



Pengaruh Tayangan Komedi Lapor Pak! terhadap Loyalitas Menonton Program di Trans7

Ridwan Allam Zhafarry

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta

Email: ridwanallam35@gmail.com

Amin Shabana

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta

Email: amin.shabana@umj.ac.id

Korespondensi penulis: ridwanallam35@gmail.com

Abstract: *One of the reality shows that recently appeared on Trans 7 is the Comedy Show Lapor Pak. The program stars well-known comedians in Indonesia, set in a police station and packed with comedy about criminal cases, current issues and celebrity gossip. A way of delivering that invites laughter for the audience. The aim of this research is to measure the comedy show Lapor Pak on Trans 7, viewing loyalty, and how much influence the comedy show Lapor Pak has on viewing loyalty. Sampling used Non Probability Sampling Technique with a sample of 89 people. The data analysis methods used in this research are validity testing, reliability testing, simple linear regression testing, and hypothesis testing. The results of the research show that the Comedy Show variable Report Pak! has a good score, this is based on the total calculated average value of 3.814. Then the variable Loyalty of watching has a good score, this is based on a total average value of 3.919. For a simple regression test, the result obtained is 0.624, which means the relationship or correlation between the variables Comedy Shows Report Sir! high or strong influence on the Watching Loyalty variable. For hypothesis testing, the results obtained were 1.663. calculated t value (3.893) > t table (1.663) then it can be concluded that H0 is rejected and H1 is accepted, which shows that there is an influence between the Comedy Show variable Report Sir! with the Watching Loyalty variable.*

Keywords: *Comedy show Lapor Pak, Loyalty Watch, Reality Show*

Abstrak: Salah satu tayangan reality show yang baru-baru ini hadir di Trans 7 adalah Tayangan Komedi Lapor Pak. Program tersebut dibintangi oleh komedian ternama di Indonesia, berlatar belakang di kantor polisi dikemas dengan komedi akan kasus-kasus kriminal, isu terkini, dan gosip artis. Cara penyampaian yang mengundang tawa bagi pemirsa. Tujuan penelitian ini untuk mengukur Tayangan Komedi Lapor Pak di Trans 7, Loyalitas Menonton, dan Seberapa besar Pengaruh Tayangan Komedi Lapor Pak terhadap Loyalitas Menonton. Pengambilan sampel menggunakan Teknik *Non Probability Sampling* dengan sampel sebanyak 89 orang. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear sederhana, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable Tayangan Komedi Lapor Pak! memiliki skor yang baik, hal ini berdasarkan total nilai rata-rata yang di dapatkan senilai 3,814. Kemudian variable Loyalitas menonton memiliki skor yang baik, hal ini telah berdasarkan total nilai rata-rata sebesar 3,919, Untuk uji regresi sederhana, hasil yang sudah didapat sebesar 0,624 yang artinya hubungan antara variabel Tayangan Komedi Lapor Pak! berpengaruh tinggi atau kuat dengan variabel Loyalitas Menonton. Untuk uji hipotesis, hasil yang sudah didapat yaitu 1,663. nilai t hitung (3.893) > t tabel (1,663) maka disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel Tayangan Komedi Lapor Pak! dengan variabel Loyalitas Menonton.

Kata Kunci: Tayangan Komedi Lapor Pak, Loyalitas Menonton, *Reality Show*

PENDAHULUAN

Di era modern saat ini banyak sekali perubahan yang terjadi terutama di bidang teknologi, mulai dari mesin cetak hingga media massa. Dengan perubahan ini, informasi menjadi lebih mudah diperoleh dan diakses. Salah satunya adalah teknologi televisi. Televisi menjadi salah satu bentuk komunikasi massa. Komunikasi massa adalah pesan yang disampaikan media massa kepada khalayak luas. Media massa meliputi radio, televisi, film

Received September 30, 2023; Revised Oktober 20, 2023; Accepted November 06, 2023

* Ridwan Allam Zhafarry, ridwanallam35@gmail.com

yang disebut media elektronik, kemudian surat kabar dan majalah yang termasuk dalam media cetak. Televisi merupakan media tradisional yang masih eksis di era gempuran media baru. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan Nielsen, televisi masih diminati dan menduduki peringkat pertama media populer di kalangan masyarakat Indonesia. Pertumbuhan televisi yang diiringi dengan peningkatan jumlah saluran televisi lokal dan nasional dari tahun ke tahun serta diiringi dengan peningkatan kualitas dan kuantitas, hal ini jelas menunjukkan bahwa media televisi masih tetap eksis di mata masyarakat. Perkembangan media massa di Indonesia semakin pesat dengan hadirnya banyak program televisi baru yang semakin inovatif dan berkualitas. Terdapat beberapa saluran televisi di Indonesia salah satunya yaitu TRANS 7. Trans 7 sebelumnya dikenal dengan TV7 adalah saluran televisi nasional swasta di Indonesia. Trans 7 awalnya menggunakan nama TV7 siaran pertamanya di Jakarta pada tanggal 23 November 2001. Pada saat itu mayoritas sahamnya dimiliki oleh Kompas Gramedia. Kemudian pada tanggal 04 Agustus 2006, Trans Corp mengakuisisi saham mayoritas di TV7. Meski TV7 dan Trans TV resmi bergabung sejak saat itu, ternyata TV7 masih dimiliki oleh Kompas Gramedia, hingga pada akhirnya TV7 diluncurkan kembali pada tanggal 15 Desember 2006 dan menggunakan nama baru, yaitu Trans 7. Ada banyak program di Trans 7 dengan slogan Cerdas, Hiburan dan Keluarga. Tayangan Trans 7 berorientasi pada kekeluargaan dan tentunya dapat menghibur juga mengedukasi penontonnya. Salah satu program Trans 7 adalah Laporan Pak!. Laporan Pak!! adalah acara komedi kriminal yang tayang pada 22 Februari 2021. Dengan konsep komedi yang beragam, Laporan Pak!! diisi dengan sketsa, talk show dan adegan lucu kantor polisi tentang kasus kriminal, peristiwa terkini dan gosip selebriti. Penyampaian dalam program ini dimaksudkan untuk mengundang tawa penonton. Pada program Laporan Pak! meliputi adegan interogasi bintang tamu di ruang tertutup, interogasi perangkat di balik kaca ruang interogasi. Berisi sindiran berisi kritik sosial terhadap pemerintah. Acara komedi dapat menjadi strategi saluran TV untuk mendapatkan rating dan share yang baik seiring dengan berkembangnya acara komedi. Konten humor yang populer dan sering digunakan adalah konten humor yang memuat tindakan dan gerakan lucu serta kekerasan fisik yang tidak berbahaya.

Konten favorit adalah komedi situasi (sitkom) yang menonjol dari segi karakter, plot, dan setting. Peneliti juga melakukan penelitian ini karena penelitian-penelitian humor sebelumnya memfokuskan kajiannya pada penonton atau acara humornya, bukan pada konten humornya. Acara hiburan yang biasa kita sebut dengan humor atau komedi ini terbagi menjadi 2 jenis yaitu tayangan komedi nondramatis seperti komedi sketsa, reality show komedi, komedi panggung (lenong, ludruk, komedi ketoprak, adegan komedi musikal), seringkali menggunakan cuplikan yang diproduksi di studio. Kemudian yang kedua yaitu Program drama

komedi yaitu situasi komik, yang banyak episode bernuansa komik. Salah satu ukuran keberhasilan suatu program adalah rating dan share-nya. Pengelola stasiun penyiaran sangat memperhatikan khalayak program yang disiarkan di stasiun penyiarannya. Peringkat yang lebih tinggi berarti lebih banyak pemirsa dan lebih banyak pengiklan. Loyalitas menonton biasanya mengacu pada tingkat loyalitas individu terhadap acara televisi, franchise film, atau konten streaming tertentu yang artinya masyarakat berpartisipasi secara rutin pada acara tersebut. Dilansir dari unggahan Instagram @indotvtrens pada 22 Juni 2023, Laporan pak!! Menempati di angka 50 sedangkan sebelumnya di tanggal 11 Juni 2023 Laporpak!! Ada di peringkat 27. Hal ini menunjukkan bahwa program komedi televisi Laporpak!! menjadi salah satu program televisi yang memiliki performa yang baik dan menjadi salah satu program televisi yang berpengaruh terhadap sikap dan loyalitas menonton masyarakat di Indonesia. Dikutip dari data survei komisi penyiaran indonesia (KPI) pada bulan Maret hingga April 2015, indeks kualitas program komedi adalah 3.13 yang berarti baik. Tujuan dari penulisan ini yaitu mengetahui juga menganalisis instrumen regulasi di industri penyiaran televisi serta kebijakan persaingan yang diberlakukan di industri penyiaran televisi. Pada penelitian ini, loyalitas menonton masyarakat diuji dengan bagaimana sikap masyarakat dalam menonton tayangan komedi televisi Laporan Pak!.

TINJAUAN PUSTAKA

Media Massa

Media Massa Menurut Nurudin (2011: 9) merupakan alat yang mampu menyebarkan informasi secara cepat kepada khalayak luas. Sam Abede Pareno (2005: 7) menjelaskan media massa adalah salah satu alat yang digunakan untuk membangun jembatan antar massa. Dari definisi di atas, massa berarti masyarakat yang lebih luas dan saling bergantung. Ketergantungan inilah yang menjadikan media massa dapat menghubungkan masyarakat, sebagai saluran penyampaian pesan. Media massa adalah usaha untuk menginformasikan atau memberitahukan situasi, keadaan, dan peristiwa tertentu kepada masyarakat atau khalayak. Media massa dikenal masyarakat sebagai penyedia informasi.

Penyiaran

Menurut J.B. Wahyudi (1996) istilah terminology menurut penyiaran adalah proses mengkomunikasikan suatu sudut pandang kepada khalayak, khususnya proses penyampaian informasi dari seseorang atau produser kepada masyarakat, melalui transmisi elektromagnetik. Penyiaran, mengacu pada serangkaian kegiatan yang memungkinkan adanya siaran program radio juga televisi termasuk aspek ideal, perangkat keras, dan perangkat lunak dari penggunaan media atau transmisi penyiaran, baik di bumi maupun di luar angkasa, menggunakan

elektromagnetik. Ditransmisikan secara luas dan dapat diterima oleh masyarakat melalui alat penerima radio dan televisi dengan atau tanpa peralatan pendukung.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu secara ilmiah. Pendekatan penelitian menggunakan, pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif survei menjadi pilihan peneliti. Penelitian survei merupakan sebuah metode pengumpulan data kuesioner yang disebarakan kepada responden dan jawaban dari kuesioner tersebut dapat membuat kesimpulan umum sebuah permasalahan. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh warga Perintis Bawah Kedaung Ciputat RW 012 yang berjumlah 750 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Rekapitulasi Variabel X dan

Tabel 1
Rekapitulasi Variabel X (Pengaruh Tayangan Komedi)

No.	Pernyataan	Mean
1	X 1	3,66
2	X 2	3,86
3	X 3	3,57
4	X 4	3,79
5	X 5	3,83
6	X 6	4,02
7	X 7	3,77
8	X 8	3,88
9	X 9	3,86
10	X 10	3,86
Jumlah		38,14
Rata-rata		3,814

Dari hasil rekapitulasi variabel x, keseluruhan responden menilai variabel X yakni Pengaruh Tayangan Komedi tergolong tinggi (Setuju dan Sangat Setuju, hal ini dapat dilihat berdasarkan rata-rata keseluruhan jawaban responden pada variabel X (Pengaruh Tayangan Komedi) sebesar 3,814.

2. Rekapitulasi Variabel Y

Tabel 2
Rekapitulasi Variabel Y (Loyalitas Menonton)

No.	Pernyataan	Mean
1	Y 1	4,19
2	Y 2	4,01
3	Y 3	3,76
4	Y 4	4,17
5	Y 5	3,98
6	Y 6	3,76
7	Y 7	3,89
8	Y 8	3,93
9	Y 9	3,85
10	Y 10	3,79
11	Y 11	3,89
12	Y 12	3,87
13	Y 13	3,76
14	Y 14	4,00
15	Y 15	3,94
Jumlah		58,79
Rata-rata		3,919

Dari hasil rekapitulasi variabel Y keseluruhan responden menilai bahwa variabel Y yakni Loyalitas Menonton tergolong tinggi (Setuju dan Sangat Setuju) hal ini dapat dilihat berdasarkan rata-rata keseluruhan pada variabel Loyalitas Menonton (Y) sebesar 3,919.

PEMBAHASAN

1. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis uji regresi ditujukan agar mendapatkan gambaran pengaruh antara variable (X) yaitu Tayangan Komedi Lapor Pak! terhadap variabel (Y) yaitu Loyalitas Menonton. Berikut hasil dari pengolahan SPSS :

$$Y = a + bX$$

Y = Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Tayangan Komedi Lapor Pak!

a = Nilai (konstan) atau harga Y bila X = 0

b = Koefisien regresi, (angka peningkatan atau penurunan

variabel dependen yang didasarkan pada variabel independent. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = Sebagai nilai Loyalitas Menonton

Tabel 3

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790 ^a	.624	.619	7.840

a. Predictors: (Constant), Pengaruh Tayangan Komedi

Penelitian ini menggunakan linear sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel bebas (X) dengan satu variabel terikat (Y). Dalam model summary diatas diketahui besarnya nilai hubungan (R) sebesar 0,790. Dari tabel diatas didapat koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,624, yang mengartikan pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) adalah sebesar 62,4% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Yang artinya hubungan atau korelasi antara variabel (X) Tayangan Komedi Lapor Pak! Berpengaruh tinggi atau kuat dengan variabel (Y) Loyalitas Menonton. Karena berada pada tingkatan 0,600 – 0,799 artinya tinggi atau kuat.

Tabel 4

ANOVA

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8864.330	1	8864.330	144.217	.000 ^b
	Residual	5347.468	87	61.465		
	Total	14211.798	88			

a. Dependent Variable: Loyalitas Menonton

b. Predictors: (Constant), Pengaruh Tayangan Komedi

Dari perhitungan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Fhitung sebesar 144.217 dengan signifikansi 0,000b. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,00 < 0,05$ maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel Loyalitas Menonton atau dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel (X) Tayangan Komedi Lapor Pak! Terhadap variabel (Y) Loyalitas Menonton.

Tabel 5

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.513	3.728		3.893	.000
	Pengaruh Tayangan Komedi	1.158	.096	.790	12.009	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Menonton

Dari perhitungan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *constant* (a) sebesar 14.513, sedangkan nilai koefisien Regresi (b) 1.158, dengan diketahui

$$Y = \text{Loyalitas Menonton}$$

$$X = \text{Tayangan Komedi Lapor Pak!}$$

a = nilai konstanta yang dalam penelitian ini adalah 14.513 sehingga persamaan regresi dapat ditulis

$$Y = a + bX$$

$$Y = 14.513 + 1.158X$$

Jika nilai $X = 0$ akan diperoleh $Y = 14.513$, yang berarti nilai koefisien regresi X sebesar 1.158 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Tayangan Komedi Lapor Pak! Maka

nilai Loyalitas Menonton bertambah 1.158. Koefisien regresi bernilai positif, sehingga dikatakan bahwa pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

2. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari hasil penelitian terkait variabel (X) Tayangan Komedi Lapor Pak! dengan variabel (Y) Loyalitas Menonton. Dalam penelitian ini uji hipotesis menggunakan uji t dengan membandingkan hasil t hitung dengan t tabel dengan tingkat signifikan 10%

Kriteria Pengujian:

- a. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ H_0 ditolak dan H_1 diterima (memiliki pengaruh)
- b. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak memiliki pengaruh)

Dari perhitungan tabel diatas dapat diketahui bahwa t hitung sebesar 12.009 dan t tabel dapat dicari pada tabel statistik dengan tingkat signifikan 10% dengan $df = n - k = 89 - 2 = 87$ adalah 1,663. Berdasarkan kriteria pengujian diatas terlihat bahwa nilai t hitung (12.009) > t tabel (1,663) maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel (X) Tayangan Komedi Lapor Pak! dengan variabel (Y) Loyalitas Menonton.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Di lihat dari dimensi Variabel Pengaruh Tayangan Komedi baik dikarenakan rata-rata keseluruhan dimensi mendapat skor 3,814, dengan dimensi tertinggi terdapat di dimensi *Audience Silence* dengan nilai rata-rata 4,02 dan terendah di dimensi *Visibility* dengan nilai 3,57.
2. Pada dimensi yang ada di Variabel Loyalitas Menonton dinilai baik dikarenakan rata-rata dimensi menghasilkan nilai sebesar 3,919 dan dimensi tertinggi terdapat pada dimensi Motivasi dengan nilai 4,19. Dengan nilai di dimensi yang terkecil Sikap dengan nilai 3,76.
3. Terdapat pengaruh yang kuat antara Tayangan Komedi Lapor Pak! Terhadap Loyalitas Menonton yang dilakukan kepada Warga Perintis Bawah RW 012 Kedaung, Ciputat, Tangerang Selatan. Berdasarkan perhitungan dari data yang dihasilkan penelitian ini didapatkan nilai t hitung (3.893) dan t tabel (1,663) sesuai dengan karakteristik pengujian hipotesis H_1 telah diterima yang menunjukkan terdapat pengaruh antara variabel Tayangan Komedi Lapor Pak! (X) dengan Loyalitas Menonton (Y), dan juga terdapat data dari perhitungan regresi linear sederhana diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,624 yang berarti bahwa pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat

(Y) adalah sebesar 62,4% dan sisanya sebesar 37,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Yang artinya hubungan atau korelasi antara variabel Tayangan Komedi Lapor Pak! (X) Berpengaruh tinggi atau kuat dengan variabel Loyalitas Menonton (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Danim S. 2004. *Motivasi Kepimpinan dan Efektifitas Kelompok*. Bandung (ID) : Penerbit Rineka Cipta
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja.
- Hidajanto. 2012. *Dasar-Dasar Penyiaran: Edisi Kedua*, (Jakarta: Kencana, 2012)
- Hidajanto. 2013. *Dasar-Dasar Penyiaran* (Jakarta: Kencana, 2013)
- Karyanti, R. 2005. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005)
- Manero, Carmen Berné, Uceda2, Esperanza García& Serrano, VíctorOrive, (2013), *Understanding the Consumption of Television Programming: Development and Validation of a Structural Model for Quality, Satisfaction and Audience Behaviour*. *International Journal of Marketing Studies*; Vol. 5, No. 1, ISSN 1918-719X E-ISSN 1918- 7203
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, Edisi Pertama, 2008), 209-210.
- Morissan. (2009). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nurudin. (2009). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Rachman, A. 2016. *Dasar-dasar Penyiaran*, (Pekanbaru: Unri Press, 2016)
- Severin, Werner J. & James W. Tankard, Jr., 2011. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa edisi kelima*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2011
- Sugiyono. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Syahputra, I. 2013. *Rezim Media: Pergulatan Demokrasi, Jurnalisme, dan Infotainment dalam Industri Televisi*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013)
- Rema Karyanti S. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005)