadarminta (2003: 384) ialah suatu kegiatan yang sungguh-sungguh mendalam dan hal tersebut dapat bertambah dan kadang-kadang berkurang atau melemah. Indikator dari intensitas adalah keseringan (kontinuitas), kesungguhan atau kebulatan tekad (semangat) dan tenaga yang dikerahkan untuk melakukan suatu usaha (perhatian).

Dalam aspek isi pesan ini maka dapat disimpulkan terdapat hubungan yang rendah tapi pasti antara isi pesan tayangan Wonder Food NET TV dengan sikap ibu rumah tangga untuk berkuliner yang dimana pesan yang disampaikan dalam tayangan Wonder Food ini

memiliki daya tarik, serta pesan yang disampaikan dalam tayangan Wonder Food ini mudah dimengerti, baik dalam pengambilan bahasa juga mudah dimengerti. Sehingga ibu rumah tangga ini memiliki sikap terhadap tayangan tersebut. Seperti kita ketahui jika tayangan Wonder Food NET TV memberikan informasi berupa kuliner dimana pada zaman sekarang telah muncul banyak sekali makanan yang unik dan kreatif yang membuat para pecinta kuliner penasaran dan memilih makanan mana yang ingin mereka cicipi, yang dimana ibu rumah tangga ini membutuhkan informasi mengenai harga makanan, cara pembuatannya, tempatnya, dan yang lainnya.

Dalam aspek daya tarik ini dapat disimpulkan terdapat rendah tapi pasti antara daya tarik tayangan Wonder Food NET TV dengan sikap ibu rumah tangga untuk berkuliner yang dimana ide cerita yang ditayangkan dalam Wonder Food menarik dan kreatif membuat para penontonya, ditambah lagi *host* yang bisa menyampaikan pesan mengenai kuliner dengan jelas dan tepat serta hebat dalam mencairkan suasana menjadi suasana yang lucu dan menyenangkan.

#### **D. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan mengenai hubungan antara tayangan Wonder Food NET TV dengan sikap ibu rumah tangga untuk berkuliner simpulannya adalah :

1. Terdapat hubungan antara tayangan Wonder Food NET TV dengan sikap ibu rumah tangga untuk berkuliner di lingkungan RW 17
2. Terdapat hubungan antara intensitas tayangan Wonder Food NET TV dengan sikap ibu rumah tangga untuk berkuliner di lingkungan RW 17

3. Terdapat hubungan antara isi pesan tayangan Wonder Food NET TV dengan sikap ibu rumah tangga untuk berkuliner di lingkungan RW 17
4. Terdapat hubungan antara daya tarik tayangan Wonder Food NET TV dengan sikap ibu rumah tangga untuk berkuliner di lingkungan RW 17

#### **Daftar Pustaka**

- Ardianto, Elvinaro dkk. 2007. Komunikasi Massa. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto. 2010. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta
- Darmawan, Deni. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sumber Lain  
(<https://dikiumbara.wordpress.com/2018/11/03/menakar-rating-mengukur-pemirsa-tv/>)  
<http://elibrary.unisba.ac.id/> (diakses 6 oktober 2018)