



Pengaruh Host Attractiveness dan Program TV terhadap Minat Menonton: Studi komparatif Vincent dan Desta sebagai Host Program TV "Tonight Show"

Surianto¹, Clarisa Rui Iswanto²
Universitas Bunda Mulia, Indonesia

E-mail: suriantoacunk@gmail.com, clarisa.cc79@gmail.com

ABSTRAK

Kata kunci:
Daya Tarik Host,
Program
Televisi, Minat
Menonton, Host
Televisi,
Komunikasi Massa

Latar Belakang: Komunikasi merupakan aspek penting dalam kehidupan manusia, karena memungkinkan mereka untuk berinteraksi, memenuhi kebutuhan, dan membina hubungan satu sama lain. Perkembangan komunikasi manusia telah mengarah pada konsep "komunikasi massa" yang didorong oleh keinginan manusia untuk kemajuan dan peningkatan kualitas informasi yang disampaikan.

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya Tarik host dan program televisi terhadap minat menonton, dengan membandingkan dua host televisi, yaitu Vincent dan Desta.

Metode: Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif komparatif untuk membandingkan pengaruh daya tarik host dan program televisi terhadap minat menonton antara Vincent dan Desta.

Hasil: Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik host dan program televisi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menonton, dan terdapat perbedaan pengaruh antara host Vincent dan Desta.

Kesimpulan: Daya tarik host dan program televisi merupakan factor penting yang mempengaruhi minat menonton pemirsa. Perbedaan karakteristik host dapat menghasilkan perbedaan pengaruh terhadap minat menonton.

ABSTRACT

Keywords:
Host Attractions,
Television
Programs,
Viewing
Interests, Hosts
Television, Mass
Communication

Background: Communication is an important aspect of life humans, because it allows them to interact, meets needs, and building relationships with each other. Communication development Humans have led to the concept of "mass communication" driven by human desire for progress and improvement of information quality Delivered.

Purpose: This study aims to analyze the influence of attractiveness hosts and television programs on the interest in watching, by comparing two television hosts, namely Vincent and Desta.

Methods: This study used a comparative quantitative method to Comparing the Appeal of Hosts and Television Programs on interest in watching between Vincent and Desta.

Results: The results of the study showed that the attractiveness of the host and program television has a significant influence on viewing interest, and There is a difference in influence between hosts Vincent and Desta.

Conclusion: The attractiveness of the host and television program is a factor important that affects the viewer's interest in watching. Differences in characteristics. The host can produce a difference in influence on viewing interest.

PENDAHULUAN

Komunikasi adalah aspek penting dalam kehidupan manusia sebab manusia memerlukan kehadiran orang lain untuk memenuhi berbagai kebutuhan hidupnya dan dapat berinteraksi dan membina hubungan dengan orang lain (Irawan, 2017); (Winarko & Husna, 2020). Komunikasi diperlukan di setiap aspek kehidupan manusia, baik secara langsung atau tidak langsung melalui kata-kata atau gerak tubuh. Ini terjadi dari janin hingga akhir hayat. Individu dapat berkomunikasi dengan orang lain dan berbagi pikiran dan perasaan mereka (Haro et al., 2021).

Proses komunikasi manusia telah berkembang seiring dengan perkembangan diri manusia, yang mengarah pada penciptaan istilah "komunikasi massa" (Khumaedi, 2022). Keinginan manusia untuk maju dan berkembang mendorong kualitas data komunikasi yang lebih baik, yang mendorong penciptaan, modifikasi, dan ekspansi metode komunikasi modern (Ifadhila et al., 2024). Dunia saat ini semakin modern karena adanya teknologi media komunikasi massa yang canggih, yang membuat orang menggunakannya mulai dari hal-hal yang penting hingga hal-hal yang tidak penting (Kustiawan et al., 2022).sumen

Dengan perkembangan dan penyebaran teknologi baru yang terus-menerus, Cara berkomunikasi di masyarakat modern telah mempengaruhi bagaimana kita memandang diri kita sendiri dan masyarakat. Selama dua puluh tahun terakhir, pergeseran dari "old media" ke "new media" menunjukkan perubahan besar dalam cara kita menggunakan teknologi informasi untuk berkomunikasi (Jokhanan Kristiyono, 2022).

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat telah mendorong pertumbuhan media massa yang cepat dan dinamis, serta mempengaruhi kehidupan masyarakat. Media massa sangat penting untuk memenuhi kebutuhan informasi yang meningkat (Prasetyo & Nani, 2021). Media massa memainkan peran penting dalam mendorong transformasi sosial karena mereka dapat menyampaikan informasi yang sama ke banyak orang secara bersamaan tanpa batasan jarak (Prasetyo & Nani, 2021).

Perkembangan media massa terus menerus dikenalkan di Indonesia, sehingga banyak menghasilkan jenis jenis media baru seperti radio dan televisi, yang dikenal juga sebagai media penyiaran (Putra & Yoedtadi, 2021). Salah satunya adalah media televisi. Televisi adalah media elektronik yang menggunakan gambar dan suara untuk memengaruhi penonton (Gusniar, 2020). Gambar berfungsi sebagai kekuatan utama, sedangkan suara berfungsi sebagai tambahan atau penguat (Ernawati, 2023).

Televisi kini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari manusia (Ersyad, 2020); (Prayugo & Kamalia, 2022) . Bagi sebagian orang, televisi bahkan dianggap sebagai teman sekaligus cerminan perilaku masyarakat (Ernawati, 2023). Selain berfungsi untuk menyediakan hiburan, televisi juga menjadi alat yang sangat berguna untuk mencari informasi, dengan televisi dianggap sebagai media informasi kedua yang paling efektif (Firdausyi & Anggraini, 2020).

Akses informasi yang besar yang ditayangkan di TV selalu memanjakan penggunaannya. Untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka, hampir semua orang dari anak - anak, remaja, dewasa, sampai lanjut usia pasti menonton televisi. Masing-masing stasiun televisi menyajikan acara yang berbeda. Televisi, sebagai media tradisional di

Indonesia, masih tetap bertahan meskipun menghadapi persaingan dari media baru (Ersyad, 2020).

Ini dibuktikan dari hasil pengukuran awal jumlah penonton TV analog dan digital yang telah diumumkan oleh perusahaan riset Nielsen pada tahun 2022. Hasilnya menunjukkan peningkatan sekitar 70% dalam jumlah penonton, dari 58,9 juta meningkat menjadi 96 juta sampai Juli 2022. Peningkatan ini dikaitkan dengan peningkatan 71% pada sekitar 52 juta orang dalam populasi dan 78% pada sekitar 89 juta orang dalam panel rumah tangga. Nielsen melakukan penilaian terhadap sebelas kota metropolitan terbesar di Jawa, yaitu Jabodetabek.

Seiring bertambahnya jumlah penonton televisi, stasiun TV terus berinovasi untuk membuat acara yang mengikuti perkembangan zaman sehingga menarik minat penonton (Andhika et al., 2020); (Aprilliani & Yoedtadi, 2020). Menurut Henilia. Y & Koerniawan, 2021 Minat adalah keadaan psikologis yang kuat yang mempengaruhi sikap mental seseorang, meliputi aspek kognitif, konatif, dan emosional. Minat dapat digambarkan sebagai rasa suka yang tulus atau ketertarikan pada aktivitas tertentu (Yulita & Hidajat, 2021). Program TV dirancang sedemikian rupa sehingga berbagai tema yang diusung memberikan pilihan yang menarik bagi penonton, yang pada gilirannya dapat memberikan dampak positif pada masyarakat (Kusuma et al., 2023).

Stasiun TV dapat memilih program yang menarik dan menguntungkan yang dapat dikonsumsi masyarakat. (Rizka Aprilliani, Muhammad Gafar Yoedtadi, 2020). Salah satu stasiun TV yang menawarkan berbagai program menarik adalah Net TV. Net TV menyediakan hiburan televisi dengan konten program berkualitas. Net TV tidak menayangkan acara biasa yang tampak murahan. Program berita dan hiburan di NET bebas dari gosip, sensasi, dan konflik yang dibuat-buat (Rachmawati, 2022). Sehingga info yang disampaikan sangat aktual dan juga terpercaya. Dari segi edukasi, NET memprioritaskan berbagai informasi menarik dari dalam dan luar negeri yang memberikan manfaat dan pembelajaran bagi masyarakat Indonesia.

NET didirikan dengan harapan bahwa seiring perkembangan teknologi, konten hiburan dan informasi akan menjadi semakin terhubung, lebih mendalam, lebih personal, dan lebih mudah diakses. Net TV menyajikan banyak program acara seperti talkshow, berita, variety show dan juga reality show (Wahyuniarti, 2020).

NET TV menampilkan beberapa program acara talkshow yang bukan berbasis berita, salah satunya adalah "*Tonight Show*", peneliti menggunakan stasiun televisi NET dengan program acara talkshow "*Tonight Show*" yang dikemas secara special dan tayang setiap hari Sabtu dan Minggu, Acara gelar wicara malam "*Tonight Show*" pertama kali disiarkan pada tanggal 27 Mei 2013 bersama empat pembawa acara, yaitu Deddy Mahendra Desta, Vincent Rompies, Hesti Purwadinata, dan Enzy Storia sebagai Co-Host, memandu acara yang menggabungkan informasi dan hiburan (Net TV.com).

Peneliti memilih "*Tonight Show*" untuk diteliti karena acara "*Tonight Show*" di Net TV menjadi salah satu acara TV favorit bagi warganet. "Tonight Show" meraih penghargaan prestisius dari majalah musik Indonesia, Rolling Stone Indonesia, pada tahun 2016 dengan memenangkan kategori Favorit Larut Malam dalam Rolling Stone Indonesia Editors' Choice Awards. Selain itu, "Tonight Show" juga meraih penghargaan Panasonic Gobel Awards tahun 2019 dalam kategori Program Variety & Talkshow Terfavorit (Ramadhan & Putri, 2023).

Mengutip pada kanal resmi "Tonight Show", jumlah subscribers mencapai 5,75 juta, dan sudah ada sekitar 7,7 ribu video yang diunggah sejak kanal ini dibuat pada 31

Agustus 2013. Kanal ini dikenal sebagai salah satu kanal talkshow paling populer di YouTube.



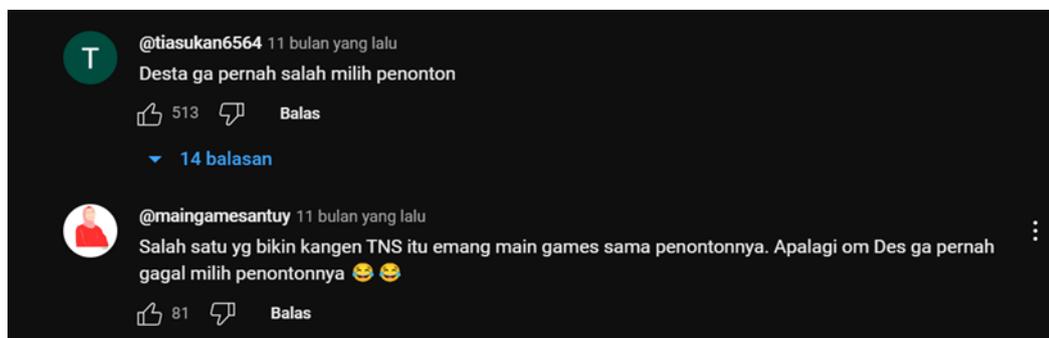
**Gambar 1 Halaman chanel Youtube "Tonight Show"
Sumber : Youtube TonightShowNet**

Hal tersebut dapat dilihat pada salah satu video yang diunggah ke platform youtube pada tanggal 6 Maret 2020 yang ditonton sebanyak 12 juta kali.



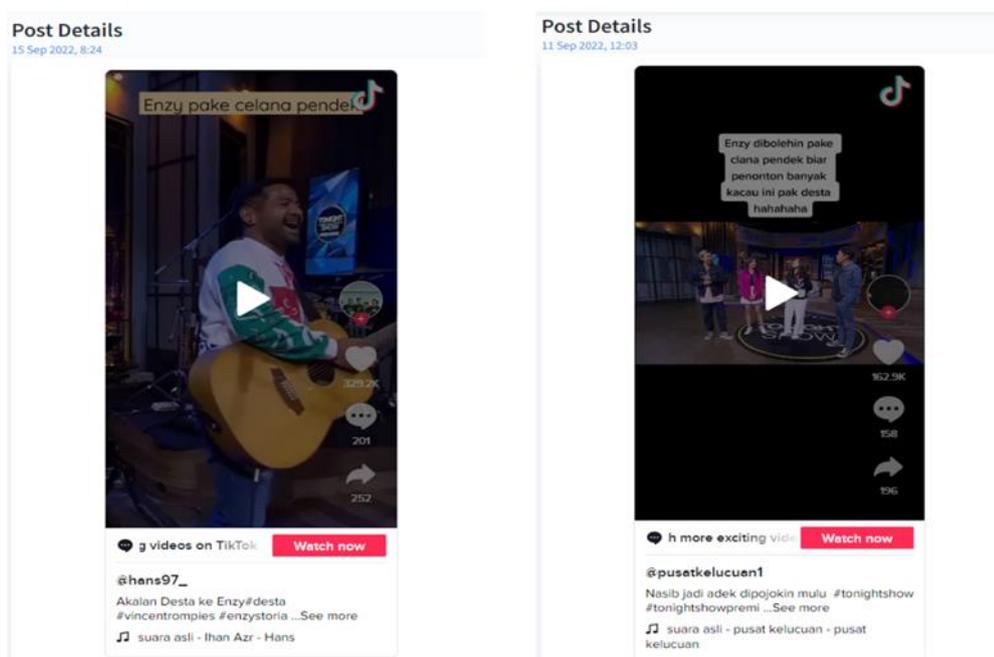
**Gambar 2 Salah satu episode "Tonight Show" yang ditonton sebanyak 12 juta kali
Sumber : Youtube TonightShowNet**

"Tonight Show" menghadirkan format baru yang menarik dengan bintang tamu seru dan informatif. Tidak hanya sesi wawancara, acara ini juga menghadirkan sesi permainan yang melibatkan bintang tamu, host, dan bahkan penonton. Desta, salah satu host, memilih langsung penonton yang ingin bermain bersama. Format baru ini mendapat respon positif dari para penonton.



Gambar 3. Komentar pada Channel Youtube "Tonight Show" Premiere

"Tonight Show" telah meraih popularitas sebagai sebuah program talk show, tidak hanya karena isi kontennya yang menarik, tetapi juga karena kehadiran para pembawa acara yang ramah dan berkarisma. Acara ini tidak hanya sukses dalam hal penilaian di televisi, tetapi juga telah menjadi favorit di kalangan pengguna internet. Hal ini terbukti dari sebagian besar kontennya yang menjadi viral di berbagai platform media sosial, seperti YouTube dan TikTok.



Gambar 4. Konten yang populer di TikTok

Bagaimana sebuah program berhasil atau tidak bergantung pada banyak faktor, salah satunya adalah pembawa acara itu sendiri. Sebuah talkshow yang sukses bergantung pada pembawa acaranya. Pembawa acara merupakan bagian penting dari sebuah program, dan kemampuannya untuk membuat penonton betah menontonnya untuk waktu yang lama sangat penting (Nadian, 2021).

Ketika pembawa acara dalam membawakan sebuah talkshow dapat membawakan dengan baik, maka semakin besar ketertarikan penonton dalam acara tersebut. Semakin banyak yang menyukai pembawa acara, semakin besar ketertarikan atau minat penonton dalam menonton talkshow yang dipandu oleh pembawa acara tersebut (Sirangkang, 2017); (Vaagna et al., 2022); (Ghassani & Hermanu, 2023).

Pentingnya komunikasi massa dalam kehidupan manusia komunikasi memungkinkan manusia untuk berinteraksi, memenuhi kebutuhan, dan membina hubungan satu sama lain serta perkembangan komunikasi manusia telah mengarah pada konsep "komunikasi massa" yang didorong oleh keinginan manusia untuk kemajuan dan peningkatan kualitas informasi yang disampaikan. Fokus penelitian pada pengaruh daya tarik host dan program televisi terhadap minat menonton yaitu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik host dan program televisi terhadap minat menonton, dengan membandingkan dua host televisi, yaitu Vincent dan Desta. Hal ini penting untuk dipahami karena host dan program televisi. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan pengaruh antara host Vincent dan Desta terhadap minat menonton.

Hal ini mengindikasikan bahwa perbedaan karakteristik host dapat menghasilkan perbedaan pengaruh terhadap minat menonton.

Daya Tarik dari pembawa acara juga menentukan keberhasilan dari sebuah program, daya tarik yang dimiliki Vincent dan Desta sebagai host adalah Kekompakan mereka karena mereka telah bersahabat sejak 30 tahun yang lalu (Merdeka.com), Karakter para host "*Tonight Show*" dapat dikatakan memiliki kekuatan masing-masing host seperti Vincent yang selalu bisa membuat gimmick dengan spontan di setiap tayangan, Desta dengan keusilannya, ini merupakan salah satu kekuatan dalam bertahannya tayangan "*Tonight Show*".

Penelitian ini diteliti oleh Putra & Yoedtadi, (2021) yang berjudul "Pengaruh Pembawa Acara terhadap Minat Menonton dalam Komunitas (Survei Talkshow "*Tonight Show*" pada Komunitas Tonight Mania)". Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah Host "*Tonight Show*" mempengaruhi minat untuk menonton program "*Tonight Show*" pada komunitas Tonight Mania. Dalam penelitian ini, digunakan teori presenter dan pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, menggunakan teknik nonprobability sampling dengan jumlah 70 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara pembawa acara "Tonight Show" dan minat menonton acara tersebut di kalangan Komunitas Tonight Mania, dengan koefisien korelasi sebesar 0,691. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 47% dari variabilitas minat menonton dapat dijelaskan oleh pengaruh pembawa acara.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah bahwa penelitian terdahulu menitikberatkan pada variabel independen (X1 dan X2) dan difokuskan pada responden dari komunitas Tonight Mania. Penelitian terdahulu diteliti dengan teori uses and gratification. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terdapat pada variabel yang sama yaitu variabel independen (X1) pembawa acara program yang mempengaruhi variabel dependen (X2) minat menonton, metode penelitian yang digunakan metode penelitian kuantitatif dengan filsafat positivisme, dan program yang diteliti juga sama yaitu "*Tonight Show*".

Dengan penjelasan tersebut, maka tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui apakah daya tarik pembawa acara dan program TV "*Tonight Show*" dapat mempengaruhi minat untuk menonton program tersebut.

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Host Attractiveness Vincent Desta terhadap minat menonton, untuk mengetahui pengaruh program TV "*Tonight Show*" terhadap minat menonton, untuk mengetahui pengaruh Host Attractiveness Vincent Desta dan program TV "*Tonight Show*" secara simultan terhadap minat menonton.

Berdasarkan maksud penelitian yang telah dijelaskan oleh peneliti, manfaat dari penelitian ini mencakup membantu dalam merancang program TV yang menarik dan sesuai dengan selera penonton Stasiun TV dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk memilih host yang lebih menarik bagi target audiens mereka. Penelitian ini diharapkan mampu memperkuat dan memperluas pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat menonton serta mengembangkan metode penelitian yang lebih baik untuk mempelajari pengaruh host attractiveness dan program TV terhadap minat menonton sehingga dapat mendorong penelitian lebih lanjut tentang topik ini.

METODE PENELITIAN

Paradigma atau cara pandang adalah asumsi-asumsi dasar yang dipegang oleh ilmuwan dan menentukan cara dia melihat gejala yang diselidikinya. Paradigma membantu dalam menyusun konsep tentang apa yang dipelajari dan bagaimana cara menjawab persoalan yang terkait (Sundaro, 2022). Penelitian ini mengadopsi paradigma positivistik, yang dikembangkan oleh filsuf Perancis Auguste Comte, Positivisme berasal dari istilah "positif", yang memiliki makna serupa dengan faktual, merujuk pada hal-hal yang bersifat nyata dan didasarkan pada fakta. Dalam positivisme, spekulasi tidak diperbolehkan; setiap pernyataan harus memiliki dasar yang kuat dalam pengamatan empiris (Mayadah, 2022).

Penelitian ini menggunakan metode survei. Survei adalah teknik penelitian yang melibatkan pengambilan sampel data dari populasi tertentu dan menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan informasi (Halawa & Fensi, 2020). Metode penggalan data seperti wawancara dan kuesioner adalah dua cara yang dapat digunakan (Syofian et al., 2015). Penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah penelitian berbasis kuantitatif, Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis yang mempelajari seluruh fenomena alam dan hubungannya satu sama lain. Maksud dari penelitian kuantitatif adalah untuk merumuskan dan menggunakan model sistematis, teori-teori, dan/atau hipotesis terkait fenomena alam (Yulita & Wijaya, 2020). Biasanya, sampel diambil secara acak, informasi dikumpulkan menggunakan alat penelitian, analisis data dilakukan secara kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dibuat (Ratnaningtyas et al., 2023); (Lenaini, 2021). Analisis ini akan menunjukkan bagaimana variabel dependen dipengaruhi oleh variabel-variabel independen tersebut (Suhud & Suriyanto, 2018).

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Bunda Mulia dengan periode penelitian pada Bulan Januari - Juni 2024. Populasi merujuk pada sekumpulan semua individu atau entitas (seperti individu, perusahaan) yang diperhitungkan secara keseluruhan. Populasi memiliki ciri khas yang mencakup segala aspek yang relevan. Besarnya populasi bisa terbatas atau tidak terbatas (Oisina, 2020). Populasi yang menjadi subjek penelitian ini terdiri dari individu warga Indonesia yang tinggal di wilayah JABODETABEK, baik pria maupun wanita, dengan jumlah yang tidak ditentukan atau tak terbatas.

Sampel pada penelitian ini adalah responden yang mengetahui program TV "*Tonight Show*" dan yang mengetahui Vincent dan Desta sebagai host program TV "*Tonight Show*". Metode pengambilan sampel yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode pengambilan sampel nonprobabilitas. Menurut Meidatuzzahra (2019) Teknik Non-probability Sampling adalah metode di mana tidak setiap elemen atau anggota populasi memiliki probabilitas yang sama untuk dipilih sebagai sampel, dengan jenis Purposive sampling.

Dalam penelitian kuantitatif, metode umum untuk mengumpulkan data adalah dengan menggunakan angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner merupakan instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan informasi melalui serangkaian pertanyaan yang telah disusun dengan tujuan mengukur variabel-variabel dalam penelitian (Jailani, 2023).

Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan metode pengumpulan data melalui penyusunan kuesioner. Kuesioner adalah alat dalam penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden melalui serangkaian pertanyaan

tertulis berisi pertanyaan-pertanyaan yang terstruktur atau terbuka untuk memperoleh pendapat, opini, perilaku, atau karakteristik responden terkait suatu topik atau isu tertentu (Anggela et al., 2023) . Peneliti memilih menggunakan kuesioner tertutup mengharuskan responden untuk memilih jawaban yang telah disediakan untuk setiap pertanyaan (Wulandari & Purwanta, 2020).

Tabel 1. Operasional Penelitian

Dimensi	Indikator
X1: Daya Tarik <i>Host</i> (Ghassani & Hermanu, 2023)	
	Memiliki pengetahuan mengenai narasumber.
Knowledge	Memiliki pengetahuan tentang topik pembahasan.
	Memahami bahasa budaya orang lain.
Kesamaan	Komedi <i>host</i> membuat acara semakin seru.
	Adanya persamaan pada budaya.
Mudah Disukai	Pembawaan <i>host</i> tidak monoton.
	<i>Host</i> berinteraksi dengan penonton.
X2: Program Acara (Andhika et al., 2020)	
	Program XYZ merupakan program <i>talk show</i> yang paling diminati.
Profil Program	Program TV XYZ sangat menghibur.
	Program TV XYZ memberikan tontonan yang berkualitas dari segi audiovisual
	Program TV XYZ memberikan dorongan moral serta semangat.
Isi Program	Program TV XYZ memberikan dampak yang baik.
	Program TV XYZ sangat diminati oleh seluruh lapisan masyarakat.
	Penyajian acara di dalam program TV XYZ sudah baik.
Talk Show	Analisis isi informasi di dalam program TV XYZ sudah baik
	Bentuk penyajian program TV XYZ sudah bersifat modern.
	Program TV XYZ memberikan kesan seru dalam penayangannya.
	Program TV XYZ membuat penonton selalu ingin melihat acara tersebut.
	Sistem pengaturan tayangan program TV XYZ sudah sangat rapi.
Frekuensi, Durasi, dan Intensitas	Sistem pengaturan tayangan program TV XYZ sudah sangat terstruktur.
	Durasi selama penayangan TV XYZ tidak lantas membuat penonton merasa bosan.

Program TV XYZ sudah mencakup seluruh konten program dengan sangat baik.

X3: Minat Menonton (Andhika et al., 2020)

	Penonton merasa sangat terhibur selama program TV XYZ berlangsung.
Kognitif	Penonton antusias saat host membawakan program sepanjang program TV XYZ berlangsung.
	Penonton merasa sangat bersemangat dari segi fisik maupun moral dalam menyaksikan host dalam program TV XYZ.
Afektif	Penonton merasa bangga melihat host dalam melakukan perannya yang maksimal sebagai host program TV XYZ.
	Penonton memberikan respon yang positif terhadap host sebagai host program TV XYZ selama program berlangsung.
Behavioral	Penonton memperlihatkan wajah yang biasa saja pada saat menonton host program TV XYZ.
	Penonton hanya sekedar mendengarkan gurauan lucu host dalam program TV XYZ agar merasa terhibur.

Sumber: Data Olahan Peneliti (2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Host Attractiveness dan Program TV terhadap minat menonton dengan studi kasus Host Vincent dan Desta sebagai host program “*Tonight Show*” terhadap minat menonton, dengan jumlah responden sebanyak 97 responden sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Penelitian ini termasuk penelitian komparatif dengan variabel pembanding penelitian ini adalah Host Attractiveness Vincent (X1.1) dan Host Attractiveness Desta (X1.2).

Total dari pernyataan kuesioner yang disebar adalah 36 butir pernyataan disebar melalui google form dan menggunakan pengukuran skala menggunakan skala likert dengan lima skala yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, biasa saja, setuju, sangat setuju.

Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification*, teori ini menjelaskan bahwa pengguna media aktif dalam memilih dan menggunakan media, atau bahwa pengguna media berusaha mencari sumber media terbaik untuk memenuhi kebutuhannya sendiri (Kurniawan et al., 2023). Dari hasil uji yang telah dilakukan pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mempunyai tingkat keselarasan dengan teori *Uses and Gratification* karena dasar dari teori ini adalah pengguna media berusaha mencari sumber media terbaik untuk memenuhi kebutuhannya sendiri, maka variabel dalam penelitian ini yaitu Host Attractiveness (X1) dan program “*Tonight Show*”(X2) berfungsi sebagai sumber media yang dapat memenuhi kebutuhan penonton yaitu minat menonton (Y).

Pengaruh Host Attractiveness Vincent terhadap minat menonton

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Host Attractiveness Vincent secara signifikan tidak memberikan pengaruh terhadap minat menonton. Dibuktikan dari hasil uji T (Parsial) nilai t hitung untuk variabel X1.1 (Host Attractiveness Vincent) sebesar 1,832 lebih kecil dari (<) t tabel yaitu 1,985, dan nilai sig dari variabel X1.1 (Host Attractiveness Vincent) sebesar 0,070 lebih besar dari (>) 0,05. Serta persamaan regresi :

$$Y = 4,823 + 0,217 X1 + 0,305 X2$$

Nilai koefisien regresi variabel X1.1 sebesar 0,217, jika nilai pada variabel X1.1 mengalami peningkatan sebesar satu satuan dengan asumsi variabel X2 bernilai nol atau tidak mengalami peningkatan, maka variabel Y meningkat sebesar 0,217.

Dari semua hasil uji diatas menunjukkan bahwa faktor Host Attractiveness Vincent tidak memberikan kontribusi terhadap minat menonton, jika dikaitkan dengan teori uses and gratification, Host Attractiveness Vincent bukanlah suatu kebutuhan yang dipilih oleh penonton untuk memenuhi kebutuhan mereka, melainkan terdapat pengaruh variabel lain yang dipilih penonton untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Pengaruh Host Attractiveness Desta terhadap minat menonton

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Host Attractiveness* Desta (X1.2) secara signifikan tidak memberikan pengaruh terhadap minat menonton (Y). Dibuktikan dari hasil uji T (Parsial) nilai t hitung untuk variabel X1.2 (*Host Attractiveness Desta*) sebesar 1,307 lebih kecil dari (<) t tabel yaitu 1,985, dan nilai sig dari variabel X1.2 (*Host Attractiveness Desta*) sebesar 0,194 lebih besar dari (>) 0,05. Serta persamaan regresi :

$$Y = 5,463 + 0,256 X1 + 0,199 X2$$

Nilai koefisien regresi variabel X1.2 sebesar 0,256, jika nilai pada variabel X1.2 mengalami peningkatan sebesar satu satuan dengan asumsi variabel X2 bernilai nol atau tidak mengalami peningkatan, maka variabel Y meningkat sebesar 0,256.

Dari semua hasil uji diatas menunjukkan bahwa faktor *Host Attractiveness* Desta tidak memberikan kontribusi terhadap minat menonton, jika dikaitkan dengan teori uses and gratification, *Host Attractiveness* Desta bukanlah suatu kebutuhan yang dipilih oleh penonton untuk memenuhi kebutuhan mereka, melainkan terdapat pengaruh variabel lain yang dipilih penonton untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Pengaruh program "Tonight Show" terhadap minat menonton

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel program "Tonight Show" secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap variabel minat menonton (Y). Dibuktikan dari hasil uji T (Parsial) nilai t hitung untuk variabel X2 (Program "Tonight Show") dan X1.2 (Host Attractiveness Desta) sebesar 2,726 maka lebih besar dari (>) t tabel yaitu 1,985, sig sebesar 0,008 lebih kecil dari (<) 0,05.

Uji variabel X2 (Program "Tonight Show") dengan X1.2 (Host Attractiveness Desta) sebesar 3,395 lebih besar dari (>) t tabel yaitu 1,985, dan nilai sig sebesar 0,001 lebih kecil dari (>) 0,05. Serta persamaan regresi X2 (Program "Tonight Show") dengan X1.1 (Host Attractiveness Vincent) :

$$Y = 4,823 + 0,217 X1 + 0,305 X2$$

Nilai koefisien regresi variabel X2 sebesar 0,305, artinya jika nilai pada variabel X2 mengalami peningkatan satu satuan dengan asumsi bahwa variabel X1.1 bernilai nol atau tidak mengalami peningkatan, maka nilai variabel Y meningkat sebesar 0,305 dan persamaan regresi X2 (Program “*Tonight Show*”) dengan X1.1 (Host Attractiveness Desta)

$$Y = 5,463 + 0,256 X1 + 0,199 X2$$

Nilai koefisien regresi variabel X2 sebesar 0.199, artinya jika nilai pada variabel X2 mengalami peningkatan satu satuan dengan asumsi bahwa variabel X1.2 bernilai nol atau tidak mengalami peningkatan, maka nilai variabel Y meningkat sebesar 0,199.

Dari semua hasil uji diatas menunjukkan bahwa faktor program “*Tonight Show*” memberikan kontribusi dan berperan penting meningkatkan minat menonton, jika dikaitkan dengan teori uses and gratification, program “*Tonight Show*” berfungsi sebagai kebutuhan yang diberikan oleh media untuk memenuhi kebutuhan penonton. Program “*Tonight Show*” yang memiliki konsep program talkshow yang menghibur, anti mainstream dan juga komedi, meningkatkan minat penonton untuk menonton, dikarenakan program “*Tonight Show*” dapat memenuhi kebutuhan penonton yaitu mendapatkan hiburan dan juga pengalihan dari permasalahan sehari-hari (Putri & Fikri, 2022).

Pengaruh *Host Attractiveness Vincent* dan *Desta* dan program “*Tonight Show*” terhadap minat menonton

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Host Attractiveness Vincent* dan *Desta* dan program “*Tonight Show*” didapatkan secara simultan dan signifikan memberikan pengaruh terhadap minat menonton. Jika dikaitkan dengan teori Uses and Gratification, *Host Attractiveness Vincent* dan *Desta* dan program “*Tonight Show*” berfungsi sebagai kebutuhan yang diberikan oleh media untuk memenuhi kebutuhan penonton. Dibuktikan dengan hasil Uji F (Simultan) kepada kedua variabel didapatkan hasil. Variabel X1.1 (*Host Attractiveness Vincent*) dan X2 (Program “*Tonight Show*”) memiliki nilai f 18,886 lebih besar dari (>) nilai f tabel yaitu 3,093 dan sig sebesar <0,001 kurang dari (<) 0,05. Dan untuk nilai dari variabel X1.2 (*Host Attractiveness Desta*) dan X2 (Program “*Tonight Show*”) sebesar 17,751 lebih besar dari (>) nilai f tabel yaitu 3,093 dan sig sebesar <0,001 kurang dari (<) 0,05. Melalui uji koefisien determinasi X1.1 (*Host Attractiveness Vincent*) dan X2 (Program “*Tonight Show*”) berpengaruh sebesar 28,6% terhadap minat menonton (Y) sedangkan, X1.2 (*Host Attractiveness Desta*) dan X2 (Program “*Tonight Show*”) berpengaruh sebesar 25,9% terhadap minat menonton (Y). Sisanya dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan diketahui, secara simultan *Host Attractiveness Vincent* dan *Desta* berpengaruh terhadap minat menonton, apabila disertai dengan program “*Tonight Show*” karena jika hanya *Host Attractiveness Vincent* atau *Host Attractiveness Desta* saja tidak cukup untuk mempengaruhi penonton untuk memiliki minat menonton, karena kebutuhan penonton adalah daya tarik kedua host yang memiliki kharisma, berpenampilan menarik, pengetahuan yang luas, dan memiliki nilai komedi dan disertai dengan adanya program “*Tonight Show*” dengan konsep program talkshow yang menghibur, anti mainstream dan juga komedi maka dapat lebih meningkatkan minat menonton (Marisyah, 2023);

Beberapa research gap yang dapat menjadi dasar untuk memperdalam penelitian ini membandingkan pengaruh daya tarik *Host Vincent* dan *Desta* terhadap minat menonton, perlunya penelitian yang juga mempertimbangkan faktor-faktor lain yang dapat

mempengaruhi minat menonton, seperti demografis pemirsa, preferensi konten, dan lainnya, penelitian yang mempertimbangkan aspek budaya dan sosial yang mungkin berpengaruh terhadap minat menonton. Penelitian selanjutnya dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan mendalam terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat menonton pemirsa televisi.

KESIMPULAN

Hasil penelitian dari uji T (parsial) menunjukkan variabel X1.1 (Host Attractiveness Vincent) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Y (minat menonton), yang berarti dengan daya tarik Vincent sebagai host dalam membawakan program "*Tonight Show*" tidak memberikan pengaruh terhadap minat menonton. Sehingga, hipotesis H01 dengan pernyataan "Host Attractiveness Vincent tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat menonton" dinyatakan diterima dan Ha1 dengan pernyataan "Host Attractiveness Vincent berpengaruh positif signifikan terhadap minat menonton" ditolak.

Hasil penelitian dari uji T (parsial) menunjukkan variabel X2 (Program "*Tonight Show*") berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Y (minat menonton), yang berarti semakin baik suatu program acara TV yang ditayangkan maka dapat memberikan pengaruh terhadap minat menonton. Sehingga, hipotesis Ha2 dengan pernyataan "Program tv berpengaruh positif signifikan terhadap minat menonton." dinyatakan diterima sedangkan hipotesis H02 dengan pernyataan "Program tv tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat menonton." dinyatakan ditolak.

Hasil penelitian dari uji F (Simultan), menunjukkan bahwa variabel X1.1 (Host Attractiveness Vincent) dan variabel X2 (Program "*Tonight Show*") berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap variabel Y (Minat Menonton), yang berarti semakin meningkatnya daya tarik yang dimiliki Vincent dalam membawakan acara dan disertai dengan program acara "*Tonight Show*" secara simultan, maka minat menonton akan semakin meningkat. Sehingga, hipotesis Ha3 dengan pernyataan "Host Attractiveness Vincent dan Program Acara "*Tonight Show*" berpengaruh positif signifikan terhadap minat menonton secara simultan" diterima, sedangkan hipotesis H03 dengan pernyataan "Host Attractiveness Vincent dan Program Acara "*Tonight Show*" tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat menonton secara simultan" dinyatakan ditolak.

Hasil penelitian dari uji T (parsial) menunjukkan variabel X1.2 (Host Attractiveness Desta) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Y (minat menonton), yang berarti dengan daya tarik Desta sebagai host dalam membawakan program "*Tonight Show*" tidak memberikan pengaruh terhadap minat menonton. Sehingga, hipotesis H04 dengan pernyataan "Host Attractiveness Desta tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat menonton" dinyatakan diterima dan Ha4 dengan pernyataan "Host Attractiveness Desta berpengaruh positif signifikan terhadap minat menonton" ditolak.

Hasil penelitian dari uji F (Simultan), menunjukkan bahwa variabel X1.2 (Host Attractiveness Desta) dan variabel X2 (Program "*Tonight Show*") berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap variabel Y (Minat Menonton), yang berarti semakin meningkatnya daya tarik yang dimiliki Desta dalam membawakan acara dan disertai dengan program acara "*Tonight Show*" secara simultan, maka minat menonton akan semakin meningkat. Sehingga, hipotesis Ha5 dengan pernyataan "Host Attractiveness

Desta dan Program Acara “*Tonight Show*” berpengaruh positif signifikan terhadap minat menonton secara simultan” diterima, sedangkan hipotesis H05 dengan pernyataan “Host Attractiveness Desta dan Program Acara “*Tonight Show*” tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat menonton secara simultan” dinyatakan ditolak.

DAFTAR PUSTAKA

- Andhika, A., Fahmi, M., & Adjid, R. (2020). Pengaruh Program UEFA Champions League di Orange TV terhadap Minat Menonton. *International Journal of Social Science and Business*, 4(1), 25–31.
- Anggela, F., Amin, T. M., Putra, J. Y., Susanto, F. I., Monika, R., Pratiwi, D. A., Nurlita, S., Wati, D. P., Fikri, A., & Putra, Z. L. (2023). *Urgensi Komunikasi Dalam Ilmu Sosial: Bunga Rampai*. Penerbit Berseri.
- Aprilliani, R., & Yoedtadi, M. G. (2020). Pengaruh Brand Image Judul Program terhadap Minat Menonton Program Talkshow Tonight Show Net TV. *Prologia*, 4(1), 53–58.
- Ernawati, A. (2023). *Menguasai Program Televisi: Panduan Awal untuk Pemula*. Penerbit NEM.
- Ersyad, F. A. (2020). Eksistensi Media Televisi Era Digital Dikalangan Remaja. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 22(1), 38–44.
- Firdausyi, A., & Anggraini, R. (2020). Pengaruh Konten Program TV Magazine Terhadap Minat Menonton. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, 2(1), 58–70.
- Ghassani, S. Z. G., & Hermanu, D. H. (2023). Pengaruh Host Attractiveness dan Loneliness terhadap Minat Menonton Konten YouTube Mukbang Mgdalenaf. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 20(2).
- Gusniar, A. S. (2020). Pengaruh Attractiveness, Trustworthiness, dan Expertise Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Produk Kecantikan di Youtube (Studi pada Mahasiswa di Tiga Universitas Yogyakarta). *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 3(2), 187–210.
- Halawa, F. A., & Fensi, F. (2020). Pengaruh Kecerdasan Emosi, Lingkungan Sekolah Terhadap Motivasi Belajar Dan Dampaknya Terhadap Prestasi Belajar Siswa Fransiscus. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*.
- Haro, M., Annisa, J., IP, S., Mustafa, I., Kom, S. I., Kom, M. I., Yulyuswarni, S. S., Tonasih, S., Atun Farihatun, S. K. M., & KM, M. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. CV. DOTPLUS Publisher.
- Ifadhila, I., Rukmana, A. Y., Erwin, E., Ratnaningrum, L. P. R. A., Aprilia, M., Setiawan, R., Judijanto, L., & Setiawan, H. (2024). *Pemasaran Digital di Era Society 5.0: Transformasi Bisnis di Dunia Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Irawan, S. (2017). Pengaruh konsep diri terhadap komunikasi interpersonal mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 7(1), 39–48.
- Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Jokhanan Kristiyono, S. T. (2022). *Konvergensi Media: Transformasi Media Komunikasi di era digital pada Masyarakat Berjejaring*. Prenada Media.
- Khumaedi, T. (2022). Penyimpangan Etika Dalam Komunikasi Massa. *At TAWASUL: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(2), 64–71.
- Kurniawan, I., Humam, Q. A., Chairunisa, A. F., Zharfani, G. N., Salsabila, A., Putri, A.,

- Carolina, B., Anita, D. N., Nurfadilah, A., & Burhani, M. L. (2023). *Hakikat, Etika, dan Filsafat Komunikasi dalam Dinamika Sosial*. Mahakarya Citra Utama Group.
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., & Pakpahan, N. S. (2022). Komunikasi massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 134–142.
- Kusuma, A. R., Riyanto, B., & Siswanta, S. (2023). Pengaruh host dan daya tarik artistik program televisi" bikin laper" di trans tv terhadap minat kuliner mahasiswa sekolah tinggi pariwisata sahid surakarta. *Solidaritas: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(1).
- Lenaini, I. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39.
- Marisyah, M. (2023). *Analisis Data Menggunakan Uji T: Menentukan Perbedaan Yang Signifikan Antara Dua Kelompok*.
- Mayadah, U. (2022). Positivisme auguste Comte. *Paradigma: Jurnal Kalam Dan Filsafat*, 2(01).
- Meidatuzzahra, D. (2019). Penerapan accidental sampling untuk mengetahui prevalensi akseptor kontrasepsi suntikan terhadap siklus menstruasi (Studi kasus: Pukesmas Jembatan Kembar Kabupaten Lombok Barat). *AVESINA: Media Informasi Ilmiah Universitas Islam Al-Azhar*, 13(1), 19–23.
- NAdian, I. (2021). *Hubungan Kualitas Program Talk Show Dengan Minat Menonton Tayangan Mata Najwa Di Trans7 (Studi Pada Mahasiswa Desa Cilibur Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes)*. Iain Purwokerto.
- Oisina, I. V. (2020). Pengaruh Terpaan Pemberitaan Di Media Online Dan Word Of Mouth Communications Terhadap Pengambilan Keputusan Dalam Mengurangi Penggunaan Plastik Saat Berbelanja:(Survei Pada Pelangan Minimarket Di Denpasar, Bali). *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 1–12.
- Prasetyo, S. D., & Nani, D. A. (2021). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Harga Saham (Studi Empiris Pada Perusahaan Perkebunan Sub Sektor Sawit Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019). *Accounting Global Journal*, 5(2), 123–151.
- Prayugo, B., & Kamalia, H. (2022). Perbedaan Jenis Dan Karakteristik Pada Media Penyiaran Radio Dan Televisi. *Qaulan: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(2), 1–19.
- Putra, M. C., & Yoedtadi, M. G. (2021). Pengaruh Pembawa Acara terhadap Minat Menonton dalam Komunitas (Survei Talkshow Tonight Show pada Komunitas Tonight Mania). *Koneksi*, 5(2), 359–364.
- Putri, Y. A., & Fikri, Y. (2022). Persepsi Mahasiswa STIKOM InterStudi terhadap Minat Menonton Program Talkshow Mata Najwa. *Prosiding Jurnalistik*, 8(1), 303–309.
- Rachmawati, L. (2022). Pengaruh Host Program Rumpi No Secret di Trans TV Terhadap Loyalitas Penonton. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, 3(1), 77–100.
- Ramadhan, F., & Putri, S. A. (2023). Pengaruh Intensitas Menonton Youtube Tonight Show Terhadap Pengembangan Wawasan Mahasiswa Stikom Interstudi (Studi Variety Show). *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan*, 5(2).
- Ratnaningtyas, E. M., Saputra, E., Suliwati, D., Nugroho, B. T. A., Aminy, M. H., Saputra, N., & Jahja, A. S. (2023). Metodologi Penelitian Kualitatif. *No. Januari. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.

- Sirangkang, A. F. (2017). *Korelasi Antara Persepsi Pembawa Acara Dengan Minat Menonton Talkshow “Kick Andy” Di Metro TV (Studi Pada Mahasiswa Jurnalistik 2012-2013)*. Uin Raden Fatah Palembang.
- Suhud, U., & Suriyanto, S. (2018). Testing the Costumers’ Purchase Intention of an Artificial Sweetener Product: Do Brand Image Have an Effect. *Journal of Marketing Research and Case Studies*, 1–11.
- Sundaro, H. (2022). Positivisme Dan Post Positivisme: Refleksi Atas Perkembangan Ilmu Pengetahuan Dan Perencanaan Kota Dalam Tinjauan Filsafat Ilmu Dan Metodologi Penelitian. *MODUL*, 22(1), 21–30.
- Syofian, S., Setyaningsih, T., & Syamsiah, N. (2015). Otomatisasi metode penelitian skala likert berbasis web. *Prosiding Semnastek*.
- Vaagna, F. S., Riyantini, R., & Sevilla, V. (2022). Program Talk Show “Kata Sandi” Di Inews Dan Minat Berwirausaha Masyarakat Kelurahan Pulo Gebang Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 247–255.
- Wahyuniarti, F. (2020). *Pengaruh Pembawa Acara Terhadap Minat Menonton Televisi (Studi Persepsi Mahasiswa Jurnalistik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2016-2017 Pada Acara Talk Show Sarah Sechan di Net Tv)*. Fakultas Ilmu dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Syarif
- Winarko, H. B., & Husna, A. (2020). The Consumer Behavior toward Online Travelling Agency (OTA): Evidence from Indonesia. *International Journal of Tourism & Hospitality Reviews EISSN*, 2395–7654.
- Wulandari, H., & Purwanta, E. (2020). Pencapaian perkembangan anak usia dini di taman kanak-kanak selama pembelajaran daring di masa pandemi covid-19. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 5(1), 452–462.
- Yulita, H., & Hidajat, K. (2021). Pengaruh Adopsi Inovasi E-Learning terhadap Minat Belajar Mahasiswa Dimediasi Motivasi Belajar pada Era New Normal. *Journal of Business & Applied Management*, 14(1), 27–44.
- Yulita, H., & Wijaya, B. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Publik terhadap Kepuasan Konsumen. *Management and Accounting Expose*, 3(1), 1–12.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).