

Hubungan antara Tayangan Acara “DR OZ” di Trans TV dengan Pengetahuan Publik Tentang Kesehatan

Relations Between Impressions of DR OZ Program on Trans TV with Public Knowledge about Healthiness

¹Eggi Dharmawan, ²Ani Yuningsih

^{1,2}*Prodi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

email: ¹dharmawaneggi@gmail.com, ²yuningsihani@yahoo.com

Abstract. The studi entitled “Relations Between Impressions of DR OZ Program on Trans TV with Public Knowledge about Healthiness. The pupose of this study was to determine the relationship between impressions DR OZ program on Trans TV with public knowledge in Cibeunying village, Cimeunyan Subdistrict, Bandung District about healthiness. Where as the object of this study is public knowledge about healt towards DR OZ program on Trans TV. The method used is correlational aims to examine the extent to which variation in a factor associated with variations in other factors, while data collection techniques through a questionnaire that has been tested for validity and reliability, literature, observation, and interviews. The population is about 25,000 inhabitants of 6145 heads of families (Source Document village Cibeunying 2015). The sampling technique used is the two-stage cluster sampling technique in which a sample is taken from the existing population as many as 97 heads of households as respondents. Based on the results of statistical calculations using Spearman Rank conclusion that there is a significant relationship between impressions event DR OZ TRANS TV (X) with public knowledge about health (Y), it can be concluded according identifying the problem that there is a significant relationship between impressions event DR OZ TRANS TV with public knowledge about health, there is a significant relationship between material-view event DR OZ TRANS TV with public knowledge about health, there is a significant correlation between the intensity of the display shows DR OZ TRANS TV with public knowledge about health, there is a relationship significant between presentation techniques DR OZ-view event at TRANS TV with public knowledge about health.

Keywords: Intensity , Content , Presentation Techniques , Health Sciences.

Abstrak. Penelitian ini berjudul “Hubungan Antara Tayangan Acara DR OZ di TRANS TV dengan Pengetahuan Publik Tentang Kesehatan”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara tayangan acara DR OZ di TRANS TV dengan pengetahuan publik di Kelurahan Cibeunying Kecamatan Cimeunyan Kab. Bandung tentang kesehatan. Sedangkan objek penelitian ini adalah pengetahuan publik tentang kesehatan terhadap tayangan acara DR OZ di TRANS TV. Metode yang digunakan adalah korelasional yang bertujuan untuk meneliti sejauh mana variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi pada faktor lain, sedangkan teknik pengumpulan data melalui angket yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, kepustakaan, observasi, dan wawancara. Populasi yang diambil adalah sebanyak 25.000 jiwa dari 6145 Kepala keluarga (Sumber Dokumen kelurahan Cibeunying 2015). Teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling kluster dua tahap dimana sampel di ambil dari populasi yang ada sebanyak 97 kepala keluarga sebagai responden. Berdasarkan hasil perhitungan statistik menggunakan *Rank Spearman* diperoleh kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara tayangan acara DR OZ di TRANS TV (X) dengan pengetahuan publik tentang kesehatan (Y), maka dapat ditarik kesimpulan sesuai identifikasi masalah yaitu terdapat hubungan yang bermakna antara tayangan acara DR OZ di TRANS TV dengan pengetahuan publik tentang kesehatan, terdapat hubungan yang bermakna antara materi tayangan acara DR OZ di TRANS TV dengan pengetahuan publik tentang kesehatan, terdapat hubungan yang bermakna antara intensitas tayangan acara DR OZ di TRANS TV dengan pengetahuan publik tentang kesehatan, terdapat hubungan yang bermakna antara teknik penyajian tayangan acara DR OZ di TRANS TV dengan pengetahuan publik tentang kesehatan.

Kata Kunci: Intensitas, Materi, Teknik Penyajian, Pengetahuan Kesehatan.

A. Pendahuluan

Media adalah saluran komunikasi massa yang memiliki ciri khusus, yaitu mempunyai kemampuan untuk menarik perhatian khalayak secara serempak dan serentak (Riswandi, 2009:2). Media *massa* yang dianggap paling mempengaruhi khalayaknya dalam hal penyampaian informasi adalah televisi. Kemajuan teknologi televisi membuat semuanya menjadi dekat, mudah dilihat dan didengar. Media televisi mampu membuat dunia menjadi kecil yang dikemas dalam sebuah kotak, dengan kata lain mampu memberikan berbagai informasi dari berbagai belahan dunia yang cepat, aktual dan tepat ke pemirsa.

Televisi merupakan salah satu media komunikasi massa yang sangat penting dan menjadi salah satu kebutuhan hidup masyarakat. Hampir di seluruh rumah-rumah penduduk baik di Indonesia maupun di Negara lainnya, telah memiliki televisi. Ini menunjukkan televisi telah menjadi salah satu kebutuhan hidup manusia.

TRANS TV menjadi salah satu media elektronik di tanah air yang mencitrakan stasiunnya sebagai saluran hiburan dan informasi dengan mendatangkan para pakar ahli dibidang kesehatan yang dituangkan dalam bentuk *talk show* di TRANS TV yang diberi nama acara “DR OZ”. Program ini bukan hanya menghibur tetapi yang paling utama dapat menjadi inspirasi bagi pemirsa untuk berani mewujudkan kehidupan yang sehat untuk menuju kehidupan yang lebih baik.

Topik-topik yang diangkat dalam Dr. OZ Indonesia ialah mengenai gaya hidup yang sehat dan berbagai isu terkini berdasarkan pengalaman paranarasumber maupun opini dari para pakar. Salah satu narasumbernya adalah parapakar dibidangnya yang akan memberikan informasi pengobatan, mulai dari bagaimana mencegahnya sampai mengobati penyakit.

Peneliti beranggapan bahwa tidak semua masyarakat memiliki keadaan financial yang sama, banyak juga masyarakat yang masih berada pada taraf ekonomi menengah kebawah yang tidak bisa selalu memeriksa kesehatannya melalui pelayanan kesehatan dari rumah sakit atau dokter karena biaya yang mahal. Tujuan dari tayangan “DR OZ” adalah memberikan sisi edukasi mengenai kesehatan, dimana informasi dari tayangan tersebut diberikan secara gratis melalui tayangan “DR OZ”, jadi saat masyarakat mengalami keluhan pada kesehatannya, masyarakat mampu mengenali dan mengatasi gejala awal penyakit tanpa harus terlebih dahulu datang ke pelayanan kesehatan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: **“Bagaimana hubungan tayangan acara “DR OZ” di trans tv dengan pengetahuan publik tentang kesehatan”**. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui hubungan antara materi tayangan acara “DR OZ” dengan pengetahuan publik tentang kesehatan.
2. Untuk mengetahui hubungan antara Intensitas tayangan acara “DR OZ” dengan pengetahuan publik tentang kesehatan.
3. Untuk mengetahui hubungan antara teknik penyajian tayangan acara “DR OZ” dengan pengetahuan publik tentang kesehatan.

B. Landasan Teori

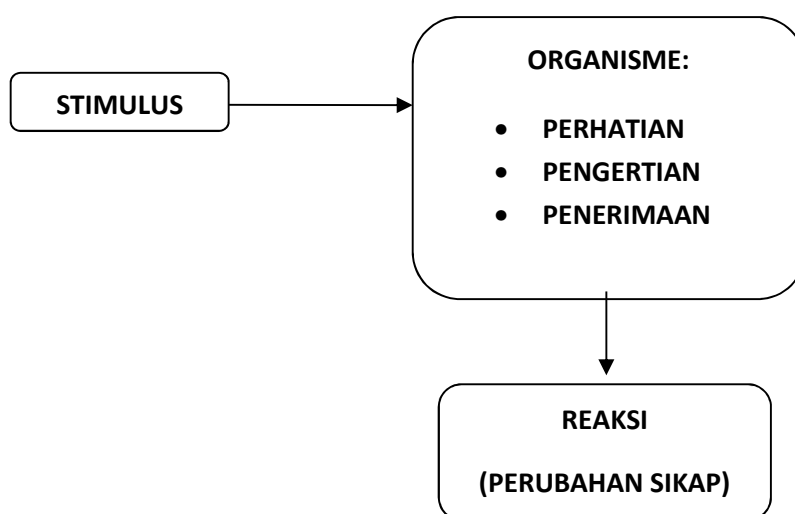
Menurut Effendy, lahir suatu model klasik komunikasi yang banyak mendapat pengaruh teori psikologi, Teori S-O-R singkatan dari Stimulus-Organism-Response. Objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi afeksi dan konasi. (Onong Uchjana Effendy, 2003:225).

Asumsi dasar dari model ini adalah: media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. *Stimulus Response Theory* atau S-R theory. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Artinya model ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Pola S-O-R ini dapat berlangsung secara positif atau negatif; misal jika orang tersenyum akan dibalas tersenyum ini merupakan reaksi positif, namun jika tersenyum dibalas dengan palangan muka maka ini merupakan reaksi negatif. Model inilah yang kemudian mempengaruhi suatu teori klasik komunikasi yaitu Hypodermic Needle atau teori jarum suntik. Asumsi dari teori inipun tidak jauh berbeda dengan model S-O-R, yakni bahwa media secara langsung dan cepat memiliki efek yang kuat terhadap komunikan. Artinya media diibaratkan sebagai jarum suntik besar yang memiliki kapasitas sebagai perangsang (S) dan menghasilkan tanggapan (R) yang kuat pula.

Hosland, et al (1953) mengatakan bahwa proses perubahan perilaku pada hakekatnya sama dengan proses belajar. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses belajar pada individu yang terdiri dari :

1. Stimulus (rangsang) yang diberikan pada organisme dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus itu tidak efektif mempengaruhi perhatian individu dan berhenti disini. Tetapi bila stimulus diterima oleh organisme berarti ada perhatian dari individu dan stimulus tersebut efektif.
2. Apabila stimulus telah mendapat perhatian dari organisme (diterima) maka ia mengerti stimulus ini dan dilanjutkan kepada proses berikutnya.
3. Setelah itu organisme mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (bersikap).
4. Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka stimulus tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku).

TEORI S-O-R



Model “Stimulus Organism Respons (S-O-R)”

Selanjutnya teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila stimulus (rangsang) yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula. Stimulus yang dapat melebihi stimulus semula ini berarti stimulus yang diberikan harus dapat meyakinkan organisme. Dalam meyakinkan organisme ini, faktor reinforcement memegang peranan penting.

Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula. Mengutip pendapat Hovland, Janis dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting yaitu :

1. Perhatian,
2. Pengertian, dan
3. Penerimaan.

Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap. Teori ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (*stimulus*) yang berkomunikasi dengan organisme. Artinya kualitas dari sumber komunikasi (*sources*) misalnya intensitas tayangan, kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat.

Berdasarkan teori diatas, maka kredibilitas narasumber, teknik penyajian, bintang tamu sebagai pemberi stimulus (menyampaikan materi acara) dan teknik komunikasi yang dilakukan nerasumber mempunyai peran penting. Karena hal ini menyangkut akan perhatian, pengertian, penerimaan, dan pemahaman organism (penonton), agar terjadi respon yang diharapkan oleh narasumber, yakni adanya penambahan pengetahuan penonton mengenai kesehatan.

Pengetahuan merupakan salah satu dari komponen kognisi yaitu berkaitan dengan sikap. Maka dengan ditayangkannya acara “DR OZ” di TRANS TV, diharapkan ada perubahan sikap dari penonton. Yaitu setelah penonton mengikuti tayangan acara “DR OZ”, maka diharapkan wawasan penonton akan kesehatan bertambah dan selanjutnya akan disampaikan kembali kepada masyarakat luas, khususnya kepada orang-orang terdekat.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Hubungan Antara Tayangan Acara Dr Oz (X) Dengan Pengetahuan Publik Tentang Kesehatan (Y)

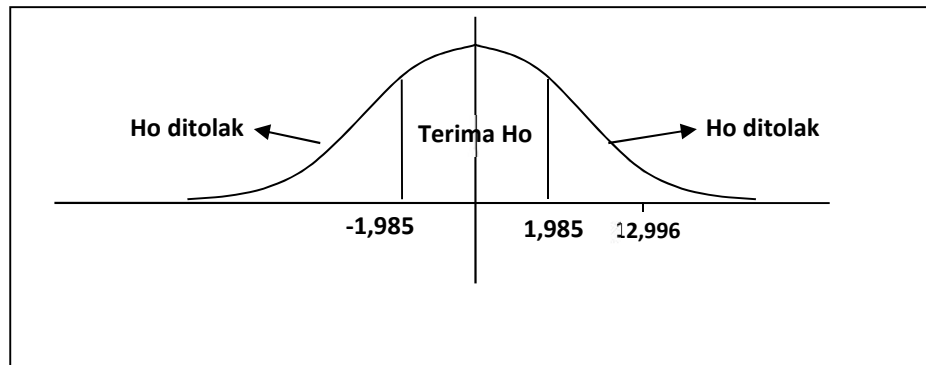
Berikut ini merupakan penelitian mengenai hubungan antara Tayangan Acara Dr Oz (X) dengan Pengetahuan Publik Tentang Kesehatan (Y), yang dijelaskan pada tabel berikut:

Variabel	R_s	t hitung	t tabel	Keputusan	Keterangan	Koefisien Determinasi
Tayangan Acara Dr Oz (X) dan Pengetahuan Publik tentang Kesehatan (Y)	0,800	12,996	1,985	Ho Ditolak	Signifikan	64,0%

Sumber : Data yang sudah diolah

n= 97 Responden

Kurva Uji T



Dari tabel tersebut diatas dapat diketahui bahwa besarnya hubungan antara Tayangan Acara Dr Oz (X) dengan Pengetahuan Publik Tentang Kesehatan (Y) adalah 0,800. Hubungan ini termasuk kategori sangat kuat.

Hasil pengujian dengan statistik t didapat nilai $t_{hitung} (12,996) > t_{tabel} (1,985)$. Hal tersebut mengindikasikan penolakan H_0 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara Tayangan Acara Dr Oz (X) dengan Pengetahuan Publik Tentang Kesehatan (Y). Semakin tinggi Tayangan Acara Dr Oz (X), maka akan semakin tinggi pula Pengetahuan Publik Tentang Kesehatan (Y). Koefisien determinasi dari hasil perhitungan didapat sebesar 64,0%. Hal ini memberikan pengertian Pengetahuan Publik Tentang Kesehatan (Y) dipengaruhi oleh Tayangan Acara Dr Oz (X) sebesar 64,0%, sedangkan sisanya 36,0% merupakan kontribusi variabel lain selain Tayangan Acara Dr Oz (X).

Hasil dari penelitian terlihat bahwa setelah responden menyaksikan tayangan acara DR OZ, semakin bertambahnya pengetahuan publik akan kesehatan. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa terdapat hubungan antara tayangan acara DR OZ dengan pengetahuan publik tentang kesehatan. Dari hasil wawancara dengan beberapa responden, tayangan acara DR OZ memiliki daya tarik sehingga responden cepat mengerti akan materi yang disampaikan. Semakin baik kualitas stimulus yang diberikan maka akan timbul pula efek yang di inginkan (bertambahnya pengetahuan publik dan perubahan perilaku).

D. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti akan menguraikan beberapa kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang berjudul **“Hubungan Antara Tayangan Acara DR OZ di TRANS TV Dengan Pengetahuan Publik Tentang Kesehatan”**.

Dari analisis data penelitian yang peneliti jelaskan dalam bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sesuai identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan yang bermakna antara tayangan acara “DR OZ” dengan bertambahnya pengetahuan public tentang kesehatan.
2. Terdapat hubungan yang bermakna antara materi tayangan acara “DR OZ” dengan bertambahnya pengetahuan public tentang kesehatan.
3. Terdapat hubungan yang bermakna antara intensitas tayangan acara “DR OZ” dengan bertambahnya pengetahuan public tentang kesehatan.
4. Terdapat hubungan yang bermakna antara teknik penyajian tayangan acara “DR OZ” dengan bertambahnya pengetahuan public tentang kesehatan.

Saran

Dari hasil penelitian yang diperoleh, maka peneliti akan memberikan beberapa saran yaitu terdiri dari saran pengembangan praktis dan saran pengembangan ilmu yang mungkin dapat meningkatkan kualitas dan memotivasi Trans TV untuk memberikan tayangan yang jauh lebih baik kepada khalayak.

Saran Pengembangan Praktis

1. Dalam variabel materi dalam tayangan acara DR OZ yang sudah diteliti dinilai sudah sangat baik, saran saya sebagai penulis adalah meningkatkan lagi segi materi yang akan ditayangkan, dan lebih mengemas materi agar lebih menarik khlayak untuk menonton program acara ini.
2. Intensitas tayangan pada acara DR OZ ini dinilai sudah baik, saran saya sebagai penulis adalah frekuensi dan durasi penyiaran program tayangan ini ditambah, sehingga semakin banyaknya ditayangkan program tayangan ini, maka akan semakin banyak juga khalayak yang akan sering menonton tayangan acara ini, sehingga pengetahuan publik akan bertambah tentang kesehatan.
3. Dalam variabel teknik penyajian yang sudah diteliti dinilai sudah sangat baik, saran saya sebagai penulis adalah dalam penyajiannya akan lebih menarik apabila mendatangkan narasumber dari luar negeri yang tentunya juga memiliki kredibilitas yang baik, sehingga penonton akan lebih percaya akan materi yang disajikan.

Saran Pengembangan Ilmu

1. Peneliti memberi saran bagi calon-calon peneliti, alangkah lebih baiknya jika tema yang peneliti angkat dalam penelitian ini dapat menjadi bahan penelitian bagi calon peneliti namun sebaiknya teori yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijadikan sub judul agar peneliti selanjutnya dapat membahas secara lebih mendalam
2. Sebaiknya bagi calon-calon peneliti yang akan datang, dalam pengambilan tema yang diteliti dalam penelitian ini dapat diteliti lebih luas dan mendalam sehingga para calon peneliti dapat melakukan penelitiannya dalam bentuk penelitian yang berbeda seperti penggunaan metodenya.
3. Dilihat dari kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang bermakna antara materi tayangan acara DR OZ dengan bertambahnya pengetahuan publik tentang kesehatan, sebaiknya bagi calon peneliti selanjutnya dapat lebih banyak menambahkan pertanyaan-pertanyaan untuk angket khususnya mengenai materi dalam tayangan acara suatu program.
4. Dilihat dari kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang bermakna antara intensitas tayangan acara DR OZ dengan bertambahnya pengetahuan publik tentang kesehatan, sebaiknya bagi calon peneliti selanjutnya dapat lebih banyak menambahkan pertanyaan-pertanyaan yang bervariasi untuk angket khususnya mengenai intensitas dalam tayangan acara suatu program.
5. Dilihat dari kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang bermakna antara teknik penyajian tayangan acara DR OZ dengan bertambahnya pengetahuan publik tentang kesehatan, sebaiknya bagi calon peneliti selanjutnya dapat lebih banyak menambahkan pertanyaan-pertanyaan untuk angket khususnya mengenai teknik penyajian dalam tayangan acara suatu program yang lebih bervariasi.

Daftar Pustaka

- Mulyana, Deddy. 2011. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana, 1993. *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*, Bandung : PT. Cita Aditya Bakti. Jakarta : PT. Erlangga
- McQuail, Dennis, 2002. *Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*
- Wiryanto. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Gramedia. 2000.
- Effendy, Onong U. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosda Karya. Bandung: 2006.
- Effendy, Onong Uchjana, 2003. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Kuswandi, Wawan, 1996. *Komunikasi Massa, Sebuah Analisis Media Televisi*, Jakarta : Penerbit Rineka Cipta
- Sumartono, Terperangkap dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi). 2002. Alfabeta: Bandung.
- Framanik, Naniek Aprilla. 2012. *Komunikasi Persuasi*. Kocipta Publishing. Serang.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.