PENGARUH PROGRAM MAMAH & AA TERHADAP PEMENUHAN INFORMASI KOGNITIF PEMIRSA

Yuniati
Email : Yuni6055@gmail.com
Ahmad Toni
Email :Ahmad.toni@budiluhur.ac.id
Fakultas Ilmu Komunikasi-Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

This research aims to find out "how great the influence and how great knowledge in "Mamah&AaBeraksi" Program on The Indosiar Against fulfillment of Religious Knowledge Information (Survey on Housewives Rw 12 Kebayoran Lama). This research using explanatory method with quantitative research type. The population totaled 91 respondents using Quota Sampling technique. B Researchers conducting the dissemination of questionnaires to 91 respondents. Statistical tests used in this research are Simple Linear Regression, Correlations test, and use hypothesis test i.e. Anova, that is processed by IBM SPSS software version 22. With Using Uses And Gratification theory.Conclusions from the R Square test results it can be concluded that the "influence of program Mamah&AaBeraksi on Indosiar Against The Cognitive Information Fulfillment Of Audience" (survey on housewives RW 12 Kebayoran Lama) amounting to 11.1%, while the rest of 88.9% is from another variable that is not examined in this research. Then, this research be demonstrated that the Haaccepted and Ho is rejected, it can be seen from the significant value of 0.000< 0.05 it means there is any the influence of mamah &aa beraksi program on indosiar against the cognitive information fulfillment of audience.

Keyword: Fulfillment Informatio, Influence, Program

Pendahuluan

Pada hakikatnya setiap manusia yang berada dibumi ini pasti memerlukan komunikasi dalam keseharian mereka.Ini karena, komunikasi adalah unsur terpenting dalam kehidupan bersosialisasi. Tanpa komunikasi sudah dapat dipastikan manusia tidak akan bersosialisasi dengan baik, karena dengan berkomunikasi dapat membantu manusia dalam menyampaikan pesan kepada orang lain dan mencapai tujuan tertentu. Komunikasi juga dapat dilakukkan dengan berbagai cara dan ditujukan berbagai komunikan. Komunikasi dibedakan menjadi komunikasi intrapribadi dan antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa.

Sejalan dengan makin majunya era globalisasi saat ini, makin sulit memisahkan antara kehidupan modern dengan telekomunikasi dan media massa. Dikarenakan, saling bergantungnya kedua aspek itu dalam kehidupan di era globalisasi ini.

Komunikasi massa pertama kali muncul pada akhir tahun 1920-an dan memiliki banyak pengertian sehingga sulit bagi para ahli untuk secara sederhana mendefenisikan komunikasasi massa. Istilah "massa" menggambarkan sesuatu (orang atau barang)

dalam jumlah besar, sementara “komunikasi” mengacu pada pemberi dan penerima arti, pengirim dan penerima pesan.

Media massa juga mempengaruhi khalayak, karena media massa adalah sarana bantu manusia dalam mencari informasi untuk memenuhi kebutuhanya. Media juga bisa mempengaruhi khalayak, itu disebabkan informasi yang lengkap dan bisa dipercaya oleh khalayak itu sendiri. Informasi yang didapatkan bergantung pada media apa yang digunakan.

Ada berbagai macam fungsi dan komunikasi massa, salah satunya adalah sebagai sarana hiburan, fungsi menghibur dalam komunikasi massa dimaksud bahwa media massa menyajikan program hiburan dan informasi bagi masyarakat terutama untuk relaksasi, pengalihan perhatian, dan meredakan keteganggan sosial. Televisi tidak terlepas dari program acara yang dibentuk oleh orang-orang kreatif yang bekerja dibalik layar membuat tayangan semakin variatif dan menarik minat khalayak.

Dari semua media massa, televisi adalah media yang paling berpengaruh dalam kehidupan manusia kerena mampu menyajikan pesan dalam bentuk suara, gerak, pandangan dan warna secara bersamaan sehingg mampu menstimuli indra pendengaran dan pengelihatan (Afdjani, 2014 : 160)

Indosiar adalah salah satu stasiun televisi swasta nasional di Indonesia.Stasiun televisi ini beroperasi dari Daan Mogot, Jakarta Barat.Indosiar awalnya didirikan dan dikuasai oleh Salim Group. Pada tahun 2004, Indosiar merupakan bagian dari PT. Indosiar Karya Media Tbk. (sebelumnya PT. Indovisual Citra Persada) yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (dahulu Bursa Efek Jakarta). Pada 13 Mei 2011, mayoritas saham PT. Indosiar Karya Media Tbk. dibeli oleh,pemilik SCTV(melalui SCM sebelumbergabung dengan IDKM) dan O Channel, menjadikan ketiga stasiun televisi berada dalam satu pengendalian. Kini, stasiun televisi ini resmi dikuasai oleh SCM pasca bergabung dengan IDKM dan "bersaudara" dengan SCTV.

Salah satu acara yang peneliti pilih adalah program acara religi “Mamah & Aa Beraksi” yang ditayangkan di Indosiar. Program “Mamah &Aa Braksi” ini sudah beberapa kali mengalami perubahan jam tayang dan saat ini program tayang setiap hari pukul 06:00 WIB. Program ini adalah program yang mengupas tentang sebuah fenomena yang akan dikaitkan dengan kacamata islam

TV PROGRAM RATING & PROFILE: MAMAH& AA' BERAKSI (IVM), People 5+, 11 Cities
JANUARY - SEPTEMBER 2017

Analysis	: Programmes
Selected date(s)	: 01/01/2017 - 30/09/2017
Selected channel(s)	: IVM
Selected day part(s)	: 02.00.00 - 25.59.59 (All Days)
Selected market(s)	: Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, Makassar,Yogyakarta, Palembang, Denpasar, Banjarmasin, Surakarta.
Selected target(s)	: People above 5 years old
Total Individuals (5+, 11 Cities)	: 54,133,421 individuals

Sejak penayangan program Mamah & Aa Beraksipenayanganya telah mengambil hati pemirsanya, terbukti dari episode perdananya pada tanggal 15 Maret 2007 hingga sekarang, program ini tetap eksis menemani pemirsa setianya. Selain itu akun-akun media sosial yang dimiliki program ini banyak menampung curhatan atau pertanyaan yang akan dijawab langsung oleh Mamah Dedeh saat acara berlangsung. Dengan adanya tayangan Mamah &Aa Beraksi, masyarakat bisa menambah pengetahuan sebagai pemenuhan informasi tentang agama, tayangan ini juga dapat dijadikan sebagai informasi karena bahasa yang disajikan dapat dipahami.

Menurut data dari Nielsen Indonesia Program Mamah & Aa Beraksi di Indosiar menempatkan rating sebesar 1,05% dan sharesebesar 12,10% dengan periode mulai dari 1 Januari 2017 s/d 30 September 2017, dengan total penduduk sebesar 54,133,421 orang dimulai dari umur 5 tahun keatas.

Responden dalam penelitian ini adalah Ibu-ibu rumah tangga Rw 12 kebayoran lama, alasan peneliti memilih subjek kebayoran lama karena menurut data dari nielsen indonesia program mamah & Aa Beraksi ditonton oleh golongan B. Peneliti memilih program acara Mamah & Aa Beraksi di Indosiar ini karena program ini dari awal penayanganya pada tanggal 15 Maret 2007 sampai sekarang masih ada dan program ini sangat konsisten karena tidak pernah mengganti pembawa acara hingga sekarang.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka permasalahan yang dibahas peneliti adalah :

Seberapa besar Pengaruh Tayangan Mamah &aa Beraksi' Di Indosiar terhadap pemenuhan informasi kognitif pemirsa diRw 012 Kebayoran lama?

Berdasrkan permasalahan di atas, adapun tujuan dari peneliti adalah :

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui "Seberapa besar pengaruh dan seberapa banyak pengetahuan dalam program acara Mamah & Aa Beraksi di Indosiar Terhadap Pemenuhan Informasi kognitif pemirsa (Survei Ibu- Ibu Rumah Tangga Rw 12 Kebayoran Lama)

Metode penelitian

Pemenuhan Informasi

Pemenuhan yaitu ketika seorang anggota yang memiliki kekuasaan besar meminta anggota yang tidak memiliki kekuasaan untuk melakukkan sesuatu dan anggota yang tidak memiliki kekuasaan itu memenuhinya (Ratna, 2008: 47). (Sering kali prilaku kita dipengaruhi oleh permintaan langsung orang lain,hal tersebut merupakan suatu bentuk pengaruh sosial yang disebut dengan pemenuhan keinginan (compliance) (Vera,2010:20).

"Informasi adalah memberitahukan hal-hal yang penting terjadi di seluruh dunia.Informasi menjadi kebutuhan yang sangat dibutukan khalayk, karena pada dasarnya semua manusia membutuhkan informasi. Fungsi informasi menyangkut berbagai berbagai bidang, semua peristiwa bisa menjadi sumber informasi, dalam media massa bentuknya bermacam-macam seperti berita: politik, ekonomi, kesehatan, iptek. Informasi depat diketahui melalui bermacam cara, tetapi yang paling efektif melalui media massa baik cetak maupun elektronik (Vera, 2010:20).

Dalam penelitian ini peneliti

Program Rating - People 5+, 11 Cities					
Program	**Program Type**	**Channel**	**Average number of audience**	**Rating (%)***	**Share (%)****
MAMAH& AA' BERAKSI	Religious:Preach/Dialog	IVM	569.690	1,05	12,10

Source : Nielsen
* Percentage of average number of audience towards TV population
**Percentage of average number of audience towards total TV viewers

menggunakan teoriUses and gratifications model (Model Kegunaan dan Kepuasan) merupakan pengembangan dari model jarum hipodermik. Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media

untuk memenuhi kebutuhannya. Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada pengguna (uses) media untuk mendapatkan kepuasan (gratification) atas kebutuhan seseorang. Oleh karena itu, sebagian besar perilaku khalayak akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan dan kepuasan dan kepentingan individu (Ardianto, 2014 : 73).

Konsep dasar model ini diringkas oleh para pendirinya (katz,Blumler,dan Gurevitch,1974:20). Dengan model ini yang diteliti ialah (1) sumber sosial dan psikologis dari (2) kebutuhan, yang melahirkan (3) harapan-harapan dari (4)media massa atau sumber-sumber yang lain, yang menyebabkan (5) perbedaan pola terpaan media (atau keterlibatan dalam kegiatan lain), bahkan sering kali akibat-akibat yang tidak dikehendaki (Rakhmat, 2012 : 65).

Ha :Terdapat pengaruh pada Tayangan Program Mamah & Aa Beraksi Di-Indosiar terhadap Pemenuhan Informasi Pengetahuan Kognitif Pemirsa (survei ibu-ibu rumah tangga Rw 012 Kebayoran lama)

Ho : Tidak terdapat pengaruh tayangan Program mamah & Aa beraksi Di indosiar terhadap pemenuhan informasi Kognitif Pemirsa (survei Ibu-ibu Rumah Tngga Rw 012 Kebayoran Lama)

Peneliti menggunakkan paradigm positivism dengan pendekatan kuantitatif eksplanatif adapun metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei (Ardiantono, 2011 : 87) survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Dalam survei proses pengumpulan dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan mendetail melalui kuesioner sebagai instrumen utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi secara spesifik.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiono,2013 :80). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan populasi pada Ibu-Ibu Rumah Tangga Rw 12 Kebayoran Lama.

Penelitin menggunakan teknik Sampel**,** Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiono,2013 : 81)

populasi sebesar = 985 orang, diambil dari survei ibu-ibu rumah tangga RW 12 Kebayoran Lama.

sampel Sebesar = 91 orang responden, jumlah ini sudah dihitung dengan menggunakan rumus slovin dengan batas kesalahan 10 %.

Peneliti menggunakan tekhnik sampel Sampling kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari popu-

lasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. Dimana teknik sampling ini mengambil sampel ibu-ibu rumah tangga Rw 12 Kebayoran Lama. Sebanyak 91 responden

Peneliti menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data primer.Kemudian Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Biasanya disediakan lima pilihan skala dengan format seperti ini :

1. Sangat Tidak Setuju 1
2. Tidak Setuju 2
3. Ragu-ragu 3
4. Setuju 4
5. Sangat Setuju 5

Analisis data penelitian ini menggunakan SPSS 22 sebagai alat bantu olah data.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Kiyantono (2006), validitas dimaksudkan untuk menyatukan sejauh mana intrumen (misalnya kuesioner) akan mengukur apa yang ingin diukur. Apakah benar, alat ukur kita itu dapat mengukur sifat objek yang kita teliti atau mengukur sifat yang lain? Misalnya, kita ingin mengukur tinggi bada seseorang. Maka alat ukur yang valid adalah meteran, bukan timbangan (Kriyantono,2016 :143)

Uji reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama. Uji reliabilitas menggunakan teknik rumus *Alpha* dan dibantu fasilitas SPSS versi 19 *for windows*. Reliabilitas diukur

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,333[a]	,111	,101	3,838

dari koefisien antara percobaan pertama dengan yang berikutnya. Bila koefisien korelasi positif dan signifikasi maka *instrument* tersebut sudah dinyatakan reliabel.

Correlations

		TOTALX	TOTALY
TOTALX	Pearson Correlation	1	,333**
	Sig. (2-tailed)		,001
	N	91	91
TOTALY	Pearson Correlation	,333**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	
	N	91	91

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil penelitian

Tabel 1 : Hasil Uji Korelasi

Pada penelitian ini,maka hubungan antar variabel dapat dilihat berdasarkan analisis statistik (kuantitatif) adalah :

Berdasarkan **Tabel 4.78** Korelasi antara Variabel X dan Y, analisis korelasi dari output *SPSS 22* tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi antara pengaruh Program Mamah & Aa Beraksi Di Indosiar terhadap Pemenuhan Informasi Kognitif pemirsa, survei ibu-ibu rumah tangga RW 12 Kebayoran Lama adalah sebesar 0,33, hal ini menunjukkan hubungan korelasi yaitu 0,21-0,39 memiliki hubungan antara variabel yang rendah. yang dinyatakan dengan alfa sebesar 0,1 menggunakkkan taraf dengan signifikan 10% dan sig (2-tailed) 0,001 , bahwa 0,3 > 0,1 maka yang terjadi atas hipotesis semula diatas yaitu Ho1 ditolak dan Ha1 diterima, artinya bahwa kesimpulanyya signifikan,artinya terdapat pengaruh.

Tabel 2 : Analisis Koefisien Determinasi

Hasil pengolahan dari uji regresi ini adalah

Model summary

Maka hasil dapat disimpulkan bahwa tingkat pengaruh Program Mamah & Aa Beraksi Di Indosiar terhadap Pemenuhan Informasi Kognitif Pemirsa adalah sebesar 11,1% sedangkan sisianya 88,9% merupakkan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 3 : Uji Anova

Dari hasil pengolahan Uji Anova dari penelitian ini adalah sebagai bertiku :

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38,056	1	38,056	11,079	,001[b]
	Residual	305,702	89	3,435		
	Total	343,758	90			

a. Dependent Variable: TOTALY

b. Predictors: (Constant), TOTALX

Berdasarkan tabel ANOVA yang terdapat *P = Value* pada kolom signifikan sebesar 0,001< 0,05 *Level Of Significant* (a) artinya terdapat pengaruh antara kedua variabel tersebut dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.
Dimana terdapat pengaruh Program Mamah &Aa Beraksi Di Indosiar terhadap Pemenuhan Informasi Kognitif Pemirsa.

Tabel 4 : Uji Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan tabel 4.80 ini diperoleh bahwa nilai korelasi a adalah 6,413 dan nilai koefisien b adalah 0,161. Sehingga linear dalam penelitian ini adalah

$$Y = a + bx$$
$$Y = 6{,}413 + 0{,}161\ (x)$$
$$= 6{,}574$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat diartikan bahwa dengan semakin meningkatnya independen (X) maka variabel dependen (Y) akan turut meningkat. Dengan kata lain bahwa semakin baik pengaruh Pogram Mamah &Aa Beraksi Di Indosiar maka tingkat Pemenuhan Informasi Kognitif Pemirsa meningkat.

Pembahasan

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1	(Constant)	6,413	2,982		2,150	,034
	TOTALX	,161	,048	,333	3,329	,001

a. Dependent Variable: TOTALY

Sumber : Hasil SPSS Ver.22

Uji Validitas dan Reliabilitas Data

kesimpulan hasil uji Validitas Kuesioner Variabel X diatas, menunjukkan bahwa dari 14 pernyataan yang dikemukkan oleh penelitivalid.Satu pernyataan tidak valid, Dapat dikatakan valid karena r-Tabel> 0.173, sehingga r-tabel dengan nilai tertinggi yaitu 0,535 dan yang terendah yaitu 0,201.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan dan setelah melalui proses analisa serta penjabaran pada bab sebelumya. Maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil uji Koefisien Determinasi (R^2) pada tabel 4.79 ini menunjukkan besaran koefisien Determinasi (R^2) pada kolom R Square yaitu 0,111 maka angka tersebut dapat digunakkan untuk melihat besarnya pengaruh program mamah & Aa Beraksi diIndosiar terhadap pemenuhan Informasi kognitif pemirsa. Maka hasil dapat disimpulkan bahwa tingkat pengaruh program mamah & Aa Beraksi di Indosiar terhadap pemenuhan informasi Kognitif

Pemirsa adalah sebesar 11,1% sedangkan sisianya 88,9% merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.. Sehingga dapat dikatakan bahwa meskipun khalayak dinilai aktif dalam memilih media massa untuk memenuhi kebutuhan mereka, namun bukan berarti media tersebut sudah mamapu memenuhi informasi kebutuhan meraka, khalayak memilih beberapa motif dalam penggunaanya. Apa bila salah satu motif dalam penggunaanya media tersebut tidak sesuai keinginnnaya, maka belum dapat dikatakan kebutuhan khalayak tersebut terpenuhi.

Daftar Pustaka
Referensi Buku :

Ardianto, Elvinaro. 2011. *Filsafat Ilmu Komuniaksi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media

Dewi, Liza Dwi , dan Ratna. 2008. *Teori Komunikasi Pemahaman Penerapan,(*Jakarta: Renata Pratama Media.

Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi.* Jakarta: kencana

Vera, Nawiroh. 2010. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Renata Pratama Media

Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Afdjani, Hadiono. 2014*. Ilmu Komunikasi Proses & Strategi*. Tangerang: Indigo Media.

Website

http://id.wikipedia.org/wiki/Indosiar, diakses pada tanggal 23 Februari 2018

Nielsen Indonesia