

**PENGARUH MENONTON PROGRAM ACARA SARAH SECHAN DI NET TV  
TERHADAP GAYA HIDUP**

**(studi pada penonton perempuan di kota Bandung)**

**THE IMPACT OF WATCHING SARAH SECHAN TV PROGRAM ON NET TV  
TOWARDS LIFESTYLE**

**(study of female audiences in Bandung city)**

Bintang Nur Alend Harahap

Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Sekolah Ekonomi dan Bisnis

Universitas Telkom

[Bintang.alend@telkomuniversity.ac.id](mailto:Bintang.alend@telkomuniversity.ac.id)

---

**ABSTRAK**

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri dan selalu haus akan informasi, hiburan serta selalu mengikuti perkembangan terkini. Era masyarakat informasi ditandai dengan adanya masyarakat yang memilih menggunakan media massa sebagai informasi. Media adalah saluran komunikasi massa yang memiliki ciri khusus, yaitu mempunyai kemampuan untuk menarik perhatian khalayak secara serempak dan serentak. Kehadiran media massa memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap khalayak kondisi psikologis masyarakat. Salah satu jenis media massa adalah televisi.

Televisi merupakan jenis media audiovisual yang dapat menjangkau khalayak dalam jumlah besar, heterogen, tersebar dalam waktu yang bersamaan. Televisi dikenal sebagai alat komunikasi yang berperan besar dalam menyampaikan sejumlah informasi, menyajikan hiburan, menyampaikan aspirasi sosial, budaya, dan politik masyarakat secara lokal maupun global, serta selalu mengikuti perkembangan terkini bahkan menjadi pembuat *trend*. Berdasarkan teori *Uses and Gratification*, khalayak dapat terpengaruh secara psikologis melalui media.

Peneliti melakukan studi tentang pengaruh menonton acara televisi terhadap gaya hidup penonton perempuan dewasa muda di kota Bandung. Program yang dijadikan acuan adalah program Sarah Sechan, yaitu sebuah program *talk show* di NET. dan objek penelitiannya adalah penonton perempuan di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan menyebarkan kuisioner sebanyak 150 buah. Variabel X nya adalah program acara Sarah Sechan dengan 4 subvariabel yaitu *media exposure*, ide, audio dan visualisasi. Sedangkan variabel Y adalah gaya hidup dengan 3 indikator yaitu AOI (*Activity, Opinion, and Interest*).

Hasil penelitian ini dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil dari analisis adalah bahwa menonton program acara Sarah Sechan berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup. Responden juga menilai bahwa program Sarah Sechan sudah baik.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa hasil dari uji analisis data dapat menjawab rumusan masalah yaitu bagaimana pengaruh menonton program Sarah Sechan

terhadap gaya hidup penonton perempuan dewasa muda di kota Bandung. Dengan pengaruh yang signifikan, program Sarah Sechan harus dapat menjaga kualitas acaranya dengan menampilkan ide- ide yang kreatif dan inovatif. Subvariabel yang tingkat pengaruhnya paling kecil adalah audio. Untuk dapat meningkatkan audio, bisa dikombinasikan dengan peningkatan visualisasi supaya program acaranya dapat lebih menarik lagi.

**Kata Kunci:** Program, televisi, *Uses and Gratification*, gaya hidup

---

#### ABSTRACT

Humans are social creature who can not live by their own and always eager to seek information, entertainment and also following the trend which popular. The era of information marked by the society who has chosen to use mass media as information. Media is a communication channel which has a particular sthing, which is having an ability to attract audiences simultaneously. The presence of mass media has given a huge impact towards psychological condition of society. One of mass media is television.

Television is an audiovisual media which able to reach audience in large amount, heterogen, and spread at the same time. Television also known as communication tool which has huge part in delivering information, serving entertainment, delivering social, culture and political aspiration in global and local scale. And also follow the recent developing even become a trendsetter. Based on theory of Uses and Gratificatiomm, audience can be influenced psychologically through media

Research did study about the impact of watching television program towards lifestyle of female audiences in Bandung city. Program which be reference is a talk show program named Sarah Sechan, which has been showed in NET and the object of the research is female audiences in Bandung city. This research used survey method with spreading 150 pieces of questionnaire. Variable X is television program Sarah Sechan with 4 sub-variable which are media exposure, idea, audio, and visualization. Whereas the Variable Y is lifestyle with 3 indicators, which are AOI (Activity, Opinion and Interest).

The result of this research was analyzed by multiple regression analysis technique. The result of this analysis is proving that by watching the Sarah Sechan program gives imflunce significantly towards lifestyle. The respondents also gave the measurement if the Sarah Sechan progam is good.

The conclusion of this reseach is the result of analysis test was able to answer the formula of problem which how is the influence of watching Sarah Sechan program towards lifestyle of female audiences in Bandung city. With the significant result, Sarah Sechan program must be able to keep the quality of the program and serving the fresh ideas which has to be creative and innovative. The audio is variable which has to have a concern. To increase the audio, it can be combined with visual development in order to make the television program can be more attractive.

**Keywords:** Program, televisipn, *Uses and Gratification*, lifestyle

---

#### 1. Pendahuluan

Pesatnya industri televisi di Indonesia dipengaruhi oleh kebutuhan masyarakat akan informasi dan juga hiburan. Hal tersebut dijadikan peluang bagi industri televisi di Indonesia untuk membuktikan bahwa media

elektronik televisi mampu menayangkan informasi yang mendidik, menghibur dan menjadi bisnis yang menjanjikan. Gaya hidup yang terus berkembang membuat manusia terus berlomba untuk menjadi pribadi yang dipandang memiliki sesuatu yang lebih di mata masyarakat. Kecenderungan manusia untuk mengikuti gaya hidup yang berkembang atau disebut dengan *trend lifestyle* membuat salah satunya media pertelevisian untuk menginformasikan hal tersebut. Dengan pola gaya hidup seperti itu membuat para perempuan tidak ingin ketinggalan zaman dan selalu ingin menjadi *trendsetter*. Menonton televisi adalah merupakan salah satu cara bagaimana masyarakat dapat mengetahui informasi mengenai gaya hidup yang sedang berkembang saat ini. Dengan masuknya NET. di industri pertelevisian dan dengan adanya program acara Sarah Sechan dapat menjadi salah satu alternatif untuk para perempuan dewasa muda tadi mencari informasi mengenai gaya hidup dan hiburan. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah pengaruh menonton acara Sarah Sechan terhadap gaya hidup penonton perempuan dewasa muda di kota Bandung.

### **Rumusan Masalah**

Program Acara di televisi memang menjadi salah satu daya tarik dari saluran televisi untuk menarik penonton yang ada. Salah satu program di NET yang menarik banyak penonton adalah program Sarah Sechan. Seperti yang dijelaskan di latar belakang, program ini ditujukan untuk perempuan dewasa muda yang berpenghasilan kelas A dan B. Program ini juga mengedepankan sisi gaya hidup zaman sekarang.

1. Bagaimana pengaruh gaya hidup perempuan dewasa muda di kota Bandung terhadap program acara Sarah Sechan di NET TV?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah pengaruh program acara Sarah Sechan terhadap gaya hidup penonton perempuan dewasa muda di kota Bandung.

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini juga menggunakan desain penelitian kausalitas. Menurut Sanusi (2011:14) desain penelitian kausalitas adalah desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antarvariabel. Dalam desain ini, umumnya hubungan sebab-akibat tersebut sudah dapat diprediksi oleh peneliti, sehingga peneliti dapat menyatakan klasifikasi variabel penyebab, variabel antara, dan variabel tergantung.

## 2. Dasar Teori

### 2.1 Media Massa

Menurut Cangara (2003:134) media adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber ke khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis, seperti surat kabar, film, radio dan televisi. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa media massa merupakan media yang digunakan dalam penyampaian pesan dari komunikator kepada khalayak yang berjumlah besar secara serempak.

Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi dan film bioskop yang beroperasi dalam bidang informasi, edukasi, dan rekreasi atau dalam istilah lain penerangan, pendidikan, dan hiburan. Keuntungan komunikasi dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlah relatif banyak. Jadi untuk menyebarkan informasi, media massa sangat efektif yang dapat mengubah sikap, pendapat dan perilaku komunikasi. Fungsi utama media massa adalah untuk memberikan informasi pada kepentingan yang menyebarluas dan mengiklankan produk.

### 2.2 Media Massa Televisi

Menurut penelitian dari University of Florida - College of Journalism and Communications Amerika Serikat, semua media komunikasi yang ada, televisual yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia. Televisi juga mengalami perkembangan secara dramatis, terutama melalui pertumbuhan televisi kabel. Transmisi program televisi kabel menjangkau seluruh pelosok negeri dengan bantuan satelit dan diterima langsung pada layar televisi di rumah dengan menggunakan *wire* atau *microwave* yang membuka tambahan saluran televisi bagi pemirsa. Televisi lebih marak lagi setelah dikembangkannya *Direct Broadcast System (DBS)*.

### 2.3 Teori *Uses and Gratification*

Penggunaan isi media untuk mendapatkan pemenuhan (*gratification*) atas kebutuhan seseorang atau *uses and gratifications*, adalah teori yang sering digunakan dalam komunikasi. Teori ini ditujukan untuk menggambarkan proses penerimaan dalam komunikasi massa dan menjelaskan penggunaan media oleh individu atau agregasi individu (Effendy, 2008:289).

Pendekatan *uses and gratifications* memberikan alternatif untuk memandang pada hubungan antara isi media dan *audience*, dan pengkategorian isi media menurut fungsinya. Teori ini menggambarkan logika yang mendasari pendekatan mengenai *uses and gratifications* yaitu kondisi sosial psikologis seseorang yang akan menyebabkan adanya kebutuhan, yang menciptakan harapan-harapan terhadap media massa atau sumber-sumber lain yang membawa kepada perbedaan pola penggunaan media atau keterlibatan dalam aktivitas lainnya yang akhirnya menghasilkan pemenuhan kebutuhan dan konsekuensi lainnya, termasuk yang tidak diharapkan

sebelumnya. Sebagai tambahan bagi elemen-elemen dasar tersebut diatas, pendekatan *uses and gratifications* sering dimasukan unsur motif untuk memuaskan kebutuhan dan alternatif-alternatif fungsional untuk memenuhi kebutuhan

## 2.4 Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam psikografisnya. Psikografis di sini dinyatakan sebagai teknik untuk mengukur gaya hidup dan mengembangkan klasifikasi gaya hidup. Untuk mengukur gaya hidup, digunakan pendekatan psikografik AIO. AIO, istilah yang digunakan secara umum dan dapat dipertukarkan dengan psikografis, mengacu pada pengukuran kegiatan, minat, dan opini. AIO singkatan dari *activities, interest, dan opinion*, dengan penjabaran, sebagai berikut:

Activities (kegiatan) adalah tindakan nyata seperti menonton suatu medium, berbelanja di toko, atau menceritakan kepada tetangga mengenai pelayanan yang baru. Walaupun tindakan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung. Aktivitas yaitu orang yang mudah atau tidak bergerak dan bereaksi serta bertingkah laku secara spontan.

Interest (minat) akan semacam obyek, peristiwa, atau topik adalah tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terusmenerus kepadanya. Minat ialah usaha aktif menuju pelaksanaan suatu tujuan. Tujuan pada umumnya yaitu titik akhir daripada gerakan yang menuju sesuatu arah tetapi tujuan minat adalah melaksanakan suatu tujuan.

Opinion (opini) adalah “jawaban” lisan atau tertulis yang orang berikan sebagai respons terhadap situasi stimulus dimana semacam pertanyaan diajukan. Atau dapat diartikan sebagai hasil pekerjaan pikir dalam meletakkan hubungan antara tanggapan yang satu dengan lainnya, antara pengertian satu dengan pengertian lain, dan dinyatakan dalam satu kalimat.

Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan, dan evaluasi seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang, dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif (Kotler, 2008:170).

## 3. Pembahasan

Untuk menentukan jumlah sampel yang ditarik dalam penelitian, peneliti menggunakan rumus *Bernoulli*. Rumus ini digunakan jika populasi yang diteliti tidak diketahui pasti. Apabila populasi tidak diketahui, maka untuk menghitung jumlah sampel minimum yang diambil, peneliti menggunakan rumus *Bernoulli* sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot \pi \cdot (1 - \pi)}{e^2}$$

dimana :

n = jumlah sampel

Z = nilai  $Z_{(1-\alpha/2)}$

$\pi$  = probability of sampling success

e = sampling error, ketidakteelitian karena kesalahan yang ditolerir

$$n = \frac{1.962 \cdot 0.95 \cdot 0.05}{(0.05)^2}$$
$$n = 72.99 \sim 73 \text{ sampel}$$

Dengan menggunakan nilai tabel Z adalah 1.96 dan tingkat keyakinan 95% dan tingkat *error* 5% didapat jumlah minimum sampel adalah 73 sampel. Peneliti akan menyebar kuisisioner sebanyak 150 buah.

## TEKNIK ANALISIS DATA

Analisis Regresi Linear Berganda merupakan suatu analisis yang digunakan untuk melihat adanya suatu hubungan dan pengaruh antara variabel Independen (X) terhadap variabel dependen (Y), yakni pengaruh dimensi Program Acara Sarah Sechanterhadap teori Gaya Hidup pengolahan data peneliti menggunakan alat bantu berupa perangkat lunak statistik (*statistic software*) yang dikenal dengan SPSS. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Adapun persamaan regresi tersebut menurut Sugiyono (2010: 276) adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Gaya Hidup

X<sub>1</sub> = Media Exposure

X<sub>2</sub> = Ide/Konsep

X<sub>3</sub> = Audio

b = Koefisien regresi

e = Error term

a = Konstanta

X<sub>4</sub> = Visualisasi

**Tabel 1**  
**Analisis Korelasi Berganda**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,757 <sup>a</sup>	0,573	0,562	3,83362

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai korelasi berganda (R) yang diperoleh adalah sebesar 0,757 dan termasuk dalam kategori hubungan yang “kuat” berada pada interval “0,60-0,799”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara *media exposure* (X<sub>1</sub>), konsep (X<sub>2</sub>), audio (X<sub>3</sub>) dan *visualisasi* (X<sub>4</sub>) secara bersama-sama dengan gaya hidup penonton perempuan di Kota Bandung.

Dari tabel di atas, diketahui nilai *R Square* yang diperoleh adalah sebesar 0,573 atau sebesar 57,3% yang berarti secara simultan oleh *media exposure* (X<sub>1</sub>), konsep (X<sub>2</sub>), audio (X<sub>3</sub>) dan *visualisasi* (X<sub>4</sub>) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 57,3% terhadap gaya hidup penonton perempuan di Kota Bandung, sedangkan sebanyak (1-R<sup>2</sup>) 62,7% sisanya merupakan besar kontribusi pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti.

**Tabel 2**  
**Koefisien Determinasi Parsial**

Model	Standardized Coefficients		Correlations	Kd Parsial
	Beta		Zero-order	
1 Media Exposure (X <sub>1</sub> )		0,193	0,544	0,105
Ide/ Konsep (X <sub>2</sub> )		0,391	0,690	0,270
Audio (X <sub>3</sub> )		0,155	0,455	0,071
Visualisasi (X <sub>4</sub> )		0,239	0,536	0,128
<b>Total Pengaruh (Pengaruh Simultan)</b>				<b>0,573</b>

Dari tabel di atas, terlihat bahwa secara parsial konsep acara memberikan kontribusi pengaruh paling dominan terhadap gaya hidup penonton perempuan di Kota Bandung dengan kontribusi pengaruh yang diberikan sebesar 27%, disusul oleh *visualisasi* dengan kontribusi pengaruh sebesar 12,8%, selanjutnya *media exposure* sebesar 10,5% dan pengaruh paling rendah diberikan oleh audio dengan kontribusi pengaruh yang diberikan sebesar 7,1% sehingga total pengaruh secara keseluruhan adalah sebesar 57,3%.

#### 4. Kesimpulan

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh program acara televisi yang terbagi kedalam empat sub variabel yaitu *Media Exposure* Ide/Konsep, *Audio*, dan *Visualisasi* terhadap gaya hidup perempuan di kota Bandung. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah gaya hidup. Sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah *Media Exposure*, Ide/Konsep, *Audio*, dan *Visualisasi*. Penelitian dilakukan di Bandung kepada penonton perempuan yang pernah menonton program acara Sarah Sechan. Analisis dilakukan dengan menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda dengan program *Statistical Package for Social Sciences (SPSS) Ver. 19.00*. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan metode regresi linier berganda dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis dekriptif bahwa program acara Sarah Sechan mendapat rekapitulasi penilaian (lihat tabel 4.5) sebesar 73.7% atau berada dalam kategori baik. Program acara Sarah Sechan sudah baik karena program tersebut telah menyampaikan tujuan dari program acaranya yaitu memberikan informasi disertai dengan komedi. Program acara yang baik adalah program acara yang tidak mencari banyaknya jumlah penonton, melainkan efek-efek lain dari acara yang ditayangkan seperti informasi atau pun adegan – adegan dari acara televisi tersebut.
2. Secara simultan *media exposure*, konsep acara, audio dan *visualisasi* berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup penonton perempuan di Kota Bandung dengan kontribusi pengaruh yang diberikan sebesar 57,3%, sedangkan sebanyak 62,7% sisanya merupakan besar kontribusi pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti.
3. Jika dilihat secara parsial :
  - (a) Secara parsial konsep acara “Sarah Sechan” berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup penonton perempuan di Kota Bandung dengan kontribusi pengaruh yang diberikan sebesar 27%.
  - (b) Secara parsial *visualisasi* pada program acara “Sarah Sechan” berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup penonton perempuan di Kota Bandung dengan kontribusi pengaruh yang diberikan sebesar 12,8%.
  - (c) Secara parsial *media exposure* pada program acara “Sarah Sechan” berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup penonton perempuan di Kota Bandung dengan kontribusi pengaruh yang diberikan sebesar 10,5%.
  - (d) Secara parsial audio pada program acara “Sarah Sechan” berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup penonton perempuan di Kota Bandung dengan kontribusi pengaruh yang diberikan hanya sebesar 7,1%.

Berdasarkan data kesimpulan di atas, dapat dikatakan bahwa rumusan masalah yaitu bagaimana pengaruh program acara Sarah Sechan terhadap gaya hidup perempuan dewasa di kota Bandung sudah bisa terjawab. Berdasarkan teori *Uses and Gratification* dijelaskan bahwa media dapat mempengaruhi pola pikir dan kondisi psikologis. Dalam penelitian ini, kondisi psikologis yang diukur adalah gaya hidup dan media yang dimaksud adalah program acara televisi Sarah Sechan. Teori tersebut dapat dikatakan benar, karena pengaruh yang signifikan dari sebuah program acara televisi terhadap gaya hidup perempuan dewasa di kota Bandung.

#### Daftar Pustaka:

- [1] Azeharie, Suzy. (2011), “Pengaruh Program MTV terhadap Gaya Hidup Remaja Jakarta”. *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanegara Tahun III/01/2011*
- [2] Kotler, Phillip dan Gary Amstrong. (2008), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta : Gramedia.
- [3] Morissan, (2008), *Manajemen Media Penyiaran*, Jakarta : Prenada Media Group
- [4] Sanusi, Anwar. (2011), *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta : Salemba
- [5] Sarwono, Jonathan. (2012), *Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta : Gramedia
- [6] [id.wikipedia.org/wiki/Acara\\_televisi](http://id.wikipedia.org/wiki/Acara_televisi) diakses pada 17 April 2014
- [7] <http://edukasi.kompasiana.com/2012/04/21/gaya-hidup-modern-di-kota-metropolitan-457118.html> diakses pada 2 Mei 2014