

PENYAJIAN PROGRAM ACARA KDI TERHADAP PERSEPSI KHALAYAK

The Presentation of the KDI Program and Audience Perception

Ayu Larasati

FISIP, Universitas Bung Karno

*Email: larassatihumardani@gmail.com

Abstract: *This study examines the relationship between the presentation of the Kontes Dangdut Indonesia (KDI) television program on MNCTV and audience perception. An explanatory quantitative design was applied to 75 studio audience members selected from a population of 300 viewers. Data were collected using a questionnaire and analyzed through Pearson product-moment correlation, simple linear regression, and instrument reliability testing. The findings show a positive relationship between program presentation and audience perception, with a correlation coefficient of $r = 0.533$. The coefficient of determination was $R^2 = 0.284$, indicating that program presentation accounted for 28.4% of the variation in audience perception. The regression equation was $Y = 16.325 + 1.004X$. The instruments were reliable, with Cronbach's alpha values of 0.658 for variable X and 0.860 for variable Y.*

Keywords: KDI; Audience perception; Television; Program presentation; Quantitative research

Abstrak: Penelitian ini menguji hubungan penyajian program televisi Kontes Dangdut Indonesia (KDI) di MNCTV dengan persepsi khalayak. Penelitian menggunakan desain kuantitatif eksplanatif terhadap 75 penonton studio yang dipilih dari populasi 300 penonton. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan korelasi product moment Pearson, regresi linear sederhana, serta uji reliabilitas instrumen. Hasil penelitian menunjukkan hubungan positif antara penyajian program dan persepsi khalayak dengan koefisien korelasi $r = 0,533$. Koefisien determinasi sebesar $R^2 = 0,284$ menunjukkan bahwa penyajian program menjelaskan 28,4% variasi persepsi khalayak. Persamaan regresi yang diperoleh ialah $Y = 16,325 + 1,004X$. Instrumen dinyatakan reliabel dengan nilai Cronbach's alpha 0,658 untuk variabel X dan 0,860 untuk variabel Y.

Kata Kunci: KDI; Persepsi khalayak; Televisi; Penyajian program; Penelitian kuantitatif

1. Pendahuluan

Perkembangan media massa khususnya televisi, mengalami kemajuan yang pesat, karena televisi merupakan salah satu media elektronik yang dengan mudah digunakan oleh hampir seluruh masyarakat, dari orang dewasa hingga anak-anak dapat menggunakannya.

Kehadiran televisi dirasakan efektif dalam menyajikan informasi ke masyarakat.

Keunggulan televisi dengan media lainnya adalah audio visual yang dapat menampilkan gambar dan suara secara bersamaan. (Morissan, 2005:3).

Hermes dalam McQuail (2011:131) media menampilkan gender untuk konstruksi feminitas dan maskulinitas merupakan bagian dari ideologi dominan. Selain hal ini, media masih menawarkan contoh dan panduan perilaku umum dan kita harus dapat menafsirkan pesan-pesan. Gender merupakan konstruksi sosial mengenai perbedaan peran dan kesempatan antara laki-laki dan perempuan. Kemudian, menurut Herford dalam Morissan (2005: 2) setiap stasiun televisi dapat menayangkan berbagai program berita seperti berita reportase, kriminal, berita olahraga, Infotainment dan masih banyak lagi berita yang disajikan oleh televisi. Paket hiburan bisa terdiri dari film, sinetron, film layar lebar, hiburan musik, hiburan, kuis, hiburan olahraga, hiburan misi, hiburan travelling atau hobi, Reality Show, Variety Show, Talk Show dan musik.

Namun banyaknya program musik yang disajikan oleh stasiun televisi saat ini lebih kepada musik yang bergenre pop dan jazz di mana bintang tamu yang disajikan hanya pada genre musik yang demikian, cenderung bersifat monoton dan tidak memiliki perbedaan dari program satu ke program lainnya. Kata program merupakan segala yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan khalayak. Program acara yang disajikan ada hal yang terpenting untuk menarik minat khalayak.

Salah satu budaya musik yang dimiliki Indonesia adalah musik dangdut. Dangdut memang dikenal khalayak sebagai musik yang membawa aspirasi masyarakat kelas bawah dengan segala kesederhanaan dan kelugasannya. Ciri khas ini tercermin dari lirik serta irama lagunya. Gaya pentas yang sensasional dan porno aksi tidak terlepas dari musik dangdut, dan seiring dengan berjalannya waktu dan kemunculan musik dangdut alternatif yang semakin beragam membuat khalayak semakin terbuka dan menjadikan musik dangdut sebagai musik hiburan. Musik dangdut kini dimodifikasi dengan teknologi yang canggih, musik dangdut sebagai musik yang mampu bersaing dengan musik bergenre jazz dan pop.

Stasiun televisi yang menyajikan berbagai macam program acara salah satunya adalah reality show, terutama dalam acara musik. Reality show merupakan acara yang tidak direncanakan atau diperankan oleh aktor atau aktris dengan sesuai naskah acara. Reality show dengan kategori competition show sendiri di Indonesia sangat beragam, contohnya adalah

“XFactor” RCTI, “KDI” MNCTV, “Indonesia Mencari Bakat” Trans TV, “The Voice Indonesia” Indosiar, “Indonesia Got Talent” ANTV dan sebagainya, namun sebagian besar hanya menampilkan musik dengan genre pop, bahkan menganut budaya luar negeri inilah yang menjadi sorotan bagi penikmat musik tanah air Indonesia. Penulis lebih mengacu kepada KDI yang merupakan program acara yang dibuat oleh stasiun televisi MNCTV.

MNCTV mempersembahkan tontonan yang mengasah kemampuan dalam hal bernyanyi tanpa mengikuti model kebarat-baratan. Tujuannya untuk tidak menghilangkan budaya Indonesia. MNCTV terus berupaya berkomitmen untuk terus melestarikan budaya musik Indonesia yang khas dengan cengkoknya yaitu musik dangdut. Pada tanggal 16 Maret 2015 hadir sebuah program reality show yang mengubah citra dangdut yang sarat akan pornografi dan porno aksi berubah menjadi musik yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan baik menengah ke atas maupun menengah ke bawah.

KDI merupakan kepanjangan dari Kontes Dangdut Indonesia. KDI adalah salah satu ajang bernyanyi dangdut (competition show). Ajang pencarian bakat ini sebagai upaya untuk mencari bakat-bakat muda yang selama ini belum berkesempatan menunjukkan prestasinya, dan menjadi penyanyi terkenal dan mempunyai masa depan yang lebih baik.

Penulis tertarik melakukan observasi terhadap tayangan “KDI”, karena acara tersebut adalah program acara hiburan yang dibalut oleh budaya Indonesia dengan musik dangdut yang diusung dengan modern, atraktif, inspiratif dan elegan. Selain itu juga berbagai macam yang ditawarkan oleh stasiun televisi MNCTV yang paling banyak diminati adalah program KDI.

Pada program KDI lebih banyak menampilkan canda tawa para pembawa acara daripada tayangan penilaian terhadap kontestan, sehingga para pembawa acara berebut memegang kendali dan melontarkan kata-kata lucu bahkan tidak mendidik. Kisah asmara Julia Perez dan Mukhlis yang tidak ada kaitannya dengan program beberapa kali ditayangkan. Kisah asmara Bianca Liza dan Juan Rahman juga ditayangkan di program acara KDI. Selain itu, juri Iyeth Bustami dikenal sebagai juri yang memberikan kritik tegas, pedas dan galak.

Berdasarkan permasalahan tersebut penulis akan merumuskan masalah tentang bagaimana persepsi khalayak mengenai tayangan program acara “KDI” di MNCTV pada penayangan bulan Mei 2015. Dari latar belakang di atas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut: “Adakah hubungan penyajian program acara KDI terhadap persepsi khalayak (Studi Kasus Penayangan Bulan Mei 2015)?”.

Kemudian, tujuan mendasar dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, yaitu sebagai berikut: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan penyajian program acara KDI terhadap persepsi khalayak (Studi Kasus Penayangan Bulan Mei 2015).

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Komunikasi, Media, dan Persepsi

Secara teoritis, media dan persepsi adalah bagian dari proses komunikasi. Secara teoritis, komunikasi mengandung makna bersama-sama (common), istilah komunikasi atau communication berasal dari bahasa Latin, yaitu *communicatio* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya *communis*, yang bermakna umum atau bersama-sama. komunikasi sebagai suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa, sehingga membantu pendengar dan penonton membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksud oleh sang komunikator.

Wiriyanto (2006:5-6) Kemudian, menurut Hoveland dalam Effendy (2009:10) komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Definisi tersebut menunjukkan bahwa ilmu komunikasi bukan saja penyampaian pesan atau informasi, melainkan juga membentuk pendapat umum (public opinion) dan sikap publik (public attitude) amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasi sendiri. Komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain. Dari definisi di atas dapat disimpulkan komunikasi bukan saja penyampaian informasi melainkan juga pembentukan pendapat dan sikap publik yang penting.

2.2 Komunikasi Massa dan Media Massa

Pembahasan mengenai media dan penyajiannya berkaitan erat dengan konsep komunikasi massa. Menurut Susanto dalam Wiriyanto (2006:69) komunikasi massa diadopsi dari bahasa Inggris, *mass communication* sebagai kependekan dari *mass media communication* (komunikasi media massa). Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang *mass mediated*. Istilah *mass communications* atau *communications* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa (*mass media*) sebagai kependekan dari *media of mass communication*.

Menurut Suprpto (2009:17) komunikasi massa adalah proses penyampaian informasi, ide, dan sikap dari seseorang kepada banyak orang (biasanya dengan menggunakan mesin atau media yang diklasifikasikan ke dalam media massa, seperti radio siaran, televisi siaran, surat kabar/majalah dan film).

Pembahasan mengenai komunikasi massa juga menguraikan saluran media, dalam konteks ini adalah media massa. Media massa merupakan arus utama dari sumber informasi dan hiburan bagi khalayak. Seiring dengan kegelisahan akan ekses buruk konten media yang datang menerpa masyarakat, maka dirasa perlu untuk membendung dampak buruk tersebut melalui pengetahuan dan wawasan akan pentingnya media. (Tamburaka, 2013:1). Media massa mampu menjangkau

banyak individu dalam masyarakat, dan itu bisa melalui media televisi.

2.3 Televisi dan Penyajian Program

Menurut Effendy (2009:174) televisi berasal dari kata Tele yang berarti jauh, dan Vision yang berarti penglihatan. Secara harfiah dapat diartikan bahwa Televisi adalah media yang bisa melihat keadaan dari jarak jauh. Televisi adalah paduan radio (broadcast) dan film (moving picture).

Menurut Morissan (2011:209-210) kata “program” berasal dari bahasa Inggris Programme atau program yang berarti acara atau rencana. Undang-Undang Penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan kata “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk.

Namun kata “program” lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran Indonesia daripada kata “siaran” untuk mengacu kepada pengertian acara. Menurut Fachruddin (2011: 159) program siaran dapat diidentifikasi sebagai satu bagian atau segmen dari isi siaran radio atau televisi secara keseluruhan. Sehingga memberikan pengertian bahwa, dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarkan.

Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya sangat banyak dan jenisnya sangat beragam. (Morissan, 2011:217), dan itu terdiri dari dua hal. Pertama, program Informasi yang menawarkan informasi dalam bentuk pemberitaan tertentu. Program tersebut meliputi berita keras (hardnews) atau straight news dan berita lunak atau softnews. Kedua, program hiburan yang menawarkan berbagai program yang menghibur masyarakat. Program tersebut terdiri dari mulai dari drama, permainan, musik, hingga reality show.

Menurut Sony Set(2008:185) reality show adalah jenis tayangan yang menampilkan aktivitas nyata dari pembawa acara dan segala aspek pendukung acara (talent, objek, lokasi, situasi, dramatika). Walaupun berbasis kenyataan, reality show membutuhkan penanganan tersendiri dari para kreatornya, memolesnya menjadi tayangan yang menarik dan memasukkan beberapa unsur dramatis yang dikedepankan dapat berupa rasa bahagia, takut dan senang. Itu semua akan menjadi bagian strategi penyajian bagi massa.

Alasan seseorang menonton televisi karena adanya penyajian gambar bergerak yang mendukung informasi yang disajikan oleh televisi. Melalui televisi, khalayak dapat memperoleh sajian informasi dengan menggunakan indera penglihatan dan pendengaran. (Sidarta, 2012:91).

Terdapat beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dalam penyajian sebuah program acara agar dapat diterima oleh khalayak sasaran. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan itu antara lain, yaitu pemirsas, durasi, intensitas, dan frekuensi (Ardianto, 2007:57). Penyajian tersebut akan membentuk persepsi.

2.4 Persepsi Khalayak

Menurut Epstein dan Rogers dalam Sternberg (2008:105) persepsi adalah seperangkat proses yang dengannya kita mengenali, mengorganisasikan dan memahami paparan inderawi yang kita terima dari stimuli lingkungan. Persepsi memiliki beberapa indikator sebagai berikut (Mulyana, 2005:197-201):

1. Kognisi;
2. Atensi; dan
3. Interpretasi.

Ketiga indikator tersebut memengaruhi khalayak. Menurut Baran dalam Tamburaka (2013:235) khalayak adalah orang yang terlibat dan bertanggung jawab dalam proses penerimaan pesan. Adapun cara khalayak dalam menyikapi konten media beragam.

3. Metode Penelitian

3.1 Desain Penelitian

Untuk menggambarkan secara lengkap dan menjelaskan mengenai masalah dalam penelitian, langkah-langkah yang harus penulis lakukan adalah menentukan metode penelitian yang akan digunakan. Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode dengan pendekatan kuantitatif.

Penelitian kuantitatif menurut Kriyantono (2006:58) dituntut bersikap objektif dan memisahkan diri dari data. Artinya, peneliti tidak boleh membuat batasan konsep maupun alat ukur sederhana sekehendak hati sendiri. Oleh karena itu, dalam hal analisis data pun, peneliti tidak boleh mengikutsertakan interpretasi data yang bersifat subjektif.

Karena itu, digunakan uji statistik untuk menganalisis data.

Kemudian, riset ini bersifat eksplanatif. Penelitian eksplanatif dilakukan untuk menghubungkan dua variabel. Menurut Bungin (2005:38) eksplanatif adalah untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh satu variabel dengan variabel lainnya.

Menurut Sugiyono (2011:19) tipe penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian status kelompok manusia, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran yang akan menghasilkan data dari informasi mengenai suatu fenomena, fakta, sifat serta hubungan fenomena.

3.2 Populasi dan Sampel

Penelitian menggunakan populasi dan sampel. Menurut Sugiyono (2011:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Maka agar tidak terjadi kesalahan dalam menganalisis hasil penelitian terhadap populasi maka sampel yang diambil harus menunjukkan secara maksimal keadaan populasinya.

Menurut Sugiyono (2011:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Kemudian, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sampel nonprobabilitas. Sampel nonprobabilitas adalah sampel tidak melalui teknik random (acak). Di sini semua anggota populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel, disebabkan pertimbangan-pertimbangan tertentu oleh periset. (Kriyantono, 2006:158).

3.3 Instrumen, Validitas, dan Reliabilitas

Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan butir pernyataan berskala Likert. Validitas butir diuji menggunakan korelasi product moment Pearson dengan mengorelasikan skor setiap butir terhadap skor total. Butir yang berkorelasi signifikan dengan skor total dinilai mampu mengukur konstruk yang diteliti (Priyatno, 2008:18).

Reliabilitas instrumen diuji menggunakan koefisien Alpha Cronbach karena butir instrumen disusun dalam bentuk skala (Priyatno, 2009:25). Pengolahan data dilakukan menggunakan Statistical Product and Service Solutions (SPSS).

3.4 Teknik Analisis Data

Setelah uji validitas, penelitian memasuki tahap analisis data. Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Ini berarti semua kuesioner harus diteliti satu per satu kemudian diolah menjadi lebih sederhana.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan program Statistical Product and Service Solutions 17 (SPSS 17) (Ruslan, 2006:166). Dalam penelitian ini penulis menggunakan skala Likert.

Menurut Sugiyono (2011:93) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut dengan variabel penelitian.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Profil MNCTV

MNCTV pada awalnya menggunakan nama dan slogan TPI, di mana TPI sendiri didirikan pada tahun 1990 di Jakarta. Sebagai perusahaan yang bergerak pada bidang jasa penyiaran televisi di Indonesia. TPI merupakan perusahaan swasta ketiga yang mendapatkan izin penyiaran televisi pada tanggal 1 Agustus 1990, dan sebagai stasiun televisi pertama mendapatkan izin penyiaran secara nasional, TPI mulai beroperasi secara komersial sejak tanggal 23 Januari 1991, dan pada bulan Juli 2006 Media Nusantara Citra (MNC) mengakuisisi mayoritas saham TPI. Kini secara resmi TPI bergabung menjadi salah satu televisi yang dikelola MNC yang juga merupakan induk dari RCTI dan Global TV.

MNCTV merupakan salah satu pionir stasiun televisi swasta di Indonesia yang mulai mengudara sejak tanggal 20 Oktober 2010 dengan slogan “selalu di hati”. Logo dan merek perseroan MNCTV ini diharapkan dapat memperluas pangsa pasar dan pemirsa dari stasiun ini. Bersamaan dengan kehadiran MNCTV, publik dapat menyaksikan peningkatan kualitas dan keragaman tayangan, sebagai hasil dari komitmen untuk memperbaiki kerja dan budaya perseroan.

MNCTV sejak awal juga telah membuktikan diri sebagai stasiun televisi yang paling jeli dalam menangkap selera dan kebutuhan masyarakat Indonesia. Program-program yang sangat Indonesia inilah yang mampu mengantarkan MNCTV sebagai stasiun televisi papan atas Indonesia. MNCTV sendiri senantiasa mengasah diri sebagai partner yang memberikan layanan terbaik bagi seluruh mitra usaha. Dengan dukungan SDM profesional, MNCTV siap menjadi televisi terdepan yang dapat diandalkan.

4.2 Program KDI

Program acara Kontes Dangdut Indonesia 2015 merupakan salah satu program hiburan musik bagi remaja dan dewasa sebagai ajang pengembangan melalui audisi diikuti dan diseleksi dari berbagai daerah di Indonesia. Dari hasil audisi, para calon peserta lalu dimasukkan ke babak penyisihan dan dimasukkan di karantina. Dalam karantina mereka akan mengikuti kegiatan yang disusun oleh panitia.

Program KDI 2015 ini dikemas dalam format acara yang menarik dan menghibur, juga bermanfaat bagi para keluarga, yang terutama adalah dalam memahami jenis musik dangdut. Program KDI 2015 bertujuan menjaring dan mewadahi semua bakat-bakat dangdut Indonesia tanpa terkecuali. Dari Sabang sampai Merauke, dari yang muda sampai yang tua, dari segala golongan, agama, status pekerjaan dan lain-lain.

Program-program yang ditayangkan televisi ini sangatlah beragam. Khalayak dapat memilih dan menikmati tayangan program yang diinginkan. Dengan hadirnya berbagai penyajian program di televisi ini dapat menimbulkan persepsi dari khalayaknya. Persepsi yang timbul, akibat suatu penyajian program dapat berupa baik atau tidak baik. Persepsi merupakan

pengalaman seseorang mengenai objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Dalam penelitian ini, persepsi akan timbul karena adanya stimulus dari panca indera yaitu gambar dan suara.

4.3 Temuan Deskriptif

Berdasarkan teori penyajian, Sidarta menjelaskan bahwa penyajian program dapat disajikan dengan gambar bergerak yang mendukung sebuah informasi. Sajian informasi disajikan oleh televisi dan diperoleh khalayak dengan menggunakan penglihatan dan pendengarannya. Pada dimensi pemirsa, penonton KDI di studio MNCTV. Dalam penelitian ini penulis meneliti menonton acara KDI untuk mencari informasi dan pengetahuan menyangkut lagu-lagu dangdut, hal ini terlihat dari 29 orang menjawab sangat setuju (38,6%) dengan pernyataan tersebut. Pada dimensi durasi, hal ini terlihat dari 28 orang menjawab sangat setuju (37,4%) dengan pernyataan tersebut. Jumlah ini lebih banyak daripada jumlah jawaban lainnya. Pada dimensi intensitas, hal ini terlihat dari 28 orang menjawab setuju (37,3%) dengan pernyataan tersebut. Jumlah ini lebih banyak daripada jumlah jawaban lainnya. Pada dimensi frekuensi, hal ini terlihat dari 27 orang menjawab setuju (36%). Jumlah ini lebih banyak dari jawaban lainnya.

Menurut Shaleh menjelaskan bahwa persepsi merupakan suatu proses yang menggabungkan dan mengorganisir data-data indera kita (penginderaan) untuk dikembangkan sedemikian rupa sehingga dapat menyadari di sekeliling kita, termasuk akan diri kita sendiri. Teori ini menjelaskan beberapa dimensi dari persepsi, dimensi persepsi yaitu dimensi kognisi, hal ini terlihat dari 35 orang (46,7%) yang menjawab setuju. Jumlah ini lebih banyak dari jawaban lainnya. Pada dimensi atensi, hal ini terlihat dari 44 orang (58,7%) yang menjawab setuju. Jumlah ini lebih banyak dari jawaban lainnya. Pada dimensi interpretasi, hal ini terlihat dari 30 orang (40%) yang menjawab sangat setuju. Jumlah ini lebih banyak dari jawaban lainnya.

4.4 Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Populasi penelitian berjumlah 300 penonton KDI di studio MNCTV. Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dan menghasilkan 75 responden. Pre-test dilakukan terhadap 30 responden dengan cara memberikan kuesioner berisikan 18 butir pernyataan kepada khalayak penonton program acara KDI di studio MNCTV. Setelah dilakukan uji validitas dengan korelasi bivariate pearson (korelasi product moment pearson) terdapat 2 pernyataan yang dinyatakan tidak valid karena memiliki skor total item di bawah r tabel sebesar 0,361. Dalam uji reliabilitas dengan metode Alpha Cronbach' s menunjukkan bahwa Cronbach' s Alpha dihasilkan variabel X sebesar 0,658 dan variabel Y sebesar 0,860. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut reliabel karena lebih besar dari batasan 0,60 yang telah ditetapkan.

4.5 Hubungan Penyajian Program dan Persepsi Khalayak

Analisis korelasi menunjukkan koefisien $r = 0,533$, sehingga penyajian program KDI memiliki hubungan positif dengan persepsi khalayak. Koefisien determinasi $R^2 = 0,284$ menunjukkan bahwa 28,4% variasi persepsi khalayak dapat dijelaskan oleh penyajian program, sedangkan 71,6% sisanya berkaitan dengan faktor lain di luar model penelitian.

Hasil regresi linear sederhana menghasilkan persamaan $Y = 16,325 + 1,004X$. Koefisien arah regresi yang positif menunjukkan bahwa peningkatan kualitas penyajian program berkaitan dengan peningkatan skor persepsi khalayak. Temuan ini mendukung hipotesis adanya hubungan positif antara penyajian program KDI dan persepsi khalayak.

5. Kesimpulan dan Saran

Penelitian menunjukkan bahwa penyajian program KDI di MNCTV berhubungan positif dengan persepsi khalayak. Koefisien korelasi sebesar $r = 0,533$ menunjukkan hubungan pada tingkat sedang, sedangkan koefisien determinasi $R^2 = 0,284$ menunjukkan bahwa penyajian program menjelaskan 28,4% variasi persepsi khalayak. Persamaan regresi $Y = 16,325 + 1,004X$ memperlihatkan arah hubungan yang positif.

Secara deskriptif, dimensi penyajian program mencakup pemirsa, durasi, intensitas, dan frekuensi. Persepsi khalayak diukur melalui dimensi kognisi, atensi, dan interpretasi. Instrumen penelitian dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach's alpha variabel X sebesar 0,658 dan variabel Y sebesar 0,860 melampaui batas 0,60.

Saran

Bagi pihak KDI diharapkan lebih mengembangkan lagi daya tarik program competition show yang akan atau sedang ditayangkan, pesan yang disampaikan hendaknya lebih atraktif, persuasif dan edukatif dan dapat menambahkan tayangan mengenai pengetahuan teknik bernyanyi dengan baik dan enak. Hal ini bertujuan agar tayangan KDI dapat dengan mudah menarik minat penonton dan menarik persepsi khalayak yang menontonnya. Durasi setiap tayangan diperbanyak waktu memberikan pengetahuan kepada kontestan dan penonton. Dalam memberikan pengetahuan teknik bernyanyi, berpakaian dan bermake up gunakan bahasa yang dapat dimengerti penonton.

Dengan menonton dan mengetahui seluruh isi program acara KDI pastinya ada reaksi positif yang diberikan khalayak. Penilaian positif dari khalayak pastinya memberikan dampak yang baik pula pada perkembangan program acara KDI. Namun terkadang tidak semua informasi yang disampaikan program acara KDI dapat diterima oleh khalayak. Maka sebaiknya khalayak bisa memahami dan menafsirkan informasi-informasi yang diberikan oleh program acara KDI.

Daftar Pustaka

Buku

- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fachruddin, Andi. 2011. *Dasar-dasar Penyiaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. 2005. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Tangerang: Ramdina Prakarsa.
- Morissan. 2011. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Priyatno, Dwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS untuk Analisis Data dan Uji Statistik*. Yogyakarta: MediaKom.
- Purwanto. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. 2007. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Set, Sony. 2008. *Menjadi Perancang Program Televisi Profesional*. Yogyakarta: Andi.
- Shaleh, Abdul Rahman. 2009. *Psikologi: Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana.
- Sternberg, Robert J. 2008. *Psikologi Kognitif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Analisis Validitas dan Asumsi Klasik*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: Buku Kita.
- Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Wiryanto. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.

Sumber Daring

- MNCTV. *Situs Resmi MNCTV*. www.mnctv.com.
- Kontes Dangdut Indonesia. *Informasi Program KDI*. www.kontes_dangdut_indonesia.com.

