

Pengaruh Kualitas Penyiaran dan Kemasan Program Terhadap Kepuasan Menonton Program Musik Inbox SCTV (Studi Kasus Mahasiswa BSI Pemuda Rawamangun)

Gan Gan Giantika

Penyiaran AKOM Bina Sarana Informatika
Jl. Kayu Jati V No. 2 Pemuda, Rawamangun, Jakarta Timur
gan.ggt@bsi.ac.id

Abstrak

Semakin berkembangnya program acara di televisi (TV) semakin membuat stasiun TV lain saling berlomba-lomba dalam menampilkan acara yang semenarik mungkin. Kemasan program acara dibuat sedemikian bagus dengan tujuan menarik hati para penonton. Saat ini kita menyaksikan banyak sekali acara musik yang ditampilkan di TV. Salah satu acara yang sampai saat ini masih tetap eksis di TV adalah acara Inbox yang disiarkan langsung di SCTV. Untuk mengetahui apakah penonton merasa puas dengan program acara Inbox, maka penulis meneliti program tersebut. Penelitian ini menggunakan metode Statistik Deskriptif dengan jumlah sampel 50 orang yakni Mahasiswa BSI Pemuda Rawamangun. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas Penyiaran dan Kemasan Program Terhadap Kepuasan Menonton sebesar 88,3%, sementara itu sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Penyiaran, Kemasan Program, Kepuasan Menonton, Musik Inbox.

Abstract

The continued development of programs on television (TV) increasingly make other TV stations vying with each other in presenting the event as attractive as possible. Packaging made such a great program with the goal of engaging the penonton. Saat we are witnessing a lot of musical events are displayed in TV. Salah one event to date masih still exist in TV is a show that was broadcast live Inbox in SCTV. Untuk know whether the audience was satisfied with the event program Inbox, the authors examine this tersebut. Penelitian program using descriptive statistics with a sample size of 50 people that Student Youth Rawamangun BSI. The results showed that there are significant between Broadcasting and Packaging Quality Satisfaction Programs Watched by 88.3%, while the rest influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: *Quality Broadcasting, Packaging Program, Satisfaction Watching, Music Inbox.*

I. PENDAHULUAN

Seiring makin tajamnya persaingan didunia pertelevisian semakin membuat berbagai stasiun televisi (TV) lainnya berlomba-lomba untuk menampilkan acara menarik yang dikemas dengan sangat cantik.

Tabel 1. Konsumsi Masyarakat Terhadap Media di Indonesia

No	Media	% Konsumsi
1.	Televisi	94
2.	Internet	29

3.	Radio	25
4.	Surat Kabar	13
5	Film	13
6.	Tabloid	7
7.	Majalah	6

Sumber: AC Nielsen

Tabel 1. di atas menunjukkan data perbandingan persentase konsumsi masyarakat Indonesia terhadap media pada 100 rumah tangga, selama tahun 2012. Berdasarkan tabel di atas menunjukkan

bahwa Televisi menduduki tingkat teratas dengan perolehan angka sebanyak 94%.

Menurut (Morissan,2008) menjelaskan bahwa Program yang disajikan stasiun penyiaran televisi adalah faktor yang membuat penonton tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkannya. Program dapat disamakan dengan produk, atau barang, atau pelayanan yang dijual kepada pihak lain (penonton, *agency*, atau siapa saja). Program adalah produk yang dibutuhkan pemirsa, sehingga mereka bersedia menonton siaran program tersebut. Dalam dunia penyiaran terdapat rumusan, yaitu program yang baik akan mendapatkan pendengar atau penonton yang lebih besar, sedangkan program yang buruk tidak akan mendapatkan pendengar atau penonton.

Lebih lanjut (Morissan,2008) menjelaskan Berbagai jenis program dikelompokkan berdasarkan jenisnya menjadi dua bagian, yaitu program informasi dan program hiburan, tetapi jika dilihat dari sifatnya, maka dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu program faktual (meliputi program berita, dokumenter dan *reality show*) dan program fiksi (meliputi program komedi dan drama).

Saat ini penonton semakin dimanjakan dengan hadirnya berbagai program acara TV, seperti salah satunya acara musik Inbox yang ditayangkan di stasiun TV SCTV. Meski acara Inbox sudah terkenal di masyarakat luas, namun terkadang ada saja penonton yang merasa kecewa dengan tayangan tersebut. Untuk itu peneliti ingin mengkaji lebih dalam permasalahan tersebut dengan membuat judul penelitian “Pengaruh Kualitas Penyiaran dan Kemasan Program Terhadap Kepuasan Menonton Proram Musik Inbox SCTV (Studi Kasus Mahasiswa BSI Pemuda Rawamangun)”.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kualitas Penyiaran

Menurut (Umi dkk,2012) Menjelaskan Perluasan jangkauan penyiaran itu sendiri memiliki potensi memperluas pasar dan memperbesar jumlah pemirsa guna meningkatkan nilai iklan. Sebaliknya daya jangkau siaran yang terbatas akan berimbas pada jumlah pemirsa yang menonton tayangan yang berarti memperkecil kesempatan semakin banyaknya penonton untuk terpuaskan. Kebijakan penetapan pola acara yang belum memiliki kepastian dalam pedoman pelaksanaan produksi dan penyiaran program serta pelaksanaan pola acara melalui kegiatan produksi menghasilkan ketidakkonsistennya.

2.2. Kemasan Program

Menurut (Morissan,2008) menjelaskan Bagi pengelola program penyiaran, kemasan dapat diartikan segala sesuatu yang perlu dilakukan untuk menarik perhatian *audience* melalui penampilan (*appearance*) suatu program yang mencakup antara lain misalnya : pembawa acara (*presenter*), busana yang dikenakan, penampilan latar belakang (*background*), *bumper* program yang menarik, *teaser* program, properti, logo, studio. Kemasan program menjadi penarik bagi konsumen untuk memberikan perhatian pada suatu program sehingga mampu memberikan kesan pertama yang baik.

Menurut (Juan Cui New, Wenxiu,2002) menjelaskan Kemasan program televisi dapat menunjukkan karakteristik dan ciri dari sebuah program unggulan, sehingga dapat mendekatkan dan membangun citra program pada pemirsanya.

Hal ini lebih memudahkan untuk memasarkan program yang telah mempunyai nama tersebut pada para pengiklan.

Menurut Tong-peng, Li, (2007) Elemen dari sebuah kemasan program adalah :

1. Logo : Sangat penting karena menggambarkan identitas program, dan citra dari sebuah program.
2. Warna :Pilihan warna menjadi sangat penting dalam tayangan sebuah program. Biasanya tayangan program memiliki ciri khas warna utama yang menjadi identitas, misalkan warna biru atau kuning. Contohnya warna utama biru yg digunakan CNN. Warna biru dipilih karena menggambarkan kehangatan, cerah, ketenangan dan citra yang obyektif.
3. Audio :Termasuk diantaranya bahasa, musik dan efek suara. Suara memegang peranan penting. Sebuah program yang baik bisa menyatukan warna utama sebagai identitas sebuah program dengan musik yang baik. Maka dengan hanya melihat warna dan mendengar suaranya saja, sebuah program sudah dapat teridentifikasi atau ditebak.

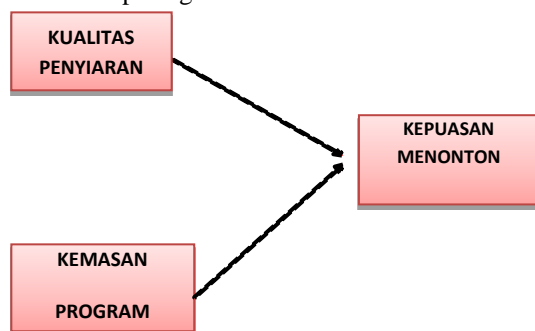
2.3. Kepuasan Menonton

Menurut (Johannes,2012) menjelaskan Kepuasan adalah hal yang umum diucapkan, didiskusikan dan dipublikasikan. Mulanya konsep kepuasan dekat dengan kegiatan pemasaran karena adanya orientasi pemasaran terhadap kebutuhan pelanggan. Sekarang, konsep kepuasan telah merasuk ke seluruh jajaran organisasi karena keyakinan bahwa tanpa dapat membangun kepuasan pelanggan niscaya satu organisasi dapat bertahan dan berkembang.

Menurut (Rachmat,2006) Keputusan dalam penggunaan suatu media tertentu berhubungan erat dengan faktor kepuasan (kondisi psikologis) yang diperoleh dari media tersebut. Keadaan ini sifatnya subyektif, dalam arti masing-masing orang bebas untuk menentukan media massa mana yang akan dipilih. Hal ini berkaitan dengan kepuasan kebutuhan yang dicari melalui media yang menimbulkan harapan-harapan tertentu serta tingkat kepuasan yang diperolehnya. Hanya khalayak sendirilah yang mengetahui program dan media mana yang dianggap memberikan kontribusi yang paling besar bagi pemuasan kebutuhannya. Media yang lebih bisa memberi kepuasan kepada merekalah yang cenderung dipilih. Teori penggunaan dan pemenuhan kebutuhan di atas disebut *uses and gratification theory*, adalah salah satu teori komunikasi dimana titik berat penelitian dilakukan pada pemirsa sebagai penentu pemilihan pesan dan media. Menurut para pendirinya Elihu Katz, Jay G Blumler, dan Michael Guerevitch, teori *uses and gratifications* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial. Menurut teori *Uses and Gratifications* khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang efektif konsep kepuasan ini disebut dengan *Gratifications Sought (GS)* dan *Gratifications Obtained (GO)* *Gratifications Sought* adalah kepuasan yang dicari atau yang diinginkan individu ketika mengkonsumsi suatu media tertentu (TV, Radio, Internet, Koran). Sementara *Gratifications Obtained* adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu.

2.4. Kerangka Penelitian

Dalam penelitian ini model penelitian skematis atau kerangka penelitian dapat dirumuskan pada gambar berikut :



Gambar 1. Kerangka Penelitian

2.5. HIPOTESIS

Hipotesis penelitian sebagai jawaban sementara dari pertanyaan penelitian dapat dirumuskan berdasarkan kerangka teori di atas, yaitu:

- H1 : Kualitas Penyiaran berpengaruh terhadap Kepuasan Menonton pada acara Inbox SCTV.
- H2 : Kemasan Program Penyiaran berpengaruh terhadap Kepuasan Menonton pada acara Inbox SCTV.
- H3: Kualitas Penyiaran dan Kemasan Program secara bersama-sama berpengaruh terhadap acara Inbox SCTV.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1. Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Kampus BSI Pemuda Rawamangun dengan menyebarkan kuesioner kepada Mahasiswa/I BSI semester IV (Empat). Waktu penelitian dilaksanakan dalam waktu 1 bulan, dimulai dari bulan Desember 2016 sampai dengan bulan Januari 2017.

3.2. Variabel Penelitian

3.2.1. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai definisi variabel operasional yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel yang dioperasionalkan adalah variabel yang terkandung dalam hipotesis. Masing-masing definisi variabel operasional akan dijelaskan sebagai berikut :

3.2.1.1. Kualitas Penyiaran

Kualitas penyiaran adalah persepsi pemirsa program acara Inbox terhadap program musik yang memiliki dimensi :

1. *Daya Pancar* : ketajaman dan kejernihan gambar televisi yang diterima dirumah atau di suatu tempat.
2. *Pola Acara* : Adanya kualitas gambar yang terjaga serta jaminan waktu tayang program musik yang diterima atau didapat dari lokasi penayangan musik dilapangan. Nilai diberikan berdasarkan skala Likerty yakni dengan bobot skor 1-5 .Tabel 6. Indikator dan Dimensi dari Variabel Kualitas Penyiaran.

Tabel 2.1. Dimensi Indikator Kualitas Penyiaran

Sumber: Kombaitan Yuliana, 2013

3.2.1.2. Kemasan Program

Kemasan, adalah persepsi yang diberikan pemirsa musik inbox SCTV dalam menilai suatu program musik yang memiliki dimensi:

1. Host (pembawa acara): pembawaan host yang memiliki *puti smart, good looking, stylis*, mengikuti tren anak muda saat ini.
2. Set studio (estetika studio) : tampilan settingan studio berupa *back ground* studio dan properti yang menarik ditambah logo, suara musik dan suara lainnya, grafis pembuka dan penutup program.

Bobot nilai diberikan berdasarkan skala Likert dengan bobot skor 1– 5.

Tabel 2.1. Dimensi dan Indikator Kemasan Program

DIMENSI	INDIKATOR
Host (Pembawa acara)	- Terlihat smart dan pandai membawakan acara memiliki pengetahuan luas dengan materi acara yang dibawakan. - Pembawaan host yang
Set Studio (Estetika Studio)	- Tampilan latar belakang studio (<i>indoor</i>) dan pemandangan luar (<i>outdoor</i>) disertai properti yang mendukung - Tampilan gambar pembuka dan

Sumber: Morissan (2008)

3.1.2.3. Indikator Kepuasan Menonton

Indikator musik show/ musik video menurut (Christenson & Roberts, 1998 dalam Agyekwena). Indikator ini digunakan untuk mengukur kepuasan dalam menonton program musik. Cori Lynn Hemmah dalam penelitian mengenai *Uses and Gratifications of The Food Network* menyatakan bahwa indikator penelitian dalam *Uses and Gratifications* yang spesifik terhadap satu jenis program akan menimbulkan kepuasan yang lebih terfokuskan sehingga dapat

mengukur kepuasan suatu program acara dengan lebih baik. (Hemmah, 2009). Dan indikator *music show/video* musik terdiri dari :

DIMENS	INDIKATO
Daya Pancar	- Tampilan gambar musik/penyanyi yang tajam dan suara yang jernih dan
Pola Acara	- Konsistensi penyiaran program setiap hari/minggu (sesuai pola acara) yang memiliki tampilan <u>tayangan keseluruhan isi program</u> - Jaminan ketepatan waktu tayang sesuai pola acara (susunan acara)

1. Indikator *Cognitive* (Informasi/Keingintahuan)
2. Indikator *Diversion* (Pengalihan)
3. Indikator *Social Utility* (Model Sosial)
4. Indikator *Identification* (Identifikasi)
5. Indikator *Social Modeling* (Model Sosial)
6. Indikator *Relationship* (Hubungan)
7. Indikator *Withdrawal* (Penarikan Diri)

3.2. POPULASI DAN SAMPEL

Menurut (Sugiyono, 2007) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa BSI Pemuda Rawamangun Semester IV (Empat).

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil digunakan rumus Slovin (Ginting, 2008), yaitu:

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

$$n = \frac{102}{1 + 102 (0.1)^2} = 50,4$$

Dibulatkan menjadi 50, melalui perhitungan rumus Slovin diperoleh jumlah sampel sebesar 50 orang.

3.4. TEKNIK ANALISIS DATA

Penelitian ini menggunakan teknis analisis data yaitu uji regresi sederhana yang diawali dengan analisis univariat untuk statistik deskriptif. Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi suatu data yang dilihat dari rata-rata, standar *deviasi, variance*, maksimum-

minimum, *kurtosis*, dan *skewness*. Hal ini perlu dilakukan untuk melihat gambaran keseluruhan dari sampel yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian.

IV. Hasil Penelitian

4.1. Uji Coba Instrumen

4.1.1. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2007) Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,730	0,2787	Valid
2.	0,765	0,2787	Valid
3.	0,774	0,2787	Valid
4.	0,781	0,2787	Valid
5.	0,648	0,2787	Valid

mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas menunjukkan tingkat kemampuan suatu instrument untuk mengungkapkan suatu objek

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,288	0,2787	Valid
2.	0,756	0,2787	Valid
3.	0,681	0,2787	Valid
4.	0,610	0,2787	Valid
5.	0,650	0,2787	Valid
6.	0,581	0,2787	Valid
7.	0,699	0,2787	Valid
8.	0,599	0,2787	Valid

pengukuran yang dilakukan penelitian tersebut. Jika suatu *item* pernyataan dinyatakan

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,689	0,2787	Valid
2.	0,759	0,2787	Valid
3.	0,569	0,2787	Valid
4.	0,709	0,2787	Valid
5.	0,556	0,2787	Valid
6.	0,654	0,2787	Valid
7.	0,632	0,2787	Valid
8.	0,594	0,2787	Valid

tidak valid, maka *item* pernyataan itu tidak digunakan dalam uji-uji selanjutnya.

Menurut (Widiyanto, 2014) menyatakan bahwa *Item* dinyatakan valid jika koefisien r hitung lebih besar dari r tabel atau koefisien P-value lebih kecil dari taraf signifikansi pada $\alpha = 0,05$. Butir dinyatakan tidak valid atau drop jika koefisien r hitung lebih kecil dari r tabel atau koefisien P-value lebih besar dari taraf signifikansi pada $\alpha = 0,05$. Berdasarkan data diatas maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan valid.

Tabel 4.1. Uji Validitas Kualitas Penyiaran (X1)

Tabel 4.2. Uji Validitas Kemasan Program (X2)

Tabel 4.3. Uji Validitas Kepuasan Menonton (Y)

4.1.2. Uji Realibilitas

Menurut (Suyuthi, 2005) dalam (Sujiato, 2009) menyatakan bahwa kuesioner dinyatakan *reliabel* jika mempunyai nilai koefisien *alpha* yang lebih besar dari 0,6. Jadi pengujian *realibilitas instrumen* dalam suatu penelitian dilakukan karena keterandalan instrumen berkaitan dengan keajegan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut.

Uji Realibilitas Kualitas Penyiaran (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.786	6

Uji Realibilitas Kemasan Program (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.748	9

Uji Realibilitas Kepuasan Menonton (Y)

Tabel 4.5. Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Batasan	Realibilitas
Kualitas Penyiaran (X1)	0,786	0,6	Reliabel
Kemasan Program (X2)	0,748	0,6	Reliabel
Kepuasan Menonton (Y)	0,756	0,6	Reliabel

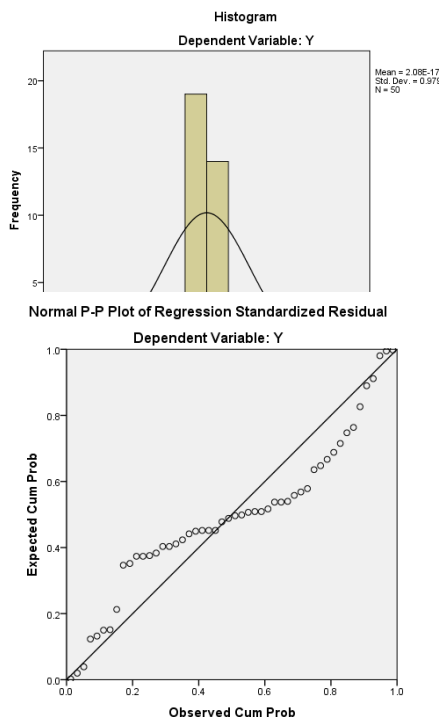
Menurut (Nugroho,2005) dalam (Sujiato,2009) menyatakan bahwa, *realibilitas* suatu *konstruk* variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Alpha Cronbach's > dari 0,60. Dari tabel di atas maka dapat disimpulkan semua variabel dinyatakan reliabel.

4.1.3. UJI ASUSMSI KLASIK

4.1.3.1. Uji Normalitas Data

Menurut (Sujianto,2009) uji normalitas data adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal, atau tidak. Sesuai ketentuan dalam penelitian statistik. Uji normalitas data dilakukan dengan SPSS 16 yaitu *Kolmogorov-Smirnov*. Jika hasil *Kolmogorov Smirnov Test* dan Probabilitasnya $> \alpha = 0,05$, maka data berdistribusi normal dan jika nilai sig. $< \alpha (0,05)$ maka data tidak berdistribusi normal.

Gambar 4.1. Uji Normalitas



Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	9

Dari *Output histogram* menunjukkan pola distribusi normal. Menurut (Wijaya,2012) Grafik normal dari pola yang menunjukkan penyebaran titik-titik di sekitar garis diagonal mengikuti arah garis diagonal mengindikasikan model *regresi* memenuhi asumsi normalitas. Berdasarkan data *output* diatas penyebaran titik-titik di sekitar garis diagonal mengikuti arah garis diagonal sehingga data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan berdistribusi normal.

4.1.3.2. Uji Multikolinieritas

Menurut (Sujianto,2009), *multikolinieritas* timbul sebagai akibat adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada diluar model. Mendikteksi adanya *multikolinieritas*, dilihat dari nilai *tolerance* mendekati 1 dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* lebih kecil dari 10 maka model terbebas dari *multikolinieritas*.

Tabel 4.6. Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.246	1.915		1.173	.247		
X1	.160	.071	.127	2.235	.030	.739	1.353
X2	.967	.063	.871	15.330	.000	.739	1.353

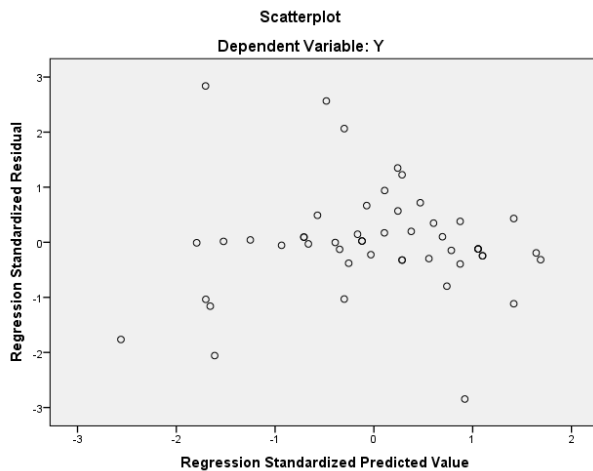
a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan *Coefficients* di bawah ini diketahui bahwa nilai VIF adalah: 1,353 X1 (variabel kualitas penyiaran); 1,353 (variabel kemasan program). Hasil ini berarti variabel terbebas dari asumsi klasik *multikolinearitas*, karena hasilnya lebih kecil dari 10.

4.1.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji *heterokedastisitas* bertujuan untuk menguji ada tidaknya kesamaan dalam pengamatan. Pendekatan yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya *heterokedastisitas*, yaitu *rank* korelasi dari *Spearman* (Gujarati dalam Haryono, 2007). Apabila koefisien signifikansi (*probabilitas*) lebih besar dari $\alpha = 0,05$, maka dapat dinyatakan tidak terjadi *heterokedastisitas* di antara data pengamatan tersebut.

Gambar 4.2. Uji Heteroskedastisitas



Menurut (Wijaya,2012) menjelaskan bahwa dengan melihat sebaran titik-titik yang acak, baik di atas maupun di bawah angka 0 dari sumbu Y, dapat disimpulkan tidak terjadi *heteroskedastisitas* dalam model *regresi* ini. Dari *output* dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas. Sebagaimana terlihat, titik-titik itu menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi *heteroskedastisitas*.

4.2. Analisa Regresi Berganda

Analisa regresi berganda adalah suatu alat analisa yang dapat digunakan untuk meneliti apakah variabel-variabel independen dalam model *regresi* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependennya*

serta menunjukkan arah dan besarnya pengaruh *variabel- variabel independen* terhadap *variabel dependen* tersebut. Alat analisa ini digunakan dalam mengukur pengaruh kualitas penyiaran dan kemasan program terhadap kepuasan pemirsa menggunakan SPSS22.

Adapun persamaan *regresinya*.

$$Y = a_0 + a_1X_1 + a_2X_2$$

Keterangan :

Y= Menyatakan *variabel dependen*

X1,X2,...X_k = Masing-masing menyatakan *variabel independen*

a, b1, b2,...b_k= Masing-masing menyatakan taksiran dari parameter *regresi linear ganda*

Tabel Uji 4.7. Analisa Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.246	1.915		-1.173	.247
1 X1	.160	.071	.127	2.235	.030
X2	.967	.063	.871	15.330	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan *regresi linear* berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = -2,246 + 0,160 X_1 + 0,967X_2$$

Keterangan:

\hat{Y} = **Kepuasan Menonton**

a = *konstanta*

b1,b2 = *koefisien regresi*

X1 = **Kualitas Penyiaran**

X2 = **Kemasan Program**

Adapun interpretasi dari persamaan *linier* berganda tersebut adalah:Nilai konstanta (a) adalah -2,246; artinya, jika **Kualitas Penyiaran**, **Kemasan Program** Maka **Kepuasan Menonton** bernilai negatif 21, 338.

Nilai koefisien regresi variabel **Kualitas Penyiaran** 0,160 positif ; artinya, setiap peningkatan **Kualitas Penyiaran** sebesar 1 satuan akan meningkatkan 0,160 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.

Nilai koefisien regresi variabel **Kemasan Program** 0,967 positif ; artinya, setiap peningkatan **Kualitas Penyiaran** sebesar 1 satuan akan meningkatkan 0,967 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.

4.3. Uji Koefisien Determinasi (Adj. R²)

Koefisien determinasi adalah untuk mengukur proporsi dari total variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas dalam regresi. Angka R Square atau koefisien determinasi untuk regresi linier berganda sebaiknya menggunakan R Square yang sudah disesuaikan atau tertulis Adjusted R Square, karena sesuai dengan variabel independen yang digunakan.(Nugroho dalam Sujianto, 2009).

Tabel 4.8. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.942 ^a	.888	.883	1.292

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Kolom Adjusted R Square (R²) merupakan koefisien determinasi yang telah dikoreksi, yaitu 0,883. Koefisien ini dijadikan dasar interpretasi bahwa Kualitas Penyiaran dan Kemasan Program secara bersama-sama memberikan kontribusi 88,3% (0,883 x 100%) sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, misalnya penggunaan media, minat dan lain-lain.

4.4.UJI F

Uji F dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 4.9. Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	621.509	2	310.755	186.078	.000 ^b
Residual	78.491	47	1.670		
Total	700.000	49			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Dari output di atas diketahui bahwa F hitung 186.078 lebih besar dari F tabel 3,19 maka dapat di tarik kesimpulan bahwa variabel bebas X1, X2, (secara simultan) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

V. PENUTUP

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan, Kualitas Penyiaran dan Kemasan Program secara bersama-sama memberikan kontribusi 88,3% (0,883 x 100%) sedangkan sisanya 11,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, misalnya penggunaan media, minat dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

Juan Cui New, Wenxiu. (2002). *On the television program packaging errors [J].TV research study.*

Kriyantono, Rachmat.(2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : Kencana.

Morissan.(2008). Manajemen Media penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi. Tangerang :Kencana Prenada Media Group.

Sugiyono.(2007).Metodologi Penelitian Bisnis.Jakarta : PT. Gramedia.

Sujianto,Eko Agus. (2009). Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0. Jakarta: PT. Prestasi Pustakaraya.

Tong-peng, Li.(2007). *TV Packaging art [J]*.
Harbin Vocational and Technical Institute,
No.1.

Widiyanto, Agus Mikha. (2014). *Statistika Untuk Penelitian Bidang Teologi, Pendidikan Agama Kristen, & Pelayanan Gereja*. Bandung: Kalam Hidup.

Jurnal

Johannes, Dr., S.E., M.Si. (2012). *Jurnal Kepuasan Pelanggan: Rivi dan Pengembangannya Dalam Melakukan Penelitian*. Hal 10.

Kaltum, Umi, dan Widodo, Aji.(2012). *Jurnal Televisi Lokal Internet Sebagai Media Menumbuhkan Konten Lokal dan Meningkatkan Nilai Ekonomi*. Padjajaran University Bandung, Telkom R&D Center Bandung. Hal 10

Kombaitan, Y.,(2013).*Jurnal Eksekutif “Implementasi Kebijakan TVRI dalam Penyiaran Program”*. Vol 2,

BIODATA PENULIS

Nama lengkap Gan Gan Giantika. Saya menamatkan jenjang strata satu (S1) di Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jakarta (IISIP) pada tahun 2002, di Fakultas Ilmu Komunikasi jurusan Hubungan Masyarakat. Saya sangat menyukai dunia pendidikan dan ingin berkecimpung sebagai tenaga pengajar. Pada tahun 2008 saya melamar menjadi Dosen di Bina Sarana Informatika. Saat itu saya melamar sebagai dosen yang mengajar di bidang komunikasi. Sejak tahun 2008 sampai sekarang saya mengajar di Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika. Pada Tahun 2010 saya mendapat tawaran beasiswa untuk melanjutkan kuliah S2 di jurusan Manajemen Universitas BSI Bandung dan lulus pada tahun 2012 dengan menyandang gelar Magister Manajemen.