

PENGARUH INTENSITAS MENONTON TAYANGAN PROGRAM iLOOK NET TV TERHADAP PERILAKU REMAJA DALAM BERBUSANA

(Kasus Siswi Kelas XII SMK Negeri 3 Kota Bogor)

Ayunita Nur Kamilla¹, Layung Paramesti Martha^{2*}), Imani Satriani³

^{1,2,3} Universitas Pakuan, Bogor, Indonesia

^{*}Surel Korespondensi: layungparamesti@gmail.com

Kronologi Naskah: diterima 12 Januari 2021; direvisi 10 Maret 2021; diputuskan 21 Maret 2021

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas menonton program acara iLook NET TV terhadap perilaku remaja berbusana. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana intensitas menonton tayangan iLook pada remaja berbusana di sekolah SMK Negeri 3 Kota Bogor. Penelitian ini menggunakan variabel X dalam intensitas menonton dan variabel Y dalam perilaku. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah siswa kelas XII SMK Negeri 3 Kota Bogor. Penelitian ini melibatkan 92 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terutama dari angket dan observasi. Teknik yang digunakan non probability sampling. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis pada penelitian ini yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara intensitas jam tangan terhadap perilaku remaja. Berdasarkan uji kekuatan hubungan sebesar 0,381 dapat dikatakan bahwa intensitas hubungan dinilai sangat kuat dan diketahui bahwa intensitas menonton program iLook mempunyai pengaruh terhadap perilaku remaja sebesar 0,145 sedangkan sisanya (100) - 14,5% dinilai 85,5 oleh faktor lain.

Kata Kunci: intensitas menonton; perilaku; program iLook NET TV; remaja.

Abstract

This research is aimed to identify the effects of the intensity of watching the programs of iLook NET TV show on youth behavior in clothing. The purpose of this study is to find out how the intensity of watching the programs iLook shows teenagers in their attire in the school of SMK Negeri 3 Kota Bogor. This research uses X variables in watching intensity and Y variables in behavior. This study is using quantitative methods. The population of this research is sophomores XII SMK Negeri 3 Kota Bogor. This study included 92 people. The data collection techniques used in this study were mainly from questionnaires and observations. The technique used non probability sampling. The research agrees with the hypotheses on the study, it states that there is a influence between the intensity of the watch on teenagers behavior. Based on a test of relationship strength of 0,381, it can be said that the intensity of the relationship is judged to be very strong and comes out that the intensity of watching the iLook program has an influence on teenagers behavior by 0,145 while the rest (100% - 14,5%) is 85,5 rated by another factor.

Keyword : adolescent; behavior; programs iLook NETT; watching intensity.

Pendahuluan

Indonesia mempunyai berbagai macam stasiun televisi. Stasiun televisi pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada Tahun 1962, ketika Indonesia mendapatkan kehormatan menyelenggarakan Asian Games IV yang diselenggarakan di Glora Bung Karno di Jakarta. Stasiun pertama di Indonesia yang bernama TVRI adalah awal mula munculnya stasiun televisi di Indonesia, semenjak itu perkembangan stasiun televisi banyak mengalami perubahan, dengan munculnya beragam stasiun televisi swasta antara lain RCTI, SCTV, Indosiar, ANTV, MNC TV, Trans TV, Trans7, TV One, Metro TV, Global TV, Inews TV, NET TV, dan beberapa stasiun televisi swasta lainnya (Morissan, 2011).

NET TV merupakan salah satu stasiun televisi masa kini yang menjadi salah satu alternatif tontonan hiburan layar kaca. NET TV hadir dengan format dan konten program yang berbeda dengan stasiun TV lain. NET TV resmi mengudara pada tanggal 26 Mei 2013. Sesuai perkembangan teknologi informasi, NET didirikan dengan semangat bahwa konten hiburan dan informasi dimasa mendatang akan semakin terhubung, lebih memasyarakat, lebih mendalam, lebih pribadi dan lebih mudah diakses. Oleh karena itulah, sejak awal NET muncul dengan konsep *multiplatform*, sehingga pemirsanya bisa mengakses tayangan NET secara tidak terbatas, kapanpun, dan dimana pun. Secara konten, tayangan hiburan NET harus mengandung fakta, bukan rumor atau gosip. Secara tampilan, NET telah

menggunakan sistem kualitas tinggi (Full-HD)¹.

Salah satu program acara televisi yang banyak menarik perhatian penonton adalah program acara iLook di NET TV. Program iLook ini merupakan kategori *soft news* dengan format *magazine*. Program acara ini pertama kali tayang sejak 01 juni 2013, program ini membahas berbagai pernak-pernik yang berhubungan dengan penampilan/*style/fashion* dari ujung kaki hingga ujung kepala. Program iLook menyajikan segala informasi dan tips yang dikemas secara menarik dan *modern*, dan dapat menjadi acuan *fashion* bagi masyarakat Indonesia. Program iLook tayang setiap hari sabtu-minggu pada pukul 11.00-11.30 WIB dan juga memiliki 3 segment. Program iLook ini memiliki segmen seperti *I Dare You*, *MakeOver*, *Mix&Match*, *Tips&Trick*, dan lainnya². Salah satu program acara televisi yang banyak menarik perhatian penonton adalah program acara iLook di NET TV. Program iLook ini merupakan kategori *soft news* dengan format *magazine*. Program acara ini pertama kali tayang sejak 01 juni 2013, program ini membahas berbagai pernak-pernik yang berhubungan dengan penampilan/*style/fashion* dari ujung kaki hingga ujung kepala. Program iLook menyajikan segala informasi dan tips yang dikemas secara menarik dan *modern*, dan dapat menjadi acuan *fashion* bagi masyarakat Indonesia. Program iLook tayang setiap hari sabtu-minggu pada pukul 11.00-11.30 WIB dan juga memiliki 3 segment. Program iLook ini memiliki

¹<http://m.netmedia.co.id/staticpage/aboutus>
(diakses pada tanggal 27 Desember 2018
pukul 19.32 WIB)

²www.youtube.com/user/NetLifestyle
(diakses pada tanggal 27 Desember 2018
pukul 22.15 WIB)

segmen seperti *I Dare You*, *MakeOver*, *Mix&Match*, *Tips&Trick*, dan lainnya³.

Pakaian yaitu merupakan salah satu penanda status sosial yang paling mudah dilihat dan juga berguna dalam menjaga atau menjatuhkan batasan-batasan simbolik, pakaian merupakan indikasi dari bagaimana orang-orang pada era yang berbeda telah merasakan posisi mereka dalam struktur sosial dan batasan-batasan status yang dinegosiasikan. Busana juga sebagai unsur keindahan bagi penampilan seseorang. Di Indonesia *fashion* sudah berkembang. *Trend* busana memiliki sejumlah pilihan yang tersedia dalam pemilihan pakaian mereka. Seseorang yang sangat *fashion*, secara tidak langsung menjadikan dirinya sebagai seseorang dengan gaya hidup *modern* (Crane, 2012).

Alasan peneliti memilih program iLook NET TV ini karena berbusana sangat penting dalam kehidupan sehari-hari bagi remaja. Busana pun memiliki peran besar dalam diri seseorang. Bagi remaja kenyataannya mengenai busana cukup diutamakan dan memilih busana merupakan dari kepentingan mereka. Selain itu, remaja selalu mengikuti *fashion* atau busana terbaru dan juga mengikuti perkembangan zaman. Oleh karena itu penulis memilih program iLook NET TV sebagai bahan penelitian, selain itu peneliti tertarik untuk mengetahui apakah tayangan program iLook NET TV ini dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku remaja dalam berbusana.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti untuk memilih salah satu sekolah di Kota Bogor yaitu SMK Negeri 3 Kota Bogor untuk menjadi lokasi penelitian alasannya karena SMK Negeri 3 Kota Bogor ini merupakan salah satu sekolah terdaftar peringkat SMK terbaik di Kota Bogor tahun 2017 hingga saat ini, SMK Negeri 3 Kota Bogor pun pada tahun 2013 salah satu siswi mewakili Jawa Barat dalam ajang *Asean Skill Competetion* di Jakarta.⁴ selain itu SMK Negeri 3 Kota Bogor tercatat sebagai salah satu dari 86 sekolah sejenis pernah menjadi rintisan sekolah berstandar *Internasional*.⁵ SMK Negeri 3 Kota Bogor memiliki nilai akreditasi A di berbagai jurusan, akreditasi terbaru ditahun ini diraih oleh jurusan tata busana yang mendapatkan nilai tertinggi diantara jurusan lainnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Bagaimana intensitas menonton tayangan program iLook terhadap perilaku remaja dalam berbusana di SMK Negeri 3 Kota Bogor?
2. Bagaimana perilaku remaja di SMK Negeri 3 Kota Bogor terhadap tayangan program iLook NET TV?
3. Apakah terdapat pengaruh intensitas menonton tayangan program iLook terhadap perilaku remaja dalam berbusana?

³<https://www.gogle.co.id/amp/s/beritabogor.com/amp/prestasi-siswa-smkn-3bogor>

⁴<https://www.gogle.co.id/amp/s/beritabogor.com/amp/prestasi-siswa-smkn-3bogor>

⁵<https://youtu.be/v8dwwS2YIGw>

Adapun tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang ada yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana intensitas menonton tayangan program iLook terhadap perilaku remaja dalam berbusana di SMK Negeri 3 Kota Bogor?
2. Untuk mengetahui bagaimana perilaku remaja di SMK Negeri 3 Kota Bogor terhadap tayangan program iLook NET TV?
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh intensitas menonton tayangan program iLook terhadap perilaku remaja dalam berbusana?

Menurut Rakhmat (2011), mengungkapkan intensitas menonton televisi di bagi berdasarkan pada daya konsentrasi dalam menonton televisi (perhatian), tingkat keseringan (frekuensi), kualitas kedalaman menonton (durasi) dan (penghayatan atau pemahaman) terhadap tayangan televisi yang disajikan. **Perhatian** yaitu Merupakan ketertarikan terhadap objek tertentu yang menjadi target perilaku. Hal ini diilustrasikan dengan adanya stimulus yang datang, kemudian stimulus itu direspon, dan responnya berupa tersitanya perhatian individu terhadap objek yang dimaksud. **Penghayatan** yaitu Penghayatan dalam menonton tayangan televisi berarti meliputi pemahaman dan penyerapan terhadap tayangan-tayangan tersebut. Kemudian dijadikan informasi baru yang disimpan sebagai pengetahuan oleh individu yang bersangkutan. **Durasi** yaitu Durasi merupakan lamanya selang waktu yang dibutuhkan individu untuk

melakukan perilaku yang menjadi target.

Durasi menonton tayangan televisi membutuhkan waktu, lamanya selang waktu yang dibutuhkan untuk menonton sebuah tayangan televisi. **Frekuensi** yaitu Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target. Menonton tayangan televisi dapat berlangsung dalam frekuensi yang berbeda-beda, dapat seminggu sekali, atau satu bulan sekali, tergantung individu yang bersangkutan (Jayawinangun dan Nugraha, 2018). Perilaku adalah suatu respon organisme atau seseorang terhadap rangsangan dari luar subjek tersebut. Perilaku dapat diartikan sebagai suatu aksi reaksi organisme terhadap lingkungan. Perilaku baru terjadi apabila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan reaksi yakni yang disebut rangsangan. Rangsangan tertentu akan menghasilkan reaksi atau perilaku tertentu. Perilaku dapat juga diartikan sebagai aktivitas manusia yang timbul karena adanya stimulasi dan respon serta dapat diamati secara langsung maupun tidak langsung (Nugraha dan Nugroho 2019). Menurut Sunaryo (2004), pengukuran perilaku dapat dibagi menjadi 3 yaitu: Kognitif (pengetahuan): yaitu individu tahu terlebih dahulu terhadap stimulus berupa obyek senggga menimbulkan pengetahuan baru pada individu, Afektif (sikap): yaitu timbul respon dalam bentuk sikap dari individu terhadap obyek yang telah diketahui dan disadari sepenuhnya, Psikomotorik (keterampilan): yaitu obyek yang telah diketahui dan

Menurut Morissan (2013), teori *uses and gratification* disebut sebagai salah satu teori paling populer dalam

studi komunikasi massa. Teori ini mengajukan gagasan bahwa perbedaan individu menyebabkan audien mencari, menggunakan dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara berbeda-beda, yang disebabkan oleh berbagai faktor sosial dan psikologis yang berbeda di antara individu audien. Teori ini tidak memberikan perhatian pada efek langsung media terhadap audien, tetapi memfokuskan perhatian pada motivasi dan perilaku audien terhadap media atau bagaimana dan mengapa mereka menggunakan atau mengonsumsi media. Teori ini menilai bahwa audien dalam menggunakan media berorientasi pada tujuan, bersifat aktif sekaligus diskriminatif. Audien dinilai mengetahui kebutuhan mereka dan mengetahui serta bertanggung jawab terhadap pilihan media yang dapat memenuhi kebutuhan mereka tersebut.

Menurut Sugiyono (2016), hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Berdasarkan kerangka berfikir dari penelitian di atas, maka dari itu dapat disimpulkan hipotesis penelitiannya adalah sebagai berikut: H₀: tidak terdapat pengaruh yang nyata antara intensitas menonton tayangan program iLok Net TV terhadap perilaku remaja dalam berbusana (studi kasus siswi kelas XII SMKN 3 Kota Bogor), H₁: terdapat pengaruh yang nyata antara intensitas menonton tayangan program iLok Net TV terhadap perilaku remaja dalam berbusana (Studi Kasus Siswi Kelas XII SMKN 3 Kota Bogor).

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Dalam pendekatan kuantitatif hakekat hubungan diantara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif serta menghasilkan data yang berupa perhitungan. Peneliti mencoba menguji perilaku remaja, dalam penelitian ini variabel yang akan diteliti adalah variabel intensitas menonton tayangan dan variabel perilaku remaja dalam berbusana. Selain itu, penelitian ini juga menguji pengaruh. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode eksplanatif. Pada hakikatnya penelitian eksplanatif atau penjelasan selalu bertujuan mencari keterkaitan (hubungan atau pengaruh) satu variabel dengan atau terhadap variabel lainnya Bajari (2015). Pada penelitian ini, variabel yang akan diteliti adalah intensitas menonton (X), dan perilaku sebagai variabel (Y).

Populasi adalah wilayah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi juga meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini populasi yang akan diteliti oleh peneliti adalah siswi kelas XII SMK Negeri 3 Kota Bogor. Jumlah populasi yang ada dalam penelitian ini sebanyak 92 siswi, dimana jumlah tersebut semua berjenis kelamin perempuan dengan

rentang usia 16-17 tahun yang merupakan siswi kelas XII SMK Negeri 3 Kota Bogor Jurusan Tata Busana.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama dan dianggap bisa mewakili populasi. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan arakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi yang akan diteliti. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *Non Probability Sampling*. Jenis sampel ini tidak dipilih secara acak. Tidak semua unsur atau elemen populasi mempunyai kesempatan sama untuk bisa dipilih menjadi sampel. Menurut Sugiyono (2016), *nonprobability sampling* adalah teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *Non Probability Sampling* yang dipilih yaitu *Sampling Jenuh* (sensus) yaitu metode penarikan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan apabila jumlah populasinya kecil. Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil yaitu seluruh siswi kelas XII jurusan tata busana SMK Negeri 3 Bogor, yang berjumlah 92 orang.

Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini membahas hasil penelitian mengenai pengaruh intensitas menonton tayangan program iLook terhadap perilaku remaja dengan menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif ini dilakukan berdasarkan uji kuesioner yang dibagikan kepada 92 responden. Adapun responden tersebut dalam penelitian ini adalah siswi kelas XII SMK Negeri 3 Kota Bogor, yang dimana siswa kelas XII

itu remaja dengan rentang usia 16-17 tahun jurusan tata busana.

Peneliti membuat pernyataan ini mengenai variabel Intensitas Menonton (X) yang terdiri dari empat indikator yaitu Perhatian, Penghayatan, Durasi, Frekuensi, kemudian pernyataan pada variabel Perilaku Remaja (Y) yang terdiri dari tiga indikator yaitu Kognitif, Afektif, Psikomotorik.

Regeresi linear sederhana menurut Sugiyono (2016), adalah salah satu alat yang dapat digunakan dalam memprediksi permintaan dimana akan datang berdasarkan data masa lalu satau untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel tak bebas. Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas dan satu variabel tak bebas. Tujuan metode ini adalah untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel tak bebas yang dipengaruhi oleh variabel bebas.

Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

Koefisien Korelasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat keeratan atau hubungan antara variabel X dan Y dengan menggunakan *pearson product moment*. Adapun menurut Sugiyono (2016) untuk mengintreprestasikan hasil penelitian korelasi. Hasil output diatas diperoleh angka R sebesar 0,381. Nilai Koefisien Korelasi diatas menunjukkan bahwa tingkat kekuatan hubungan antara variabel intensitas menonton terhadap perilaku remaja sebesar 0,381 sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat kekuatan hubunganya masuk pada nilai interval 0,80-1.000 yang dinilai sangat kuat. Nilai pada *R Square* sebesar 0,145 Nilai koefisien determinasi (KD) adalah $R^2 \times 100\%$ sehingga 0,145 x

100% = 14,5%. Artinya variabel intensitas menonton memiliki pengaruh terhadap perilaku remaja sebesar 14,5% sedangkan sisanya (100%-14,5%) adalah 85,5% dipengaruhi oleh variabel yang tidak ada dalam model regresi sederhana.

Uji Koefisien Parsial (Uji F)

Hasil uji F dapat dilihat pada tabel di atas, nilai prob. F hitung terlihat pada kolom terakhir (sig) tabel diatas dapat menunjukkan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil di tingkat signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh intensitas menonton terhadap perilaku remaja, artinya secara simultan variabel intensitas menonton memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku remaja.

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .381 ^a | .145 | .135 | 2.75083 |

Uji Koefisien Parsial (Uji T)

Variabel X yaitu Intensitas Menonton tayangan program iLook memiliki nilai *prob. t* hitung sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas intensitas menonton tayangan program iLook berpengaruh secara signifikan terhadap variabel perilaku remaja dalam berbusana di SMK Negeri 3 Kota Bogor. Hasil uji t tersebut dikaitkan dengan hipotesis yang diajukan dalam penelitian yaitu:
 H0 : Tidak terdapat pengaruh yang nyata antara intensitas menonton tayangan program iLook Net TV terhadap perilaku remaja dalam

berbusana (studi kasus Siswi kelas XII SMK Negeri 3 Kota Bogor)

H1 : Terdapat pengaruh yang nyata antara intensitas menonton tayangan program iLook Net TV terhadap perilaku remaja dalam berbusana (studi kasus Siswi kelas XII SMK Negeri 3 Kota Bogor).

ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 115.432 | 1 | 115.432 | 15.255 | .000 ^b |
| Residual | 681.035 | 90 | 7.567 | | |
| Total | 796.467 | 91 | | | |

Dari hasil perhitungan diketahui t_{hitung} 3.906 pada sig 0,000 dan nilai t_{hitung} 15.166, maka $t_{hitung} < t_{tabel}$ (3.906 < 15.166) dan sig < 0,05 (0,000 < 0,05) maka Ho ditolak H1 diterima. Hal ini berarti bahwa variabel intensitas menonton tayangan program iLook menerima perilaku remaja dalam berbusana di SMK Negeri 3 Kota Bogor.

Pengaruh Intensitas Menonton (X) Tayangan Program iLook NET TV Terhadap Perilaku (Y) remaja dalam berbusana

Proses analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji dari koefisien determinasi, nilai R Square sebesar 0,145 = 14,5%, hal ini mengandung arti bahwa terdapat pengaruh variabel (X) Intensitas Menonton secara simultan atau secara bersama-sama terhadap variabel (Y) Perilaku sebesar 14,5%.

Bedasarkan nilai Uji t hitung diperoleh Dengan melihat signifikansi 5% atau 0,05 dan df 92 maka nilai yang diperoleh dari tabel diatas diketahui t_{hitung} 3.906 pada sig 0,000 dan nilai t_{hitung} 15.166, maka $t_{hitung} <$

t_{hitung} ($3.906 < 15.166$) dan $sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak H_1 diterima. Hal ini berarti bahwa variabel intensitas menonton tayangan program iLook menerima perilaku remaja dalam berbusana di SMK Negeri 3 Kota Bogor.

Hasil uji F dapat dilihat pada tabel diatas, nilai prob. F hitung terlihat pada kolom terakhir (sig) tabel diatas dapat menunjukkan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil di tingkat signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh intensitas menonton terhadap perilaku remaja, artinya secara simultan variabel intensitas menonton memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku remaja.

Dari Uji hipotesis ini digunakan untuk melihat apakah ada pengaruh yang signifikan antara intensitas menonton terhadap perilaku remaja, maka dilakukan pengujian bahwa Jika t_{hitung} dan $sig < 0,005$, maka H_0 ditolak H_1 diterima dan Jika t_{hitung} dan $sig > 0,005$, maka H_0 diterima H_1 ditolak.

Hubungan Teori Uses and Gratification dengan Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Program iLook NET TV Terhadap Prilaku remaja dalam berbusana

Berdasarkan berbagai variabel diatas dan beberapa tabel dari hasil sebuah tayangan. Adanya perilaku remaja dalam berbusana menunjukkan bahwa tayangan program iLook itu memberikan sebuah hasil. Maka dalam hal ini akan dijelaskan hubungan teori Teori *Uses and Gratification* antara Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Program iLook NET TV Terhadap Prilaku remaja dalam berbusana.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Teori *Uses and Gratification*. Menurut teori ini Teori Teori *Uses and Gratification* adalah Menurut Morissan (2013), teori *uses and gratification* disebut sebagai salah satu teori paling populer dalam studi komunikasi massa. Teori ini mengajukan gagasan bahwa perbedaan individu menyebabkan audien mencari, menggunakan dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara berbeda-beda, yang disebabkan oleh berbagai faktor sosial dan psikologis yang berbeda di antara individu audien. Teori ini tidak memberikan perhatian pada efek langsung media terhadap audien, tetapi memfokuskan perhatian pada motivasi dan perilaku audien terhadap media atau bagaimana dan mengapa mereka menggunakan atau mengonsumsi media. Teori ini menilai bahwa audien dalam menggunakan media berorientasi pada tujuan, bersifat aktif sekaligus diskriminatif. Audien dinilai mengetahui kebutuhan mereka dan mengetahui serta bertanggung jawab terhadap pilihan media yang dapat memenuhi kebutuhan mereka tersebut.

Pemilihan media dan isinya merupakan sebuah tindakan yang beralasan serta memiliki tujuan kepuasan tertentu sesuai dengan kebutuhan audien. Pemilihan dan penggunaan media menunjukkan bahwa setiap manusia memiliki keinginannya masing-masing, maka dari itu mereka mencari sarana untuk memenuhi segala kebutuhan, bisa karena terjadi antara proses komunikasi yang terjadi antara sesama manusia dan juga terpengaruh untuk menggunakan media massa yang sama. Valdiani *et.al* (2017) dalam risetnya juga menemukan bahwa televisi sangat

mampu mempengaruhi preferensi dan perilaku pemuda dalam memilih pekerjaan.

Hal ini meyakinkan peneliti bahwa siswi SMK Negeri 3 Kota Bogor kelas XII Tata Busana tertarik untuk menonton tayangan program iLook NET TV. Responden menganggap bahwa program iLok NET TV ini sebagai informasi utama mengenai busana agar lebih percaya diri untuk memadupadankan busana yang mereka gunakan dari ujung kaki hingga ujung kepala dan juga bisa memberikan tips-tips cara berbusana. Maka responden memberikan tanggapan terhadap isi tayangan program iLok NET TV diantaranya, *IDAREYOU*, *Mix&Match*, *MakeOver*, *Tips&Trick* dan lainnya. Hal tersebut berkaitan dengan teori *Teori Uses and Gratification* yang menyatakan bahwa perbedaan individu menyebabkan audien mencari, menggunakan dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara berbeda-beda, yang disebabkan oleh berbagai faktor sosial dan psikologis yang berbeda di antara individu audien dan juga khalayak dianggap aktif menggunakan media, pemilihan media untuk memenuhi kebutuhan, kepuasan alasan dalam menggunakan media. Dari hasil penelitian ini, bahwa skor rata-rata perhatian 4,28 sangat tinggi, hal ini berarti responden memperhatikan apa saja yang ada di tayangan program iLook tersebut. Penghayatan responden setelah menonton tayangan program iLook skor rata-rata sebesar 4,22 sangat tinggi, berarti responden menghayati segmen-segmen yang setiap 2 hari dalam seminggu yang ditayangkan di program iLook tersebut. Durasi skor rata-rata sebesar 4,20 tinggi, artinya responden intensitas menonton

tayangan program iLook selama 30 menit yang penasaran dengan tayangan tersebut, dan kemudian skor rata-rata frekuensi sebesar 4,20 tinggi, hal tersebut berarti responden pun menonton tayangan program iLook selama 4 kali dalam sebulan yang menunjukkan bahwa responden sering menonton tayangan program tersebut.

Dikaitkan dengan *Uses and Gratification* adanya hubungan terhadap program iLook NET TV, Karena adanya pengaruh tayangan terhadap perilaku remaja dalam mempercayai untuk memilih tayangan yang telah ditayangkan oleh stasiun televisi. Tayangan program iLok membahas tentang berbagai pernak-pernik yang berhubungan dengan penampilan/*style/fasion/* dari ujung kaki hingga ujung kepala. Program iLok menyajikan segala informasi dan tips yang dikemas secara menarik dan modern, dan dapat menjadi acuan *fashion* bagi masyarakat.

Simpulan dan Saran

Intensitas menonton memiliki empat indikator yaitu perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi. Berdasarkan data hasil variabel Intensitas Menonton masing-masing dinilai tinggi. Artinya mayoritas responden memperhatikan, menghayati tayangan program iLook selama 30 menit atau setengah jam dan mayoritas responden siswi SMK Negeri 3 Kota Bogor menonton tayangan program iLook sebanyak 4 kali dalam sebulan.

Perilaku remaja memiliki tiga indikator yang terdiri dari kognitif, afektif, dan psikomotorik. Berdasarkan data hasil kuesioner pada masing-masing indikator pada variabel perilaku dinilai tinggi. Artinya terdapat peningkatan perilaku remaja dari siswi kelas XII SMK

Negeri 3 Kota Bogor setelah menonton tayangan program iLook NET TV.

Untuk kedepannya penelitian ini faktor pengaruh jangan mudah terpacu pada variabel X dengan indikator perhatian, penghayatan, durasi dan frekuensi saja, namun harus diperhatikan kembali dengan variabel indikator yang lainnya seperti pada indikator variabel Y, agar lebih menambah wawasan atau pengetahuan yang mempengaruhi intensitas menonton tayangan program iLook terhadap perilaku remaja dalam berbusana.

Untuk tayangan program iLook, seharusnya menambah waktu durasi lagi agar penonton bisa menikmati program tersebut lebih lama, dan lebih sering menambahkan informasi yang menarik berupa *fashion-fashion* atau busana terkini agar penontonya mempunyai informasi-informasi yang lebih baru, juga menambahkan segemen yang seru dan menarik agar tidak mudah jenuh pada saat menonton program iLook

Referensi

- Bajari, Atwar, 2015. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Crane, Diana. 2012. *Fashion and Its Social Agendas: Class, Gender, and Identity In Clothing*. University Of Chicago Press
- Jayawinangun R dan Nugraha YA. 2018. Penggunaan Internet dan Media Sosial Orang Muda di Pedesaan (Kasus Orang Muda Desa Ciasmara, Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor). *Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya Wahana*. Vol 24 No 2. Universitas Pakuan.
- Morissan, 2013. *Individu Hingga Masa*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Nugraha YA dan Nugroho DR. 2019. Rural Youth Behavior In Watching Television (Case Study Rural Youth in Ciasmara Village Pamijahan Sub-District, Bogor Regency). *Journal of Humanities and Social Studies*, 3(1), 32–36
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung. PT Remaja Rosdikarya
- Sarlito, Sarwono W. 2013. *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Siregar, Sofyan, P. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media Group
- Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka
- Sunaryo. 2004. *Psikologi Untuk Perawatan*. Jakarta: EGC
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Valdiani D, Nugraha YA, Siregar MRA. 2017. *Attendance of Mass Media and Parents in Defining the Value of Agriculture in The Eyes of Rural* (Case Study of Rural Youth at Horticulture Center in Cianjur Regency)