

PENGARUH TAYANGAN KULTUM DI RCTI TERHADAP MINAT MENONTON MASYARAKAT

Prasetyo Adinugroho

Universitas Pakuan, Bogor, Indonesia

Surel Korespondensi: prasetyoadinugroho@gmail.com

Kronologi Naskah: diterima 15 April 2021, direvisi 19 Mei 2021, diputuskan 24 Juni 2021

Abstract

Television is a place for people to get entertainment and information that is new and fast. With television, people can also communicate directly and get interesting entertainment. Program shows on private TV stations of various kinds, there are news programs, documentaries, features, soap operas, music. The variety of the program, aims to make the public interested to watch the program that aired. Not only that, all programs aired by TV stations aim to provide information and entertainment to the public. This study aims to find out how much Influence of Impressions "KULTUM" in RCTI terhadap Interest Watching Society. In this study, the authors used quantitative research methods. According to Hasan (2002:21), "research methods are ways or paths taken in connection with research conducted, which has systematic steps". Based on the results of research and processing, it can be taken several conclusions as follows: From the results of regression analysis there is a value of t of 7,191 and t table of 1,992. then t calculate $> t$ table ($7,191 > 1,992$) with a significance level of $0.000 < 0.05$. So H_0 was rejected and H_a accepted, meaning that there is a significant relationship between the show "KULTUM" on RCTI to the interest of watching the public. From the results of the regression analysis, there is a value of R square of 0.718 this means that the influence of impressions "KULTUM" in RCTI terhadap interest Watching Society is 71.8 %. While 28.2% of people's interest in watching was influenced by other factors that were not studied by the authors.

Keyword : Kultum, Interests Watching, RCTI

Abstrak

Televisi merupakan suatu tempat bagi masyarakat untuk mendapatkan hiburan dan informasi yang baru dan secara cepat. Dengan adanya televisi masyarakat juga dapat berkomunikasi secara langsung dan mendapat hiburan yang menarik. Program acara di stasiun TV swasta beraneka ragam macamnya, ada program berita, dokumenter, *feature*, sinetron, musik. Keaneka ragaman program acara tersebut, bertujuan untuk membuat masyarakat tertarik untuk menyaksikan program acara yang ditayangkan. Tidak hanya itu, semua program acara yang ditayangkan oleh stasiun TV bertujuan untuk memberikan informasi dan hiburan kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Tayangan "KULTUM" di RCTI terhadap Minat Menonton Masyarakat. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Hasan (2002:21), "metode penelitian adalah cara atau jalan yang ditempuh sehubungan dengan penelitian yang dilakukan, yang memiliki langkah – langkah yang sistematis". Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut: Dari hasil analisis regresi terdapat nilai t sebesar

7.191 dan tabel t sebesar 1.992. kemudian menghitung $t > t$ ($7.191 > 1.992$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Jadi H_0 ditolak dan H_a menerima, artinya ada hubungan yang signifikan antara acara "KULTUM" di RCTI dengan kepentingan menonton publik. Dari hasil analisis regresi, terdapat nilai R square sebesar 0,718 ini berarti pengaruh tayangan "KULTUM" di RCTI terhadap minat Menonton Masyarakat adalah 71,8 %. Sementara 28,2% minat orang untuk menonton dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dipelajari oleh penulis.

Kata kunci: Kultum, RCTI, dan Minat Menonton

PENDAHULUAN

Televisi merupakan suatu tempat bagi masyarakat untuk mendapatkan hiburan dan informasi yang baru dan secara cepat. Dengan adanya televisi masyarakat juga dapat berkomunikasi secara langsung dan mendapat hiburan yang menarik. Program acara di stasiun TV swasta beraneka ragam macamnya, ada program berita, dokumenter, *feature*, sinetron, musik. Keaneka ragaman program acara tersebut, bertujuan untuk membuat masyarakat tertarik untuk menyaksikan program acara yang ditayangkan. Tidak hanya itu, semua program acara yang ditayangkan oleh stasiun TV bertujuan untuk memberikan informasi dan hiburan kepada masyarakat.

Salah satu stasiun TV swastanya adalah stasiun TV RCTI, RCTI mempunyai banyak program acara *reality show* yang dapat menarik perhatian khalayak, salah satunya adalah Kultum atau yang biasa disebut Kuliah Tujuh Menit. Kultum adalah acara yang diadakan di stasiun TV RCTI sebelum atau menjelang adzan maghrib ketika bulan puasa.

Bulan puasa adalah bulan yang spesial diantara 12 bulan yang ada pada kalender umat manusia. Karena bulan ini adalah bulan penuh ampunan bagi umat muslim yang menjalankan kewajiban ini. Makna bulan ramadan bagi umat Islam yaitu Bulan yang penuh dengan kesabaran; Bulan Turunnya Alquran karena Alquran pertama kali diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW di bulan Ramadan, tepatnya pada tanggal 17 Ramadan. Alquran merupakan petunjuk dan pedoman hidup yang harus diimani oleh setiap muslim; Malam Lailatul Qadar karena Pada bulan Ramadan terdapat suatu malam yang lebih baik daripada seribu bulan; Bulan yang penuh dengan kedermawanan; Bulan pengampunan dosa.

Kultum yang ditayangkan menjelang adzan maghrib diwaktu bulan puasa diisi oleh penceramah yang ahli tentang keagamaan muslim karena bertujuan untuk memberikan informasi yang relevan dan terpercaya kepada seluruh umat muslim.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti mengambil judul "Pengaruh Tayangan "KULTUM" di RCTI terhadap Minat Menonton Masyarakat" untuk mengetahui bagaimana tayangan kultum di RCTI terhadap minat menonton di RW 11 Kelurahan Jatisampurna Bekasi Selatan. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah nya yaitu Seberapa besar pengaruh tayangan "KULTUM" di RCTI terhadap minat menonton masyarakat?

KAJIAN TEORI

Tayangan

Pada saat ini, tayangan yang dipertunjukkan di berbagai stasiun TV swasta dapat memberikan hiburan dan informasi kepada masyarakat. Menurut UU. Penyiaran No.32 (dalam Mufid, 2008:209), “tayangan adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif, maupun tidak, yang dapat menerima melalui perangkat penerima siaran”.

Kultum

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kultum atau kepanjangan dari kuliah tujuh menit adalah ceramah agama, yang durasinya tujuh menit. Saat bulan puasa banyak sekali pilihan materi yang bisa disampaikan untuk mengisi ceramah atau kultum setelah selesai shalat. Mulai dari makna Ramadhan, manfaat Ramadhan, hikmah Ramadhan, zakat, dan masih banyak lagi lainnya.

Dikutip dari buku Kultum, Kuliah Tujuh Menit Mengubah Kehidupan dan Kebahagiaan, Rudiyan SW (2012: 93) ada beberapa materi kultum atau ceramah singkat yang bisa disampaikan saat bulan Ramadhan. Seperti contoh materi untuk ceramah ramadhan berikut ini.

1. Keutamaan bulan Ramadhan
2. Materi kedua adalah tentang keutamaan malam Lailatul Qadr di mana malam ini merupakan malam yang lebih baik dari seribu bulan.
3. Sholat malam menjadi materi kultum ketiga yang sangat dianjurkan untuk dilakukan saat bulan Ramadhan karena ibadah ini memiliki banyak pahala apalagi jika dikerjakan saat bulan Ramadhan bisa berlipat-lipat pahala yang kita terima.

Minat

Menurut Walgito (2004:106), “minat adalah suatu keadaan di mana seseorang mempunyai perhatian terhadap suatu objek yang disertai dengan keinginan untuk mengetahui”. Sedangkan dalam kamus besar bahasa Indonesia, “minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu”.

Dalam membuat suatu tayangan program acara, pihak stasiun televisi perlu memperhatikan unsur minat penonton karena di dalam unsur minat terdapat banyak efek yang akan timbul bagi suatu tayangan program acara, khususnya televisi lokal Sukabumi TV. Menurut Ardianto dan Erdinaya (2004:51-56), ada 3 efek yang ditimbulkan pada pesan media massa. Efek tersebut adalah efek *kognitif*; efek *afektif*; dan efek *konatif*.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Hasan (2002:21), “metode penelitian adalah cara atau jalan yang ditempuh sehubungan dengan penelitian yang dilakukan, yang memiliki langkah – langkah yang sistematis”. Dalam hal ini langkah yang ditempuh dengan menggunakan kuantitatif. Sedangkan Kuantitatif menurut Kriyantono (2007:55), “Penelitian dengan menggunakan kuantitatif dapat mencatat nilai – nilai bilangan atau frekuensi untuk menggambarkan berbagai jenis isi yang didefinisikan. Metodologi ini mempunyai prinsip prinsip *objectivist*, karena hasil akhir bergantung pada prosedur riset pada orangnya”. Jadi, metode penelitian kuantitatif adalah suatu riset yang ditempuh dengan

menjelaskan suatu masalah dalam penelitian dengan langkah yang sistematis. Dalam penulisan penelitian ini, teknik pengumpulan data yang penulis lakukan dengan cara menggunakan data primer berupa kuesioner penelitian dan observasi pada warga RW 11 Kelurahan Jatisampurna Bekasi Selatan. Data sekunder **diperoleh** melalui studi pustaka. Sampel penelitiannya menggunakan sampel probabilitas karena responden yang akan diambil dengan sistem *stratified sampling* (sampel berlapis) pada Warga RW 11 Kelurahan Jatisampurna Bekasi Selatan sebanyak 97 sampel. Dalam penelitian ini, penulis melakukan analisa secara kuantitatif dengan menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas nya adalah “Pengaruh tayangan “KULTUM” di RCTI”, sedangkan variabel terikat nya adalah minat menonton masyarakat. Dalam penelitian ini penulis melakukan uji korelasi dengan menggunakan *pearson’s correlation (Product Moment)*. Rumus atau teknik statistik ini digunakan untuk mengetahui koefisien korelasi atau derajat kekuatan hubungan antara variabel/data/skla interval dengan interval lainnya (Kriyantono, 2007:171).

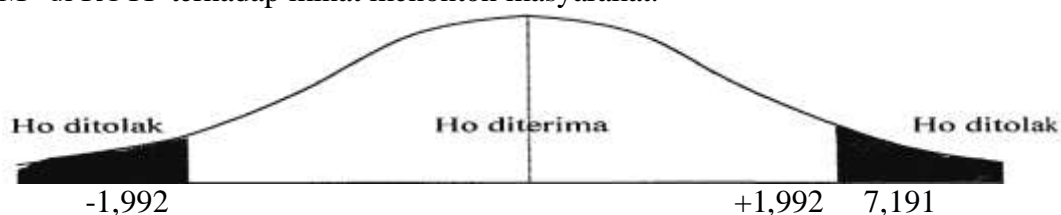
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Hipotesis

Hasil penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tayangan “KULTUM” di RCTI terhadap minat menonton masyarakat (*Survey* pada RW 11 Kelurahan Jatisampurna Bekasi Selatan).

Dalam penelitian ini, jumlah sampel sebanyak 97 sampel. Sebanyak 47 orang perempuan yang berhasil memberikan input dalam kuesioner penelitian ini sedangkan sisanya 50 orang adalah laki laki. Sedangkan dari semua sampel yang diteliti, 40 orang yang berusia 31 – 40 tahun yang menggunakan transportasi umum. Dalam hal pendidikan sebanyak 30 orang yang berpendidikan S1. Dari segi pekerjaan, sebanyak 35 orang yang berpekerjaan pegawai swasta.

Setelah didapatkan t hitung sebesar 7,191 dan t tabel sebesar 1,992. maka t hitung > t tabel ($7,191 > 1,992$) dengan level signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa ada hubungan yang signifikan antara tayangan “KULTUM” di RCTI terhadap minat menonton masyarakat.



Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh dan tingkat signifikansi variabel pengaruh tayangan “KULTUM” di RCTI terhadap minat menonton masyarakat. Pengaruh tingkat signifikansi ini menunjukkan keberartian hubungan yang terjadi dapat berlaku dalam penelitian ini.

Tabel ANOVA^a

ANOVA ^a

Sumber : *Output* data SPSS 20

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	816.978	1	816.978	56.223	.000 ^b
	Residual	1394.981	96	14.531		
	Total	2211.959	97			
a. Dependent Variable: Minat Menonton Masyarakat						
b. Predictors: (Constant), Tayangan “KULTUM” di RCTI terhadap Minat Menonton Masyarakat						

Hasil Uji F pada tabel di atas, nilai F hitung terlihat pada kolom terakhir (sig). Tabel di atas menunjukkan nilai sig 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi linier yang diestimasi layak digunakan dengan menjelaskan Pengaruh tayangan “KULTUM” di RCTI (X) terhadap Minat menonton masyarakat (Y) di RW 11 Kelurahan Jatisampurna Bekasi Selatan.

Regresi

Tabel Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	.282	.263	3.81196
a. Predictors: (Constant), Tayangan “KULTUM” di RCTI terhadap Minat Menonton Masyarakat				

Sumber :

SPSS 20

Output data

Data di atas menunjukkan nilai R square sebesar 0,718 ini berarti bahwa pengaruh Tayangan “KULTUM” di RCTI terhadap minat Menonton Masyarakat adalah sebesar 71,8 %. Sedangkan 28,2 % minat Menonton Masyarakat dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Tabel Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.670	3.399		5.196	.000
	Tayangan “KULTUM” di RCTI terhadap Minat Menonton Masyarakat	.586	.064	.608	7.191	.000
a. Dependent Variable: Minat Menonton Masyarakat						

Sumber : *Output* data SPSS 20

Persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y' = a + bX$$

$$Y' = 18.670 + 0,586X$$

Dari penjabaran di atas dapat diartikan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 18,670 : artinya jika Tayangan “KULTUM” di RCTI (X) nilainya adalah 0, maka Minat Menonton Masyarakat
2. Koefisien regresi variabel (X) sebesar 0,586 : artinya jika terjadi penambahan 1 poin pada “KULTUM” di RCTI (variabel X), maka Minat Menonton Masyarakat akan mengalami pertambahan sebesar 0,586. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Tayangan “KULTUM” di RCTI dengan Minat Menonton Masyarakat, semakin naik poin dari Tayangan “KULTUM” di RCTI maka semakin meningkat pula Minat Menonton Masyarakat terhadap Tayangan “KULTUM” di RCTI.

SIMPULAN DAN SARAN

1. Berdasarkan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,718 dan bersifat positif maka dapat diartikan bahwa Tayangan “KULTUM” di RCTI dengan Minat memiliki hubungan yang tinggi dengan minat Menonton Masyarakat pada RW 11 Kelurahan Jatisampurna Bekasi Selatan. Hal ini dikarenakan isi dari Tayangan “KULTUM” di RCTI dapat diterima dengan baik oleh RW 11 Kelurahan Jatisampurna Bekasi Selatan sehingga dapat menarik minat Menonton Masyarakat.

2. Dari hasil analisis regresi terdapat nilai t sebesar 7,191 dan t tabel sebesar 1,992. Maka t hitung > t tabel (7,191 > 1,992) dengan level signifikansi 0,000 < 0,05. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Tayangan “KULTUM” di RCTI terhadap Minat Menonton Masyarakat di RW 11 Kelurahan Jatisampurna Bekasi Selatan.

Dari hasil analisis regresi, terdapat nilai R square sebesar 0,608 ini berarti bahwa pengaruh Tayangan “KULTUM” di RCTI terhadap Minat Menonton Masyarakat adalah sebesar 71,8 % dan 28,2 % minat Menonton Masyarakat dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis, seperti misalnya masyarakat kurang nyaman, cuek, dsb.

Saran

1. Tayangan “KULTUM” di RCTI hingga saat ini sudah cukup baik, hanya saja masyarakat di sekitar masih kurang nyaman dan cuek, ketika melihat tayangan tsb.
2. Pada penelitian ini terlihat bahwa Tayangan “KULTUM” di RCTI terhadap Minat Menonton Masyarakat. Oleh karena itu, para pihak penyedia transportasi umum diharapkan dapat terus meningkatkan kenyamanan bagi masyarakat supaya kelak banyak masyarakat yang beralih ke transportasi umum.
3. Tayangan “KULTUM” di RCTI diharapkan dapat meningkatkan kreatifitas konten dan tampilan pada tayangan nya supaya makin banyak lagi menarik minat masyarakat untuk menonton.

REFERENSI

- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1991. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi ke-2. Jakarta: Balai Pustaka.
- Bambang, Dwiloka dan Rati Riana. 2005. *Teknik Menulis Karya Ilmiah: Skripsi, Tesis, Disertasi, Artikel, Makalah, dan Laporan Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok – Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morrison. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Mufid, Muhamad. 2008. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Priyatno, Duwi. 2008. *Mandiri belajar SPSS*. Jogjakarta: Mediakom.
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi :Perspektif, Ragam & Aplikasi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ruslan, Rusady. 2006. *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Walgito, Bimo. 2004. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Yayasan Pembangunan Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada.