

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON TAYANGAN  
PROGRAM TV *MASTERCHEF* INDONESIA *SEASON 7*  
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN HIBURAN SISWA  
JURUSAN TATA BOGA**

**( Studi pada Jurusan Tata Boga SMK Negeri 3 Pekanbaru )**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Islam Riau



**DWI NOVI DESVITA**

**NPM : 169110221**

**PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU**

**2021**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

**PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING SKRIPSI**

Nama : Dwi Novi Desvita  
NPM : 169110221  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Humas  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)  
Hari/Tanggal Ujian Komprehensif : Rabu, 6 Januari 2021  
Judul Penelitian : **Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Program TV MasterChef Indonesia Season 7 Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan Jurusan Tata Boga (Studi pada Jurusan Tata Boga SMK Negeri 3 Kota Pekanbaru)**

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub-sub dalam usulan penelitian ini telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah. Oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk disidangkan dalam ujian komprehensif.


Pekanbaru, 22 Desember 2020

Menyetujui  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



  
Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom

Pembimbing

  
Dr. Abdul Aziz, S. Sos, M. Si

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI**


Nama : Dwi Novi Desvita  
NPM : 169110221  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Humas  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)  
Hari/Tanggal Komprehensif : Rabu, 6 Januari 2021  
Judul Penelitian : “Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Program TV *MasterChef* Indonesia *Season 7* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Siswa Jurusan Tata Boga ( Studi pada Jurusan Tata Boga SMK Negeri 3 Pekanbaru)”

Naskah ini secara keseluruhan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu tim penguji ujian Komprehensif Fakultas Ilmu Komunikasi dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Ketua,

  
Dr. Abdul Aziz, S. Sos, M.Si

Pekanbaru, 11 Januari 2021  
Tim Penguji,

  
Cutra Aslinda, M.I.Kom

Tim Penguji,

  
Dr. Muhd. AR. Imam Riau, M.I.Kom

Mengetahui,

Wakil Dekan I

  
Cutra Aslinda, M.I.Kom



**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**


Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Nomor : 0953/UIR-Fikom/Kpts/2020 Tanggal 28 Desember 2020 maka di hadapan Tim Penguji pada hari ini, **Rabu tanggal 06 Desember 2021 jam: 09.00–10.00 WIB** bertempat di ruang **Rapat Dekan** Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan Ujian Skripsi Mahasiswi atas :

Nama : **Dwi Novi Desvita**  
NPM : 169110221  
Bidang Konsentrasi : **Humas**  
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**  
Jenjang Pendidikan : **Strata Satu (S-1)**  
Judul Skripsi : **“Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Program TV *MasterChef* Indonesia Season 7 terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan Jurusan Tata Boga ( Studi pada Jurusan Tata Boga SMK Negeri 3 Pekanbaru)”**  
Nilai Ujian : **Angka : “77.41” ; Huruf : “B+”**  
Keputusan Hasil Ujian : **Lulus / Tidak Lulus / Ditunda**  
Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Abdul Aziz, S.Sos., M.Si	Ketua	
2.	Cutra Aslinda, M.I.Kom	Penguji	
3.	Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom	Penguji	

Pekanbaru, 06 Januari 2021  
Dekan



  
**Dr. Abdul Aziz, S.Sos., M.Si**  
NIP : 196506181994031004

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH INTENSITAS MENONTON TAYANGAN  
PROGRAM TV *MASTERCHEF* INDONESIA *SEASON 7*  
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN HIBURAN SISWA  
JURUSAN TATA BOGA  
( STUDI PADA JURUSAN TATA BOGA SMK NEGERI 3  
PEKANBARU )

Yang diajukan oleh :  
DWI NOVI DESVITA  
169110221

Pada tanggal :  
Rabu, 6 Januari 2021

Mengesahkan

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

  
(Dr. Abdul Aziz, S. Sos, M.Si)

Dewan Penguji,

Tanda Tangan,

Dr. Abdul Aziz, S. Sos, M.Si



Cutra Aslinda, M.I.Kom



Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom



## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dwi Novi Desvita  
Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru, 27 November 1997  
NPM : 169110221  
Bidang Konsentrasi : Humas  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Alamat/No Telp : Jalan Tanjung Batu no 121, Lima Puluh / 081276826503  
Judul Skripsi : Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Program TV *MasterChef* Indonesia Season 7 Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan Siswa Jurusan Tata Boga (Studi pada Jurusan Tata Boga SMK Negeri 3 Pekanbaru)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (Skripsi) adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali pengaruh Tim komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya (skripsi) di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan diatas (poin 1-3), maka saya bersedia menerima sanksi pembatalan nilai skripsi dan atau pencabutan gelar akademik kesarjanaannya saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 22 Desember 2020

Yang Menyatakan,



DWI NOVI DESVITA

## MOTTO

*“Bukan kebetulan jalanmu dimudahkan, bisa jadi itu hadiah Allah dari kebaikan yang kamu lakukan”*

(Hijup Quotes)

*“It’s okay to feel it all. It’s okay to feel half, or nothing, nothing at all. The moon isn’t always full”*

*Tidak apa-apa untuk merasakan semuanya. Tidak apa-apa untuk merasa setengah, atau tidak ada, tidak sama sekali. Karena bulan tidak selalu penuh*

( Venom )

*Saat kamu menyerah, kamu mulai mencari alasan  
Saat kamu berfikir kamu bisa melakukannya, kamu akan menemukan jalannya*

( Romantic Doctor Teacher Kim Season 2 korean Drama )

## PERSEMBAHAN

Yang pertama sekali penulis ucapkan terimakasih kepada ALLAH SWT yang senantiasa melimpah kan rahmat serta karunianya kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas ahir dari perkuliahan ini dan mendapat gelar S1 di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. Dengan ini penulis persembahkan karya (skripsi) ini untuk kedua orangtua yang sangat berjasa dan sangat penulis cintai serta penulis sayangi. Ayahanda Agussalim dan Ibunda Juriah yang telah memberi didikan dan mengajarkan segala bentuk kebaikan kepada penulis, beliau selalu memberi nasehat yang sangat berguna bagi penulis, mengajarkan rasa tanggung jawab dan selalu memberi semangat agar penulis bisa menjadi orang yang berguna bagi masyarakat dan sukses dalam karir.

Penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas dukungan moral dan materi dari ayah dan ibu. Penulis memang tidak bisa membalas semua yang telah ayah dan ibu berikan. Penulis berharap dengan tugas ahir ini dapat memberikan kado kecil untuk bisa membanggakan kedua orang tua penulis yang sangat penulis sayangi. Atas seizin ALLAH SWT. Semoga ALLAH SWT selalu memberikan kesehatan, umur yang panjang, serta membalas segala kebaikan ayah dan ibu selama ini.



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik. Judul penelitian ini adalah : “Pengaruh Tayangan Program TV *MasterChef* Indonesia Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan Siswa Jurusan Tata Boga (Studi pada Jurusan Tata Boga SMK Negeri 3 Pekanbaru)”. Skripsi ini di maksudkan untuk memenuhi salah satu syarat guna meraih gelar sarjana Ilmu komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.

Penulis mengakui bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak niscaya penulisan ini tidak dapat di selesaikan. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang mendalam kepada:

1. DR. Abdul Aziz, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau dan selaku pembimbing I yang telah mengarahkan penulis untuk menyelesaikan proposal dengan baik.
2. Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom selaku pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktu dan memberikan pengarahan ke pada penulis melalui petunjuk dan saran yang diberikan selama menyelesaikan skripsi ini.
3. Dosen program studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, yang telah membekali penulisan dengan berbagai ilmu yang bermanfaat serta tidak lupa tenaga administratif Fikom UIR yang lain yang sudah memberikan kemudahan kepada penulis selama proses pendidikan berlangsung.
4. Kepada ayah dan ibu saya yang telah memberikan semangat dan perhatian lebih kepada saya

5. Kepada keluarga besar Mang Eyek khususnya kepada para sepupu. Kak Nisak, Kak Lia, Kak Rizka, Kak Desti dan juga Intan yang telah memberikan semangat dan juga perhatiannya.
6. Seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 16, khususnya kepada Andjeni, Yosi, Ayu, Dan Rosy yang sudah penulis anggap sebagai keluarga, yang selalu memberikan penulisse semangat dan membuat penulis percaya diri untuk segera menyelesaikan skripsi ini

Skripsi ini telah penulis selesaikan dengan semaksimal mungkin, namun jika dalam skripsi ini masih terdapat kesalahan ataupun kekurangan, maka penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Pekanbaru ,22 Desember 2020

Penulis

DWI NOVI DESVITA

## DAFTAR ISI

<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	9
A. Latar Belakang Masalah Penelitian.....	9
B. Identifikasi Masalah Penelitian.....	15
C. Pembatasan Masalah Penelitian.....	16
D. Rumusan Masalah.....	16
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	18
A. Kerangka Teori.....	18
1. Pengertian Komunikasi.....	18
2. Komunikasi Massa.....	21
3. Media Massa.....	24
4. Televisi.....	25
5. Pengaruh.....	28
6. Teori Penggunaan dan Pemenuhan ( <i>Uses and Gratification Theory</i> ).....	29
7. Pemenuhan Kebutuhan Hiburan.....	33
B. Kerangka Operasional.....	35
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	36
D. Kerangka Pemikiran.....	38
E. Hipotesis.....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	41
A. Pendekatan Penelitian.....	41
B. Populasi dan Sampel.....	42
1. Populasi.....	42
2. Sampel.....	43
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	45
D. Sumber Data.....	47
E. Teknik Pengumpulan Data.....	48
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	50
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	52
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	57
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	57
1. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru.....	57
2. Jurusan Tata Boga.....	60
3. <i>MasterChef</i> Indonesia.....	61
B. Hasil Penelitian.....	62
1. Identitas Responden.....	62
2. Uji Instrumen Penelitian.....	64

3.	Analisis Variabel Intesitas Menonton TV (X) .....	67
4.	Analisis Variabel Pemenuhan Kebutuhan Hiburan (Y) .....	77
5.	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	94
6.	Analisis Koefisien Korelasi .....	96
7.	Koefisien Determinasi ( <b>R<sup>2</sup></b> ).....	97
8.	Uji Signifikasi Secara Pisial ( Uji t) .....	97
C.	Pembahasan Penelitian.....	99
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		103
A.	Kesimpulan .....	103
B.	Saran .....	104
Daftar Pustaka		
Lampiran		



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Operasional.....	27
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	28
Tabel 3.1 Jumlah Populasi .....	34
Tabel 3.2 Tabel Tiap Kelas .....	36
Tabel 3.3 Lokasi Waktu Penelitian .....	38
Tabel 3.4 Kriteria Analisis Deskriptif Persentase .....	46
Tabel 3.5 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi .....	48
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	55
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel X .....	56
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Y .....	57
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas .....	59
Tabel 4.6 Deskripsi Tanggapan Responden pada Variabel X.....	60
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Selalu Menonton Tayangan dalam Seminggu .....	61
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Sering Menonton Tayangan dalam Seminggu .....	62
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Intesitas Menonton dengan Indikator Frekuensi .....	62
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Tentang Menonton Tayangan Secara Keseluruhan .....	63
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Tentang Menonton Tayangan 1-2jam.....	64
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Tentang Menonton Tayangan Kurang 1 jam .....	64
Tabel 4.13 Deskripsi Variabel Intesitas Menonton dengan Indikator Durasi .....	65
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Tentang Tertarik karena visual juri atau peserta .....	66
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Tentang Tertarik karena unsur drama.....	67
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Tentang Tertarik karena Mengidolakan .....	67
Tabel 4.17 Deskripsi Variabel Intesitas Menonton dengan Indikator Perhatian.....	68
Tabel 4.18 Deskripsi Tanggapan Responden pada Variabel Y.....	69
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Tentang Menonton dapat melepaskan diri dari permasalahan yang dihadapi .....	71
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Tentang Menonton dapat mengurangi tekanan masalah diri dari permasalahan yang dihadapi .....	72
Tabel 4.21 Deskripsi Variabel Pemenuhan Kebutuhan Hiburan dengan Indikator Melepaskan diri dari masalah .....	73
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Tentang Menonton dapat menikmati hiburan .....	74
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Tentang Menggunakan Masa Istirahat .....	75
Tabel 4.24 Deskripsi Variabel Pemenuhan Kebutuhan Hiburan dengan Indikator Bersantai .....	75
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Tentang Dengan Menonton Merasa Terhibur .....	76
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Tentang Dengan Menonton Merasa Senang Ketika Juri Memarahi Peserta.....	77
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Tentang Dengan Menonton Merasa Senang Melihat Ekspresi Juri.....	78

Tabel 4.28 Tanggapan Responden Tentang Dengan Menonton Merasa Senang Ketika Peserta Salah Menjawab .....	78
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Tentang Dengan Menonton Merasa Senang Ketika Mengeprank .....	79
Tabel 4.30 Deskripsi Variabel Pemenuhan Kebutuhan Hiburan dengan Indikator Memperoleh Kenikmatan Jiwa dan Estetis.....	80
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Tentang Dengan Menonton Dapat Mnehilangkan rasa bosan .....	81
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Tentang Dengan Menonton Dapat Mnehilangkan rasa bosan .....	81
Tabel 4.33 Deskripsi Variabel Pemenuhan Kebutuhan Hiburan dengan Indikator Mengisi Waktu Luang.....	82
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Tentang Menonton <i>Live Streaming</i> .....	83
Tabel 4.35 Tanggapan Responden Tentang Menonton <i>Youtube</i> .....	84
Tabel 4.36 Deskripsi Variabel Pemenuhan Kebutuhan Hiburan dengan Indikator Penyaluran Emosi .....	85
Tabel 4.37 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	86
Tabel 4.38 Hasil Analisis Koefisien Korelasi.....	88
Tabel 4.39 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	88
Tabel 4.40 Hasil Uji t.....	89
Tabel 4.41 Rakapitulasi Pemenuhan Kebutuhan Informasi.....	91

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Kuesioner

Lampiran 2 : Data Responden

Lampiran 3 : Validitas

Lampiran 4 : Reliabilitas

Lampiran 5 : Analisis Deskripsi Data Variabel X

Lampiran 6 : Analisis Deskripsi Data Variabel Y

Lampiran 7 : Analisis Regresi Linear Sederhana

Lampiran 8 : Koefisien Determinasi



## Abstrak

### **Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Program TV *MasterChef* Indonesia Season 7 Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan Siswa Jurusan Tata Boga ( Studi pada Jurusan Tata Boga SMK Negeri 3 Pekanbaru )**

**Dwi Novi Desvita**

**169110221**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh tayangan program TV *MasterChef* Indonesia Season 7 terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan siswa jurusan Tata Boga SMK Negeri 3 Pekanbaru. Pemenuhan kebutuhan hiburan terbentuk dari melepaskan diri atau terpisah dari masalah, bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis, mengisi waktu, dan penyaluran emosi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif untuk memperoleh data penelitian dengan pengambilan sampel dengan rumus slovin dan menggunakan teknik *propotional stratified random sampling* dan didapatkan sebesar 203 orang responden. Data yang diperoleh dari sampel tersebut diuji dengan spearman brown dan Alpha Cronbach yang hasilnya menunjukkan bahwa masing-masing koefisien Alpha Cronbach untuk masing-masing belahan yaitu 0,739 untuk belahan I dan 0,662 untuk belahan II. Karena nilai koefisien reliabilitas pada kedua cara tersebut lebih besar dari 0,60 maka nilai tersebut menunjukkan bahwa item-item dalam pertanyaan dalam penelitian ini dianggap reliabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada umumnya tayangan program TV *MasterChef* Indonesia Season 7 terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan siswa jurusan Tata Boga SMK Negeri 3 Pekanbaru menunjukkan Pemenuhan kebutuhan hiburan terbentuk dari melepaskan diri atau terpisah dari masalah, bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis, mengisi waktu, dan penyaluran emosi adalah baik ( positif ). Dilihat dari model pengaruh, tayangan program TV *MasterChef* Indonesia Season 7 secara signifikan berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan siswa jurusan tata boga SMK Negeri 3 Pekanbaru.

**Kata Kunci:** Tayangan Program TV, Pemenuhan Kebutuhan Hiburan, Siswa Jurusan Tata Bog



## Abstract

### ***The Influence of Watching Intensity of MasterChef Indonesia Season 7 TV Program on the Fulfillment of the Entertainment Needs of Students in the Catering Department (Study at the Culinary Department of Vocational High School 3 Pekanbaru)***

**Dwi Novi Desvita**

**169110221**

*This study aims to determine how the effect of the MasterChef Indonesia Season 7 TV program on meeting the entertainment needs of students majoring in Catering at SMK Negeri 3 Pekanbaru. Fulfilling entertainment needs is formed from detaching oneself or being separated from problems, relaxing, obtaining mental and aesthetic pleasures, filling time, and channeling emotions. In this study, researchers used a survey research method with a quantitative approach to obtain research data by taking samples with the Slovin formula and using proportional stratified random sampling techniques and obtained 203 respondents. The data obtained from these samples were tested with Spearman Brown and Alpha Cronbach, the results showed that each Cronbach's Alpha coefficient for each hemisphere was 0.739 for hemisphere I and 0.662 for hemisphere II. Because the value of the reliability coefficient in both methods is greater than 0.60, this value indicates that the items in the questions in this study are considered reliable. The results showed that in general the MasterChef Indonesia Season 7 TV program shows the fulfillment of entertainment needs of students majoring in Catering at SMK Negeri 3 Pekanbaru. emotional channeling is good (positive). Judging from the influence model, the TV program MasterChef Indonesia Season 7 has a significant effect on meeting the entertainment needs of students majoring in culinary at SMK Negeri 3 Pekanbaru.*

**Keywords:** *TV Program Impressions, Entertainment Needs Fulfillment, Catering Students*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Perkembangan zaman saat ini membuat teknologi semakin hari semakin canggih. Salah satunya dapat ditemukan pada media massa sebagai bentuk kemajuan teknologi dalam bidang informasi dan komunikasi. Ketertarikan individu atau masyarakat yang tinggi terhadap komunikasi melalui media menjadikan individu atau masyarakat tidak terlepas dari terpaan atau menerpaan diri terhadap media massa.

Kebutuhan akan informasi serta pengetahuan membuat berbagai media massa berlomba untuk menciptakan inovasi serta kreativitasnya agar mendapatkan hati pada khalayak hal tersebut dapat kita jumpai pada media televisi. Pada media massa, televisi memiliki daya tarik tersendiri yaitu televisi merupakan media yang dapat mengeluarkan suara (audio) dan juga gambar (visual) secara bersamaan. Hal tersebut membuat televisi lebih populer dimata masyarakat dibanding media massa yang lain seperti radio yang hanya bisa mendengar suara dan juga koran yang hanya bisa melihat tulisan atau gambar. Televisi juga memiliki kelebihan yang lain yaitu media televisi dapat menguasai jarak dan ruang, sasaran yang dicapai untuk mencapai massa lebih besar dibanding media massa yang lain.

Fungsi pada media televisi dengan media massa yang lainnya sama saja yaitu memberikan hiburan, pemberian informasi atau berita, serta memberikan edukasi kepada para penikmat dari media tersebut. Tentu saja setiap kehadiran media di masyarakat memberikan dampak baik itu secara positif atau dampak negatif, tergantung bagaimana masyarakat menilai program-program yang ditampilkan media tersebut. Adapun kehadiran media massa yang paling banyak memberikan pengaruh besar kepada masyarakat salah satunya yaitu televisi.

Kehadiran televisi sebagai media massa memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap khalayak baik efek kognitif, afektif maupun konatif. Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami dan dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi. Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap dan nilai. Selanjutnya efek konatif merujuk pada sikap nyata yang diamati, meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan bersikap (Rakhmat, 2005:219).

Ketertarikan masyarakat dengan media televisi membuat dunia pertelevisian di Indonesia berlomba-lomba menghasilkan program acara yang menarik. Adapun berbagai program acara yang tayangan di televisi seperti berita, *infotainment*, acara hiburan seperti sinetron, acara musik, acara komedi, *talk show*, dan *variety show*. Hingga saat ini telah banyak program televisi yang menyajikan berbagai program

acara dan berbagai konsep sehingga masyarakat dapat memilih menonton program acara sesuai dengan kesukaan atau kebutuhan mereka.

Dalam menonton tayangan televisi, khalayak atau penonton tentu dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, faktor dari dalam diri individu (intrinsik) dan faktor yang datang dari luar diri individu (ekstrinsik). Faktor intrinsik terdiri atas beberapa variabel yaitu usia, jenis kelamin, dan etnis. Sedangkan faktor ekstrinsik dipengaruhi oleh adanya informasi yang didapatkan dari program acara yang ditayangkan dan hiburan untuk melepaskan rasa lelah karena aktifitas sehari-hari, ataupun untuk mengisi waktu kosong.

Saat ini, stasiun televisi banyak menyajikan program-program acara hiburan yang bertujuan untuk menghibur pemirsanya. Tidak hanya menghibur tetapi juga sudah banyak program acara di televisi menambahkan unsur pengetahuan sehingga penonton mengetahui informasi atau pengetahuan terkait program acara yang dilihat. Program kuliner menjadi salah satu yang saat ini mendapatkan perhatian khusus karena menciptakan berbagai macam kreatifitas dan inovasi dalam mengolah bahan makanan sehingga menghasilkan ragam masakan lezat dan tentunya juga enak.

Bertemakan dunia kuliner lantas tidak membuat tv swasta kehilangan konsep atau ciri khas dari program acara yang mereka buat. Adapun konsep yang dimaksud misalnya konsep mereview makanan atau mencicipi makanan terdapat pada program acara Demen Makan ( Trans TV ), Bikin Laper ( Trans TV), serta Detektif Rasa

(Trans 7 ). Konsep demo memasak terdapat pada program acara Masak-Masak (Trans TV) dan Masak Enak ( Net TV ). Kemudian terdapat juga konsep yang bersifat kompetisi serta diselingi juga dengan demo memasak, adapun program acara yang tayang saat ini yaitu *MasterChef Indonesia Season 7*.

*MasterChef* adalah program acara ajang kompetisi pencarian bakat *chef* amatir yang nantinya mereka akan menjadi seorang chef profesional. Program acara ini tidak hanya diperuntukan bagi orang yang memang memiliki pengalaman di dunia masak-memasak tetapi orang yang tidak memiliki latar belakang dunia memasak juga bisa ikut menikmati acara ini ataupun kelak ingin menjadi salah satu kontestan didalam acara *MasterChef* Indonesia. Di setiap musimnya, *MasterChef* memiliki *challenge* berbeda yang menantang para kontestan untuk belajar dan meningkatkan *skill* memasak mereka.

Program acara *MasterChef* Indonesia tayang pada siaran Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI). Adapun jadwal penayangan dari setiap musim atau *seasonnya* yaitu setiap Hari Sabtu dan Minggu pukul 16.00-19.00 WIB. Dikutip pada *website* resmi *MasterChef* Indonesia tayang perdana pada tahun 2011 merupakan musim atau *season* 1 hingga sampai saat ini masih berjalan di musim ke- 7 atau *season 7*.<sup>1</sup> Dipandu oleh tiga juri kenamaan yang sudah pakar dalam bidang *Chef*

---

<sup>1</sup> MasterChef Indonesia diakses dari <https://www.rcti.tv/masterchefindonesia/about-us/pada> tanggal 13 Maret 2020 pukul 11.00 WIB

kelas internasional, kini juri dari *Master Chef Indonesia season 7* dipandu Chef Juna Rorimpandey, Arnold Poernonmo, dan Chef Renatta Moeloek.

Kepopuleran program acara *MasterChef* Indonesia tentu tidak diragukan lagi, sebab dengan mendapatkan penghargaan dari Panasonic Gobel Awards kategori Pencarian Bakat Terbaik yang diterima oleh tim *Masterchef* selama 2 tahun berturut-turut (2012 & 2013) membawa nama *MasterChef* kian melejit. Saat ini dapat juga dilihat pada penayangan perdana *MasterChef* Indonesia season 7 pada tanggal 26 September 2020. Penayangan perdana *MasterChef* Indonesia season 7 mendapat *rating* 2,8 % dan *share* 16,8% dan berlanjut peningkatan *rating* pada episode 2 yakni 3,8% dan *share* 17,8% yang berada pada posisi ketiga. Hal tersebut masih membuktikan bahwa program acara *MasterChef* Indonesia season 7 mendapat perhatian lebih bagi para penonton.

Maka dari itu alasan peneliti memilih acara *MasterChef* Indonesia karena *rating* yang terbilang cukup tinggi tersebut membuat program acara populer dikalangan masyarakat. Selain dari konsepnya, ada beberapa yang begitu menjadi perhatian atau daya tarik kalangan penonton *MasterChef* Indonesia. Unsur drama persaingan, aksi marah-marah, aksi mengerjain atau menge-*prank* para kontestan, dan tidak lupa visual dari para juri ataupun kontestan menjadi perhatian serta hiburan bagi para penonton. Dengan begitu program *MasterChef* Indonesia tidak hanya berisikan ajang pencarian bakat namun juga menjadi acara hiburan. Bisa dilihat juga dari

jadwal penayangannya merupakan jadwal dimana orang-orang menghabiskan liburannya dengan menonton acara hiburan.

Terkait dengan penelitian, alasan peneliti memilih Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru sebagai objek penelitian adalah karena peneliti melihat kedekatan hubungan dengan program acara *MasterChef* Indonesia. Kedekatan tersebut terdapat pada konten program acara yaitu membahas seputar dunia kuliner atau *Food and Beverage* (F&B), Hal tersebut memberikan dampak kepada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru khususnya pada jurusan tata boga terkait dengan pemenuhan kebutuhan hiburan bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru Jurusan Tata Boga.

Pemilihan pada seri *Master Chef* Indonesia *Season 7* dilakukan karena merupakan seri terbaru dari program acara tersebut yang mana masih sedang hangat-hangatnya dibicarakan. Konsep tayangan dalam *Season 7* ini tidak hanya ajang kompetisi biasa, namun ada berbagai dimensi yang mereka sajikan sehingga menjadi daya tarik hiburan tersendiri.

Mengenai kebutuhan pemenuhan hiburan program tayangan *MasterChef* Indonesia *Season 7* juga menyelipkan unsur hiburan seperti ketika juri memberikan lelucon kepada kontestan atau berbagai tingkah kontestan yang membuat lucu, hal tersebut dapat menjadi penghilang stress dan juga dapat mengisi waktu luang mengingat jadwal penayangan *MasterChef* Indonesia *Season 7* tepat pada saat hari

libur nasional yakni setiap Sabtu dan Minggu dan waktunya sangat tepat yakni disore hari pada jam 16.00 – 19.00.

Berdasarkan latar belakang diatas,maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut guna mengetahui sejauh mana pengaruh hadirnya tayangan program TV *MasterChef* Indonesia *Season 7* terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru Jurusan Tata Boga. Dengan melihat permasalahan diatas untuk peneliti maka diambil judul “Pengaruh Tayangan Program TV *MasterChef* Indonesia *Season 7* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan Siswa Jurusan Tata Boga ( Studi Pada SMK Negeri 3 Pekanbaru Jurusan Tata Boga ).

## **B. Identifikasi Masalah Penelitian**

Berikut adalah identifikasi masalah penelitian:

1. Program TV *MasterChef* Indonesia *Season 6* mendapat rating yang cukup tinggi serta mendapatkan beberapa penghargaan
2. Tayangan program acara *MasterChef* Indonesia memberikan sajian hiburan kepada penonton salah satunya siswa Sekolah Menengah Kejuruan terkhususnya dibidang tata boga.



### **C. Pembatasan Masalah Penelitian**

Pengaruh Tayangan Program TV *MasterChef* Indonesia *Season 7* terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan siswa jurusan tata boga Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru

### **D. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Tayangan Program TV *MasterChef* Indonesia *season 7* ?
2. Bagaimana pemenuhan kebutuhan hiburan bagi siswa jurusan Tata Boga Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru?
3. Bagaimana pengaruh intensitas menonton tayangan Program TV *MasterChef* Indonesia *season 7* terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan bagi siswa jurusan Tata Boga Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru ?

### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Adapun tujuan dan manfaat dari penelitian adalah sebagai berikut :

#### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Mengetahui pengaruh tayangan *Masterchef* Indonesia pada siswa jurusan Tata Boga Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru
- b. Mengetahui tingkat pemenuhan kebutuhan hiburan pada siswa jurusan tata boga Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru
- c. Mengetahui pengaruh intensitas menonton tayangan Program TV *MasterChef* Indonesia *season 7* terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan bagi siswa jurusan Tata Boga Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru

## **2. Manfaat Penelitian**

### **a. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, peneliti berharap hasil penelitian dapat memberi kontribusi atau masukan kepada ilmu pengetahuan dalam ilmu komunikasi, khususnya mengenai tayangan pada media televisi terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan.

### **b. Manfaat Praktis**

Secara Praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan yang bermanfaat dan menjadi bahan pertimbangan bagi masyarakat pada umumnya dan khususnya pada siswa/siswi sebagai pengguna media televisi, sehingga memperhatikan dan menerapkan pengaruh positif dari televisi terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kerangka Teori

##### 1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah salah satu dari aktivitas manusia yang dikenali oleh semua orang namun sangat sedikit yang dapat mendefinisikannya secara memuaskan. Komunikasi memiliki variasi definisi yang tak terhingga seperti saling berbicara satu sama lain, televisi, penyebaran informasi, gaya rambut kita, dan kritik sastra (Fiske, 2012:1).

Pernyataan lain menyatakan bahwa komunikasi hanya bisa disebut komunikasi jika memiliki unsur-unsur pendukung yang membangunnya sebagai *body of knowledge*, Hafied Cengara dalam (Tamburaka, 2012: 8) yakni:

##### a. Sumber (*Source*)

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia sumber bisa terdiri satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok. Sumber sering disebut pengirim, komunikator.

##### b. Pesan (*Message*)

Pesan dalam komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, atau nasihat.

c. Media (*Channel*)

Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media komunikasi ada yang berbentuk saluran antar pribadi, media kelompok, dan ada pula dalam bentuk media massa.

d. Penerima (*Audience*)

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk organisasi, instansi, departemen, partai, atau negara.

e. Pengaruh (*Effect*)

Pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

f. Tanggapan balik (*Feedback*)

Ada yang beranggapan bahwa tanggapan balik sebenarnya merupakan salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi, karena pengaruh tidak selamanya berbalik kepada penerima, tanggapan balik dapat dibedakan dengan pengaruh. Tanggapan balik sangat penting karena bisa dikatakan semua komunikasi yang menginginkan keharmonisan memerlukan tanggapan balik.

g. Lingkungan

Lingkungan adalah faktor lain yang dapat memengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam. Pertama lingkungan fisik menunjukkan bahwa suatu proses komunikasi hanya bisa terjadi kalau tidak terdapat rintangan fisik. Kedua lingkungan sosial menunjukkan faktor sosial budaya, ekonomi, dan politik yang bisa menjadi kendala terjadinya komunikasi, misalnya kesamaan bahasa, kepercayaan, adat istiadat, dan status sosial. Ketiga lingkungan psikologis ialah pertimbangan kejiwaan yang digunakan dalam berkomunikasi misalnya menyajikan materi yang sesuai dengan usia khalayak. Keempat lingkungan dimensi waktu atau kondisi menunjukkan situasi yang tepat untuk melakukan kegiatan komunikasi.

## 2. Komunikasi Massa

Komunikasi massa dapat diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat Rakhmat dalam Ardianto, Komala, & Karlina (2009:6). Adapun karakteristik dari komunikasi massa yakni:

- a. Komunikator terlembagakan
- b. Pesan bersifat umum
- c. Komunikannya anonim dan heterogen
- d. Media massa menimbulkan keserempakan
- e. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan
- f. Komunikasi massa bersifat satu arah
- g. Stimulasi alat indra terbatas
- h. Umpan balik tertunda dan tidak langsung

Menurut Nurudin(2000:35) Sesuatu dapat dikatakan komunikasi massa jika mencakup :

- a) Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan modern untuk menyebarkan atau memancarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas dan tersebar. Pesan itu disebarkan melalui media modern pula antara lain surat kabar, majalah, televisi, film, atau gabungan diantara media tersebut.

- b) Komunikator dalam komunikasi massa menyebarkan pesan-pesannya bermaksud mencoba berbagi pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling kenal atau mengetahui satu sama lain. Anonimitas *audience* dalam komunikasi massa inilah yang membedakan jenis komunikasi ini dengan yang lain. Ini berarti antara pengirim dan penerima pesan tidak saling mengenal satu sama lain.
- c) Pesan adalah publik. Artinya bahwa pesan ini bisa didapatkan dan diterima oleh banyak orang dan bukan untuk sekelompok orang tertentu. Karena itu, pesan bisa diartikan milik publik.
- d) Sebagai sumber, komunikator massa biasanya organisasi formal seperti jaringan, ikatan atau perkumpulan. Dengan kata lain, komunikatornya tidak berasal dari seseorang, tetapi lembaga. Lembaga ini pun biasanya berorientasi pada keuntungan ekonomis dan bukan organisasi sukarela atau nirlaba.
- e) Komunikasi massa dikontrol *gate keeper* (pentapis informasi). Artinya, pesan-pesan yang disebarkan atau dipancarkan dikontrol oleh sejumlah individu dalam lembaga tersebut sebelum disiarkan lewat media massa. Ini berbeda dengan komunikasi antarpribadi, kelompok atau publik dimana yang mengontrol tidak oleh sejumlah individu. Beberapa individu dalam komunikasi massa itu ikut berperan dalam membatasi, memperluas pesan yang disiarkan. Contohnya adalah seorang reporter, editor film, penjaga rubrik dan lembaga sensor lain dalam media itu bisa berfungsi sebagai *gate keeper*.
- f) Umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda. Kalau dalam jenis komunikasi lain umpan balik bisa langsung. Misalnya, dalam komunikasi ini

umpan balik langsung digunakan, tetapi komunikasi yang dilakukan lewat surat kabar tidak bisa langsung dilakukan alias tertunda (*delayed*).

Adapun menurut Domunick dalam Ardianto, Komala, & Karlina(2009:14).

Fungsi dari komunikasi massa bagi masyarakat yaitu:

a. Pengawasan (*Surveillance*)

Fungsi pengawasan pada komunikasi terbagi dalam dua bentuk yaitu sebagai fungsi pengawasan peringatan maksudnya media massa memberikan informasi kepada khalayak berupa peringatan atau ancaman misalnya peringatan terjadinya gempa, angin topan, dan lain-lain. Sedangkan fungsi pengawasan bentuk kedua adalah fungsi pengawasan instrumental yakni penyampaian dan penyebaran informasi yang disampaikan kepada khalayak berupa informasi yang dapat membantu dalam kegiatan keseharian misalnya berita penayangan film, pengenalan produk-produk baru, dan lain-lain.

b. Penafsiran (*Interpretation*)

Fungsi penafsiran tidak hanya memasukkan fakta atau data yang akan dibagikan kepada khalayak namun juga memberikan penafsiran terhadap suatu kejadian. Misalnya dapat dilihat melalui media cetak surat kabar pada halaman tajuk rencana (editorial) penafsiran ini berbentuk kometar dan opini yang ditujukan kepada



khalayak pembaca, serta dilengkapi perspektif (sudut pandang) terhadap berita yang disajikan pada halaman yang lainnya.

c. *Pertalian (Linkage)*

Fungsi pertalian dalam komunikasi massa dapat dilihat dari peran media massa yang dapat menyatukan berbagai khalayak berdasarkan tujuan, kepentingan, serta minat yang sama sehingga terciptanya suatu hubungan atau pertalian.

d. *Penyebaran nilai-nilai*

Fungsi dari penyebaran nilai-nilai atau sering disebut juga dengan fungsi sosialisasi. Sosialisasi sendiri mengacu pada cara dan bagaimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok.

e. *Hiburan (entertainment)*

Fungsi hiburan pada media massa sangat dibutuhkan sebab fungsi hiburan dinilai dapat mengurangi ketegangan pikiran khalayak misalnya pada media televisi fungsi hiburan akan kelihatan pada program-program acara komedi.

### 3. Media Massa

Menurut Cangara (2010:126) media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi. Media

massa merupakan pusat dari kajian komunikasi massa. Media massa menyebarkan pesan-pesan yang mampu mempengaruhi khalayak yang mengkonsumsinya dan mencerminkan kebudayaan masyarakat, dan mampu menyediakan informasi secara simultan ke khalayak luas, anonim, dan heterogen, membuat media bagian dari kekuatan institusional dalam masyarakat.

Media massa sendiri dalam kajian komunikasi massa sering dipahami sebagai perangkat-perangkat yang diorganisir untuk berkomunikasi secara terbuka dan pada situasi yang berjarak kepada khalayak luas dalam waktu yang singkat McQuail dalam Junaedi (2007:14).

#### **4. Televisi**

Salah satu bentuk media massa yaitu televisi memiliki fungsi yang sama dengan bentuk media massa yang lainnya yaitu memberi informasi, menghibur, dan membujuk. Adapun televisi memiliki karakteristik yaitu:

##### **a. Audio Visual**

Khalayak yang melihat televisi dapat dengan melihat gambar sekaligus mendengar suara yang ditampilkan. Berbeda dengan bentuk media massa lainnya misalnya radio yang hanya dapat mendengar suara saja atau surat kabar yang hanya dapat melihat tulisan dan gambar.

## b. Berpikir dalam Gambar

Seorang komunikator dalam menyampaikan baik informasi, pendidikan, atau persuasi sebaiknya ia membuat konsep bagaimana dalam hal penyampaian kepada khalayak agar dapat terarah. Begitu pula dalam media televisi, pengarah acara bertanggungjawab atas kelancaran acara atau program misalnya dengan membuat naskah acara. Dengan dibuatnya naskah acara dapat memberikan penggambaran atau visualisasi dari acara tersebut.

Dalam proses berpikir dalam gambar (*think in picture*) dilakukan dua tahap. Pertama, adalah visualisasi maksudnya menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Dalam prosesnya, pengarah acara harus berusaha menunjukkan objek-objek tertentu menjadi gambar yang jelas dan menyajikannya sedemikian rupa, sehingga mengandung suatu makna. Kedua penggambaran, maksudnya kegiatan merangkai gambar-gambar individual sedemikian rupa, sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu.

## c. Pengoperasian Lebih Kompleks

Pengoperasian pada media televisi lebih melibatkan banyak orang dalam pembuatan ataupun pengoperasiannya dibanding dengan media lainnya misalnya saja media televisi dalam membuat sebuah tayangan memerlukan orang untuk ditugaskan sebagai produser, *crew*, juru kamera, pengarah teknik, juru rias, pengarah acara,

pembawa acara, pengarah studio dan dari segi peralatan juga terlihat bahwa media televisi memerlukan peralatan lebih banyak dari media lainnya.

Karakteristik suatu peristiwa yang baik untuk dijadikan berita haruslah mengandung unsur penting dan menarik, sehingga untuk menjadikan pesan tersebut layak untuk diterima oleh khalayak dan dapat disampaikan melalui media haruslah melalui beberapa pertimbangan. Menurut Ardianto(2005:131) Beberapa faktor yang perlu diperhatikan tersebut antara lain yaitu :

- 1) Frekuensi, faktor waktu menjadi bahan pertimbangan agar setiap acara ditayangkan secara proporsional dan dapat diterima oleh khalayak sasaran atau khalayak yang dituju
- 2) Durasi, faktor ini berkaitan dengan waktu yakni jumlah menit dalam setiap penayangan acara. Durasi masing-masing acara disesuaikan dengan jenis acara dan tuntutan skrip atau naskah, yang paling penting bahwa dengan durasi tertentu, tujuan acara tercapai
- 3) Perhatian, mengemas acara sedemikian rupa dengan metode penyajian yang tepat dan akurat sehingga fungsi utama televisi yaitu menghibur dan memberikan informasi akan tercapai dengan maksimal.

Azwar (2000) menyatakan bahwa intensitas adalah kekuatan atau kedalaman sikap terhadap sesuatu. Kebanyakan aktivitas menonton berawal dari sebuah kebutuhan akan informasi yang kemudian berpola dan menjadi semacam ritual

keseharian. Intensitas berarti kualitas dari tingkat kedalaman yang meliputi kemampuan, daya konsentrasi terhadap sesuatu, tingkat keseringan kedalaman cara atau sikap seseorang pada objek tertentu. Jadi, intensitas menonton televisi dapat dipahami sebagai tingkat keseringan (frekuensi), kualitas kedalaman menonton atau durasi dan daya konsentrasi untuk menonton. Sebagaimana menurut Azjen (2005: 54) membagi intensitas menjadi empat aspek, yaitu: perhatian, penghayatan, durasi, frekuensi

### **5. Pengaruh**

Pengaruh adalah salah satu elemen dalam komunikasi yang sangat penting untuk mengetahui berhasil atau tidaknya komunikasi yang kita inginkan. Pengaruh dapat dikatakan mengenai jika perubahan yang terjadi pada penerima sama dengan tujuan yang diinginkan oleh komunikator. Pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*behavior*) (Ardianto, Komala, & Karlina, 2009:56).

Pada komunikasi massa, pengaruh tidak begitu mudah diketahui sebab selain sifat massa tersebar, juga sulit dimonitor pada tingkat mana pengaruh itu terjadi. Dari berbagai studi yang pernah dilakukan terhadap pengaruh dalam komunikasi, ditemukan bahwa komunikasi massa cenderung lebih banyak memengaruhi pengetahuan dan tingkat kesadaran seseorang. Sedangkan pada komunikasi pribadi cenderung berpengaruh pada sikap dan perilaku seseorang. Menurut

Cangara(71:2010) mengenai kesediaan khalayak untuk menerima ide antara lain disebabkan karena:

- a. Adanya kepentingan ganda yang dapat diperoleh kedua belah pihak, yakni antara sumber dan penerima (*overlapping of interest*)
- b. Pesan itu memberi pemecahan pada masalah yang dihadapi oleh khalayak (*problem solving*)
- c. Khalayak percaya komunikator yang menyampaikan pesan itu memiliki kompetensi dan kredibilitas yang tinggi
- d. Khalayak percaya bahwa pesan itu dapat membuat perubahan sebagaimana yang diinginkan oleh khalayak

#### **6. Teori Penggunaan dan Pemenuhan (Uses and Gratification Theory)**

Pendekatan ini mengasumsikan khalayak aktif dan dianggap memiliki tanggungjawab sendiri dalam menadakan pemilihan terhadap media massa untuk mengetahui kebutuhannya, memenuhi kebutuhannya, dan bagaimana cara memenuhinya. Media massa hanya dianggap sebagai salah satu cara memenuhi kebutuhan individu dan individu boleh memenuhi kebutuhan mereka melalui media massa atau dengan suatu cara lain (Junaedi, 2007:99).

Untuk memenuhi kebutuhan terdapat motif yang mempengaruhi menurut S.Finn(1992) yaitu proaktif dan pasif. Pada motif proaktif khalayak cenderung aktif

menggunakan media berdasarkan atas kehendak, kebutuhan, dan motif yang dimilikinya. Sedangkan, pada khalayak yang pasif khalayak tidak memulai menggunakan media berdasarkan motif-motif tertentu yang sangat mendesak.

Menurut Katz, Blumler & Gurevitch dalam (Ardianto, Komala, & Karlina, 2009:74) menjelaskan mengenai asumsi dasar mengenai Teori *Uses and Gratifications*, yaitu:

- a. Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan
- b. Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media yang terletak pada anggota khalayak
- c. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan
- d. Banyak tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak. Artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu
- e. Penilaian tentang arti cultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak

Dengan kata lain, pengguna media itu adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya Teori *Uses and Gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memenuhi kebutuhannya. Teori ini lebih menekankan pada pendekatan manusiawi didalam melihat media. Artinya, manusia itu mempunyai otonomi dan wewenang untuk memperlakukan media.

Tujuan dari pengguna yang membedakan *Uses and Gratifications* dari teori-teori komunikasi awal pengguna ditandai sebagai aktif, cerdas, dan termotivasi dalam menggunakan media mereka. Fokus dari teori ini adalah pada apa yang orang lakukan dengan media daripada pengaruh atau dampak dari media pada individu. Dengan pengguna yang aktif dalam memilih dan menggunakan media dalam menanggapi kebutuhan khusus, dasar untuk memeriksa kepuasan yang diperoleh dari media. Misalnya, ketika seorang *audiens* memiliki kebutuhan untuk melarikan diri, ada media tertentu yang tersedia untuk memuaskan kebutuhan ini dengan cara yang memuaskan (Adnan, Samira, 2015).

Banyak penelitian terakhir dari *Uses and Gratifications* telah difokuskan dan media tradisional lainnya. Dalam media baru, perbedaan antara konsumen dan produsen cenderung mengaburkan, yang telah menyebabkan pengenalan prosumer istilah untuk menggambarkan kemampuan pengguna untuk mengambil kendali atas



produksi dan distribusi konten. Hal ini memberikan pengguna kontrol atas konten dan penggunaannya, sehingga penting untuk meneliti kepuasan media baru menyediakan kepada pengguna dibandingkan dengan media tradisional. Berfokus pada media sosial adalah penting karena kita perlu memahami apa yang membuat pengguna merasakan kepuasan media.

Konsep mengukur kepuasan ini disebut GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*), dalam artiannya sebagai berikut:

- a. *Gratification Sought* (kepuasan yang dicari) adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan oleh khalayak ketika menggunakan atau menyaksikan suatu jenis media tertentu. Dengan kata lain, khalayak akan memilih media tertentu dipengaruhi oleh sebab-sebab tertentu, yakni didasari oleh motif pemenuhan kebutuhan. Dengan kata lain *Gratification Sought* dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai apa yang dapat diberikan oleh media dan evaluasi seseorang mengenai isi media (Kriyantono, 2006:211)
- b. *Gratification Obtained* (kepuasan yang diperoleh) adalah sejumlah kepuasan nyata yang diperoleh individu atas terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan tertentu atau tanggapan setelah individu tersebut menggunakan atau menyaksikan sebuah media. *Gratification Obtained* ini mempertanyakan hal-hal khusus mengenai apa saja yang telah diperoleh setelah menggunakan media dengan menyebutkan acara atau *rubric* tertentu secara spesifik (Kriyantono, 2006:211).

Berdasarkan konsep yang dipaparkan diatas dapat terlihat khalayak menggunakan media memiliki berbagai dorongan dan sebab-sebab tertentu yang dikategori kedalam beberapa kepuasan penggunaan media:

- a. Kepuasan informasi
- b. Kepuasan identitas pribadi
- c. Kepuasan integritas dan interaksi sosial
- d. Kepuasan hiburan

Jadi model *Uses and Gratifications* ini berguna untuk meneliti bagaimana *audience* mendapatkan kepuasan dalam menggunakan media. Dalam penelitian ini, model *Uses and Gratifications* bisa digunakan untuk meneliti bagaimana pengaruh tayangan program acara televisi *MasterChef* Indonesia terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan siswa jurusan Tata Boga di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru.

## **7. Pemenuhan Kebutuhan Hiburan**

Industri penyiaran maupun film sejak awal lebih dianggap sebagai media hiburan. Daya tarik hiburanlah yang membuat orang menyimak acara televisi yang menghadirkan artis terkenal ataupun orang berbondong-bondong pergi ke gedung bioskop (L & Jensen, 2003: 281). Hal tersebut dilakukan untuk melepas sejenak kesibukan serta rutinitas, sehingga dapat memberikan efek rileks dan memberikan ketahanan menghadapi tekanan masalah yang dihadapi.

Ada beberapa pendapat mengatakan bahwa suatu acara itu bersifat menghibur atau bukan bisa dilihat jika acara tersebut membuat kita gembira dan melupakan sejenak berbagai kesulitan dan masalah (L & Jensen, 2003: 282). Makna hiburan juga bergantung pada motivasi masing-masing orang. Misalnya seorang pengusaha bisa terhibur dengan membaca artikel ekonomo yang bagi orang lain itu sangat rumit dan tidak menghibur. Dalam pengertian ini, balik lagi semua isi media berpotensi menjadi hiburan, karena penentuannya terserah kepada pembaca, pendengar atau penonton.

Dari pernyataan diatas manusia memanfaatkan media tidak hanya dalam mencari informasi tetapi mencari atau membutuhkan hiburan. Dari beberapa dorongan dan sebab-sebab yang dikategorikan, disini peneliti hanya ingin melihat seberapa besar pengaruh pemenuhan kebutuhan hiburan pada program televisi *MasterChef* Indonesia. Pemenuhan kebutuhan dalam mendapatkan hiburan menurut McQuail (dalam Rakhmat, 2004:98) dikategorikan sebagai berikut:

- a. Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan
- b. Bersantai
- c. Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis
- d. Mengisi waktu
- e. Penyaluran emosi

## B. Kerangka Operasional

Tabel 2.1  
Kerangka Operasional

NO	Variabel	Dimensi	Indikator
1	Intensitas Menonton TV (X) Ardianto, Elvinaro dan Erdinaya. 2007 Komunikasi Massa, Suatu pengantar, Bandung: Simbiosis Rekatama Media. hal, 168	Durasi	Berapa lama (jam/menit) menonton tayangan <i>MasterChef</i> Indonesia
		Frekuensi	Berapa kali (dalam sebulan) menonton tayangan <i>MasterChef</i> Indonesia
		Perhatian	Hubungan khalayak dengan program
2.	Pemenuhan Kebutuhan Hiburan (Y) McQuail dalam Rakhmat, 2004:98)	Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan	Mengurangi tekanan masalah yang sedang dihadapi
		Bersantai	Beristirahat dari kegiatan
		memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis	Memperoleh hiburan dan kesenangan
		mengisi waktu	Menghilangkan kebosanan
		penyaluran emosi	Menggunakan media lain dalam menonton tayangan

### C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

**Tabel 2.2**  
**Penelitian Terdahulu yang Relevan**

No.	Nama//Tahun /Universitas/ Fakultas Jurusan	Judul	Metode Penelian	Hasil Penelitian
1.	Muhammad Hafidh / 2018 / Universitas Negeri Medan / Fakultas Ilmu Sosial dan Politik / Jurusan <i>Public Relations</i>	Pemanfaatan Instagram Terhadap Pemenuhan Informasi Dakwah Islam di Kalangan Remaja Kelurahan Kenangan Baru, Perumnas Mandala, Medan	Kuantitatif	Terdapat pengaruh hubungan yang tinggi antara pemanfaatan Instagram terhadap pemenuhan informasi dakwah islam di. Ketentuan $>0$ , maka hipotesis diterima. Hasil dari nilai menunjukkan signifikansi, artinya hipotesis yang diterima dalam penelitian ini adalah $H_a$ , yaitu terdapat pengaruh hubungan yang tinggi antara pemanfaatan Instagram terhadap pemenuhan informasi dakwah islam di kalangan remaja Kelurahan Kenangan Baru, Perumnas Mandala Medan.
2	Sona Adha Rizky / 2011/Universitas Sumatera Utara / Fakultas Ilmu Sosial dan Politik	Studi Korelasional Pengaruh Program Acara <i>Wide Shot</i> di Metro TV Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada Mahasiswa Komunikasi FISIP USU	Kuantitatif	Sebesar 25,7% responden meyakini kepuasan mahasiswa dipengaruhi oleh pemenuhan informasi dalam acara <i>Wide Shot</i> . Acara <i>Wide Shot</i> di Metro TV berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa karena sumber informasi yang dibutuhkan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan mahasiswa.
3	Desy Hardiyanti Siregar/2013/Universitas Sumatera Utara / Fakultas Ilmu Sosial dan	Pengaruh Tayangan <i>Stand Up Comedy</i> di Metro TV terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan di Kalangan	Kuantitatif	Diperoleh koefisien korelasi $r_s$ sebesar 0,250. Berdasarkan pernyataan $r_s > 0$ , maka hipotesis diterima. Karena probabilitas lebih kecil dari

	Politik	Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara	0,005 maka hal ini menunjukkan signifikansi, artinya hipotesis yang diterima dalam penelitian ini adalah $H_a$ (hipotesis alternatif), yaitu terdapat hubungan antara tayangan <i>Stand Up Comedy</i> di Metro TV terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara
--	---------	--	---

Persamaan:

1. Muhammad Hafidh (2018), persamaan dengan penelitian penulis yaitu sama-sama membahas tentang pemenuhan kebutuhan siswa
2. Sona Adha Rizky (2011), persamaan dengan penelitian penulis yaitu terdapat pada variabel (X) yaitu sama-sama meneliti program acara pada media televisi dan terdapat kesamaan yang lain dengan peneliti dalam mengambil teori yang sama yaitu teori Penggunaan dan Pemenuhan (*Uses and Gratification Theory*)
3. Desy Hardiyanti Siregar (2013), persamaan dengan penelitian penulis yaitu terdapat pada variabel (X) yang sama-sama meneliti tentang pengaruh pada

tayangan ditelevisi. Terdapat persamaan lainnya yaitu pada variabel Y yakni sama sama meneliti mengenai pemenuhan kebutuhan hiburan.

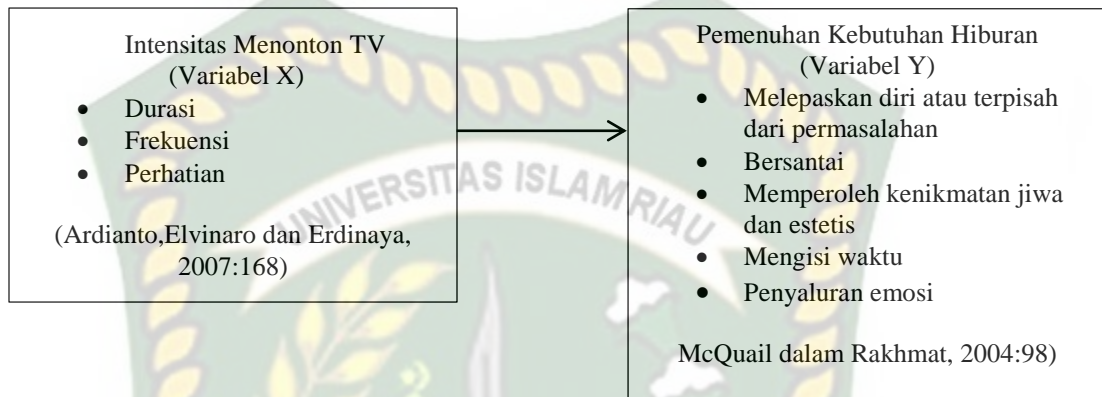
Perbedaan:

1. Pada penelitian Muhammad Hafidh (2018), meneliti media instagram. Sedangkan pada penelitian penulis yaitu meneliti media televisi. Terdapat juga perbedaan pada variabel Y yakni peneliti terdahulu meneliti pemenuhan kebutuhan informasi sedangkan penulis meneliti pemenuhan kebutuhan hiburan
2. Sona Adha Rizky (2011), perbedaan dengan penelitian penulis yaitu terdapat pada variabel (Y) penelitian terdahulu mengkaji pemenuhan kebutuhan informasi. Sedangkan penelitian penulis yaitu pemenuhan kebutuhan hiburan
3. Desy Hardiyanti Siregar (2013), perbedaan dengan penelitian penulis yaitu terdapat pada variabel (X) yaitu pada penelitian terdahulu meneliti program acara *Stand Up Comedy*. Sedangkan pada penelitian penulis yaitu meneliti program acara *MasterChef Indonesia Season 7*

#### **D. Kerangka Pemikiran**

Adapun kerangka pemikiran yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.3**  
**Kerangka Pemikiran**



Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

### **E. Hipotesis**

Hipotesis adalah dugaan sementara mengenai hasil dari penelitian yang akan dilaksanakan. Hipotesis sangat diperlukan dalam penelitian ilmiah karena keberadaan hipotesis dapat mengarahkan penelitian. Dalam penelitian, peneliti akan melakukan pembuktian terhadap hipotesis untuk diuji kebenarannya (Nisfiannoor, 2009:8). Adapun pembagian jenis hipotesis yang digunakan dalam penelitian:

- 1) Hipotesis nol ( $H_0$ ) : Hipotesis statistik atau nol
- 2) Hipotesis alternatif ( $H_A$ ) : Hipotesis alternatif atau signifikan



H0 : Tidak ada pengaruh tayangan TV *MasterChef* Indonesia *Season 7* terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan siswa jurusan tata boga Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru

HA : Ada pengaruh tayangan TV *MasterChef* Indonesia *Season 7* terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan siswa jurusan tata boga Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang disebutkan diatas maka desain penulisan penelitian ini termasuk pada jenis kuantitatif. Tipe penelitian dalam penelitian ini adalah eksplanasi (*explanatory confirmation*), dengan menggunakan metode survey yaitu metode pengumpulan data primer dan sekaligus terjadi komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Penelitian survey adalah penelitian pengamatan yang berskala besar pada kelompok-kelompok manusia. Penelitian survey menggunakan teknik pengumpulan data yaitu kuesioner (Rakhmat,2012 : 51).

Metode penelitian ini peneliti pilih karena penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis pada penelitian ini, dan untuk melihat hubungan variabel terhadap objek yang diteliti, sehingga jenis peneltian ini bersifat kausal. Menurut (Sugiyono, 2010:42) “Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi)”. Variabel sebab akibat dalam penelitian ini adalah pengaruh tayangan televisi program acara *MasterChef Indonesia Season 7 (X)* terhadap pemenuhan

kebutuhan hiburan siswa jurusan Tata Boga di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru (Y).

## B. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian (Bungin, 2011:109). Populasi dalam penelitian ini adalah siswa dari Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)Negeri 3 Pekanbaru jurusan Tata Boga yang berjumlah sekitar 412 siswa.

**Tabel 3.1**  
**Jumlah Populasi**

No	Kelas	Total
1	XII	134
2	XI	138
3	X	140
	<b>TOTAL</b>	412

Sumber : Data sekolah( 30 juni 2020)

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2010:118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif atau mewakili.

Untuk menarik sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin ini biasa digunakan dalam penelitian survey dimana biasanya jumlah sampel besar sekali, sehingga diperlukan sebuah formula untuk mendapatkan sampel yang sedikit tetapi dapat mewakili keseluruhan populasi. Dengan menggunakan persentase kelonggaran tingkat error sebesar 5%, sehingga nantinya didapat tingkat kepercayaan sebesar 95% dan memperkecil tingkat error. Besaran sampel yang diambil dari populasi yang berjumlah 412 orang dalam penelitian ini ditentukan dengan rumusan Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{(1 + (N \times e^2))}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persentase kesalahan yang masih dapat ditolerir dalam pengambilan

sampel, pada kasus ini menggunakan e = 5%

Maka:

$$n = \frac{412}{(1 + (412 \times 0,05^2))}$$

$$n = \frac{412}{(1 + 1,03)}$$

$$n = \frac{412}{2,03}$$

$$n = 202,95566502 \text{ (dibulatkan menjadi 203 sampel)}$$

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik *proportional stratified random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel pada populasi heterogen dan berstrata dengan mengambil sampel dari tiap-tiap sub populasi yang jumlahnya disesuaikan dengan jumlah anggota dari masing-masing sub populasi secara acak. (Sugiyono, 2010:85).

Untuk menentukan besarnya sampel tiap kelas dilakukan dengan alokasi proposional agar sampel yang diambil lebih proposional dengan cara:

$$\text{Jumlah sampel tiap kelas} = \frac{\text{Jumlah sampel}}{\text{Jumlah Populasi}} \times \text{Jumlah Tiap Kelas}$$

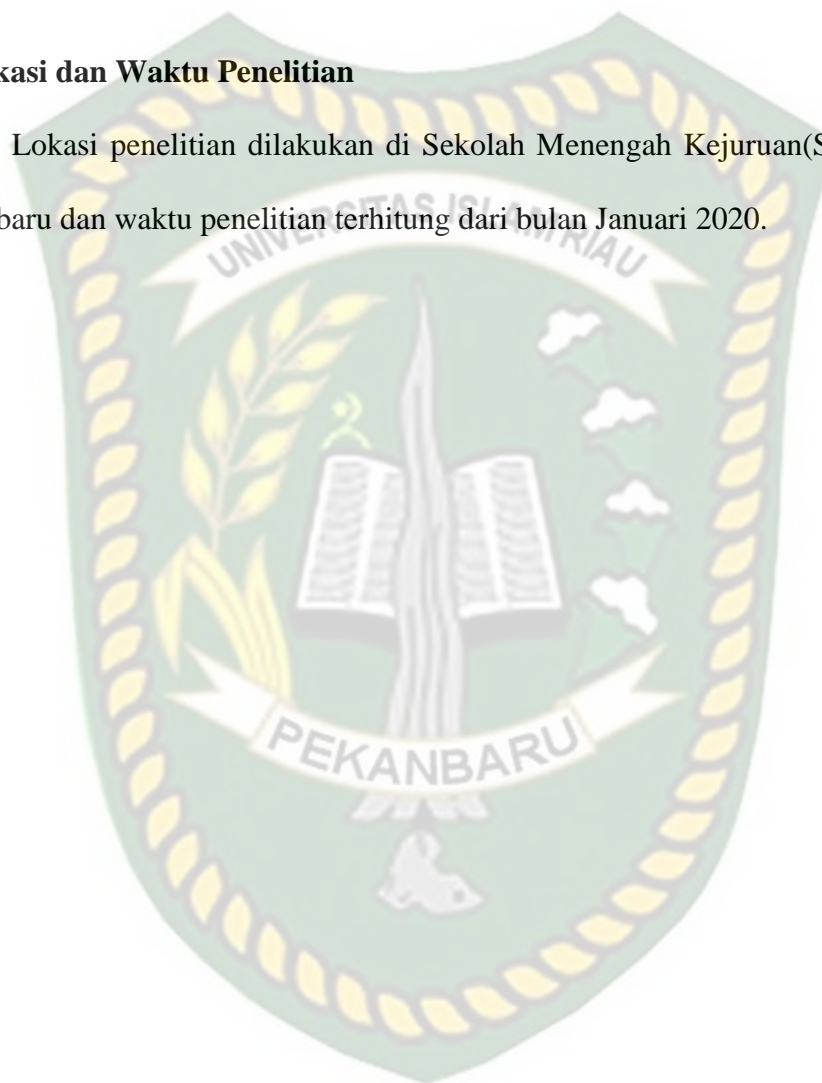
**Tabel 3.2**  
**Tabel Sampel Tiap Kelas**

No.	Kelas	Jumlah Siswa	Perhitungan	Jumlah Sampel
1.	10 (X)	140	$\frac{203}{412} \times 140$	69
2.	11 (XI)	138	$\frac{203}{412} \times 138$	68

3.	12 (XII)	134	$\frac{203}{412} \times 134$	66
	<b>Jumlah</b>	412		203

### C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Sekolah Menengah Kejuruan(SMK) Negeri 3 Pekanbaru dan waktu penelitian terhitung dari bulan Januari 2020.



**Tabel 3.3**  
**Tabel Waktu Penelitian**

NO	JENIS KEGIATAN	BULAN DAN MINGGU KE																															
		MEI				JUNI				JULI				AGUS				SEP				OKTO				NOV				DES			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	PERSIAPAN DAN PENYUSUNAN UP	X	X	X	X	X		X		X																							
2	REVISI						X		X		X				X																		
3	SEMINAR UP															X																	
4	RISET										X				X		X		X														
5	PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA																			X	X												
6	KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI																						X										
7	UJIAN SKRIPSI																											X					
8	REVISI DAN PENGESAHAN SKRIPSI PENGGANDAAN SERTA PENYERAHAN																										X		X				
9	SKRIPSI																															X	

## **D. Sumber Data**

Dalam penelitian ini,peneliti menggunakan dua jenis sumber data, yaitu:

### **1. Data Primer**

Data primer adalah diperoleh secara langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian (Bungin, 2011:132). Sumber data ini merupakan sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan.Data primer pada penelitian ini yaitu data yang diperoleh langsung dari penyebaran kuesioner kepada siswa dan siswi Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru Jurusan Tata Boga.

### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sekunder dari data yang dibutuhkan saat melakukan penelitian (Bungin, 2011:132). Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data dari buku-buku teks, jurnal ilmiah, dan internet yang berhubungan dengan topik yang dibahas dalam melakukan penelitian.



## E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam suatu penelitian merupakan langkah yang sangat penting dalam metode ilmiah. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### 1. Angket

Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden (Bungin, 2011:133). Sehingga peneliti memberikan kuesioner tersebut menanyakan beberapa hal sesuai dengan data yang dibutuhkan peneliti. Kuesioner dilakukan dengan membuat daftar pertanyaan yang diajukan kepada sumbernya diharapkan dapat mendirikan jawaban yang penulis butuhkan.

Pada penelitian ini pengukuran kuesioner menggunakan skala pengukuran skala *Guttman*. Menurut Sugiyono (2014:39) Skala *Guttman* digunakan untuk mendapatkan jawaban yang tegas dari responden yaitu hanya terdapat dua interval seperti setuju/tidak setuju, pernah/tidak, ya/tidak, benar/salah, dan lain-lain. Dalam skala *Gutman* variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator/subindikator variabel, peneliti menggunakan dua poin berikut:

- a. Ya : 1
- b. Tidak : 0

Penelitian ini menggunakan skala *Gutman*, karena lebih mudah mengurutkan nilai dengan metode ini. Dengan skala ini peneliti dapat mengukur sikap dari responden dari mulai yang positif hingga sikap yang negatif.

Setelah menerima atau membaca pertanyaan yang diajukan oleh peneliti, responden kemudian akan memilih sikap apa yang mereka berikan terkait dengan pertanyaan yang diberikan pada mereka. Masing- masing jawaban nantinya akan diberi 0-1 poin sesuai dengan ketentuannya. Apabila pertanyaan adalah negatif maka nilai jawaban yang tertinggi dimulai dari jawaban yang negatif, berlaku juga sebaliknya.

## **2. Observasi**

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utamanya selain panca indranya seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit. Oleh karena itu, metode observasi adalah pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data-data penelitian tersebut dapat diamati oleh peneliti. (Bungin, 2011:144). Metode observasi terdiri dari observasi berstruktur dan tidak berstruktur, yang meliputi catatan lapangan, catatan spesimen, anekdot, dan daftar cek (Rakhmat, 2012:96).

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu penelitian mengambil sumber berupa buku-buku, majalah, referensi yang tersedia yang ada relevansinya dengan penelitian.

## F. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

### 1. Uji Validitas Data

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam pengukuran. Uji validitas bertujuan untuk mengukur apa yang ingin diukur atau alat ukur yang digunakan sebagai sasaran. Menurut (Sugiyono, 2010:456) menyatakan bahwa “validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi dengan objek penelitian.”

Untuk menguji validitas instrumen penelitian ini, peneliti menggunakan rumus **korelasi product moment:**

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{N\sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{N\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

$\sum xy$  = Jumlah perkalian antara variabel X dan variabel Y

$\sum x^2$  = Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum y^2$  = Jumlah dari kuadrat Y

$(\sum x)^2$  = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$  = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

## 2. Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas berarti dapat dipercaya artinya, instrumen dapat memberikan hasil yang tepat. Uji reliabilitas instrumen dilakukan untuk mengetahui keandalan (*reliability*) dari alat ukur yang digunakan. Dalam metode kuantitatif, menurut Sugiyono (2010:456) suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.

Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini, peneliti menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas yang dicari

$n$  = Jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum \sigma_t^2$  = Jumlah varian skor tiap-tiap item

$\sigma_t^2$  = Varian total

## G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

### 1. Teknik Pengolahan Data

Untuk penelitian ini, penulis akan menggunakan teknik pengolahan data secara statistik dengan menggunakan program SPSS (*Statistic Package For Social Science*) for Windows 17, yaitu regresi linier sederhana untuk melihat pengaruh tayangan *MasterChef Indonesia Season 7* terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru Jurusan Tata Boga.

## 2. Teknik Analisis Data

Analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk mendeskripsikan masing-masing variabel, yaitu variabel (X) tayangan *MasterChef* Indonesia *Season 7* dan variabel (Y) pemenuhan kebutuhan hiburan siswa Sekolah Menengah Kejuruan(SMK) Negeri 3 Pekanbaru Jurusan Tata Boga. Dalam analisis deskriptif ini perhitungan yang digunakan untuk mengetahui tingkat persentase skor jawaban masing-masing variabel dengan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{n}{N} \times 100 \%$$

Keterangan:

P= Persentase

n= Skor empirik (skor yang diperoleh)

N= Jumlah seluruh skor atau nilai (skor ideal)

Untuk menentukan jenis deskriptif persentase yang diperoleh masing-masing indikator dalam variabel, dan perhitungan deskriptif persentase kemudian ditafsirkan dengan kalimat. Cara menentukan tingkat kriteria adalah sebagai berikut:

$$p = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Persentase

f = Jumlah Jawaban yang diperoleh

n = Jumlah Responden

Untuk mengetahui tingkat kriteria tersebut, selanjutnya hasil persentase yang diperoleh dengan analisis deskriptif akan dikonsultasikan dengan tabel berikut:

**Tabel 3.3**  
**Kriteria Analisis Deskriptif Persentase**

No	Rentang Persentase	Kriteria
1	90% - 100%	Sangat Baik
2	80% - 89%	Baik
3	70% - 79%	Cukup Baik
4	60% - 69%	Kurang Baik
5.	50% - 59%	Tidak Baik
6.	Dibawah 49%	Sangat Tidak Baik

### 3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Indrawan dan poppy, 2014:170). Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Penulis menggunakan SPSS 23 untuk menghitung regresi agar mempermudah penulis dalam menghemat waktu. Rumus regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + Bx$$

Keterangan:

Y = Nilai variabel dependen yang diprediksi

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

- b = Angka arah koefisien regresi, yaitu menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik dan bila b (-) maka terjadi penurunan
- X = Nilai variabel independen

#### 4. Uji Regresi Parsial (Uji T)

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung. Selain itu uji t tersebut dapat pula dilihat dari besarnya probabilitas value (p value) yang dibandingkan dengan 0,05 (taraf signifikansi)  $\alpha = 5\%$ . Adapun kriteria pengujian yang digunakan adalah :

- a. Apabila angka probabilitas signifikansi  $> 0.005$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak
- b. Apabila angka probabilitas signifikansi  $< 0.005$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

#### 5. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh antara dua variabel yang diteliti, maka dihitung koefisien determinasi (Kd) dengan



asumsi faktor-faktor lain diluar variabel dianggap konstan/tetap (*ceteris paribus*).Rumus koefisien determinasi (Kd) yaitu:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

Dimana apabila:

Kd = 0, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y,lemah

Kd = 1, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y,kuat

Pengaruh tinggi rendahnya koefisien determinasi tersebut digunakan pedoman sebagai berikut:

**Tabel 3.5**  
**Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi**

<b>Pernyataan</b>	<b>Keterangan</b>
20% - 36%	Pengaruh Rendah Sekali
36 - 52 %	Pengaruh Rendah Tapi Pasti
52% - 68%	Pengaruh Cukup Berarti
68% - 84%	Pengaruh Tinggi atau Kuat
84% - 100%	Pengaruh Tinggi Sekali

**Sumber: Supranto (2001:227)**

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Kota Pekanbaru ini merupakan salah satu lembaga pendidikan di Provinsi Riau. Sekolah yang telah berdiri dari tahun 1967 ini telah mencetak ribuan generasi bangsa yang handal dan dapat bekerja di berbagai perusahaan besar baik di dalam negeri maupun mancanegara seperti Equatorial Malaka, Sriayu Perak dll. Sekolah Menengah Kejuruan yang berlokasi di Jl. Dr. Sutomo No. 110 Pekanbaru ini telah membuktikan prestasinya dengan menempati ranking ke-4 dalam SMK kelompok pariwisata se-Indonesia dengan nilai rata-rata 63,3. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru ini memiliki 5 program studi yang akan diberikan kepada siswanya. diantaranya :

1. Program Study Keahlian Pariwisata (Kompetensi Keahlian Akomodasi Perhotelan)
2. Program Study Keahlian Tata Boga(Kompetensi Keahlian Jasa Boga dan Patiseri)
3. Program Study Keahlian Tata Kecantikan (Kompetensi Keahlian Kecantikan Kulit dan Rambut)

4. Program Study Keahlian Tata Busana(Kompetensi Keahlian Busana Butik)
5. Program Study Teknologi Informatika (Kompetensi Keahlian Multimedia)
6. Program Study Keahlian Usaha Perjalanan Wisata

Sekolah yang memiliki luas 11.820 meter persegi ini juga memiliki berbagai fasilitas yang dapat dijadikan penunjang kegiatan belajar mengajar peserta didik seperti 1 laboratorium komputer, 5 lokal training boga, 5 lokal ruang praktek busana, 2 lokal praktek tata kecantikan, 26 kamar hotel, 1 Ruang perpustakaan dan 1 Ruang praktek multimedia,1 Ruang Audio Video, 2 Ruang restoran dan 5 lokal sanggar program studi, serta 1 Ruang Server Lokal. Dapat dilihat beberapa keunggulan dari Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru yaitu:

- a. Sesuai SK Badan Akreditasi Sekolah Propinsi Riau No. 409/BAP-SM/KP-09/XI/2009 SMK Tanggal 2 November 2009 SMK Negeri 3 Pekanbaru mendapat nilai Rata-rata 99.50 dengan Jenjang Akreditasi nilai A, PSK. Akomodasi Perhotelan (100),PSK. Tata Kecantikan (100),PK. Restoran (99), PSK.Tata Busana (99).
- b. Telah memiliki sebagian besar peralatan bantuan Austria yang dipergunakan sebagai sarana bagi siswa dan telah memenuhi persyaratan baik dari segi jenis, jumlah dan persyaratan teknis.

Visi dan Misi dari Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru yaitu<sup>2</sup>:

Visi:

Terwujudnya lembaga diklat pariwisata yang berdaya saing berwawasan lingkungan berlandaskan iman dan taqwa yang mencetak SDM unggul di era revolusi industri 4.0

Misi :

1. Memberikan layanan kepada masyarakat melalui system pendidikan dan pelatihan pariwisata yang *fleksibel* dan *permeable*.
2. memberikan layanan kepada masyarakat melalui sistem pendidikan yang cinta lingkungan
3. Melaksanakan program penghijauan dilingkungan internal dan lingkungan eksternal
4. Memberikan layanan kepada masyarakat melalui sistem pendidikan yang unggul di era revolusi industri 4.0
5. Menjalani sinergi internal dan eksternal untuk menghasilkan tamatan yang memiliki kemampuan SDM nasional untuk memnuhi kebutuhan dunia industri

---

<sup>2</sup> Visi dan Misi SMK 3 Pekanbaru <https://www.smkn3pekanbaru.sch.id/visi-misi/> tanggal 14 Desember 2020 pukul 11.50 WIB

## 2. Jurusan Tata Boga

Jurusan tata boga merupakan seni dalam mengolah masakan yang mencakup bagaimana mempersiapkan, mengolah, samapi menghadirkan makanan dari tradisonal hingga internasional. Jurusan tata boga menjadi salah satu jurusan yang paling banyak diminati siswa Pekanbaru yang ingin melanjutkan pendidikan ke sekolah kejuruan dan Sekolah Menegah Kejuruan (SMK) 3 Pekanbaru merupakan satu-satunya sekolah negeri yang memiliki program studi tata boga yang ada di Pekanbaru. Hal tersebut membuat para siswa yang ingin mendalami bakat memasaknya akan mengincar Sekolah Menegah Kejuruan (SMK) 3 Pekanbaru sebagai salah satu sekolah lanjutannya.

Bukan hanya karena satu-satunya sekolah negeri yang memiliki jurusan tata boga, namun dari segi sarana dan prasarana yang lebih unggul dibanding dengan sekolah kejuruan tata boga lain yang ada di Pekanbaru. Adapun sarana dan prasarana dari jurusan tata boga yaitu:

- a. 2 ruang dapur training boga
- b. 2 ruang dapur *pastry* training
- c. 2 ruang *restaurant*
- d. 1 ruang dapur unit produksi kewirausahaan

### 3. *MasterChef* Indonesia

*MasterChef* adalah program acara ajang kompetisi pencarian bakat *chef* amatir yang nantinya mereka akan menjadi seorang chef profesional. Program acara ini tidak hanya diperuntukan bagi orang yang memang memiliki pengalaman di dunia masak-memasak tetapi orang yang tidak memiliki latar belakang dunia memasak juga bisa ikut menikmati acara ini ataupun kelak ingin menjadi salah satu kontestan didalam acara *MasterChef* Indonesia. Di setiap musimnya, *MasterChef* memiliki *challenge* berbeda yang menantang para kontestan untuk belajar dan meningkatkan *skill* memasak mereka.

Program acara *MasterChef* Indonesia tayang pada siaran Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI). Adapun jadwal penayangan dari setiap musim atau *seasonnya* yaitu setiap Hari Sabtu dan Minggu pukul 16.00-19.00 WIB. Dikutip pada *website* resmi *MasterChef* Indonesia tayang perdana pada tahun 2011 merupakan musim atau *season* 1 hingga sampai saat ini masih berjalan di musim ke-7 atau *season* 7.<sup>3</sup> Dipandu oleh tiga juri kenamaan yang sudah pakar dalam bidang *Chef* kelas internasional, kini juri dari *Master Chef Indonesia season 7* dipandu Chef Juna Rorimpandey, Arnold Poernonmo, dan Chef Renatta Moeloek.

Kepopuleran program acara *MasterChef* Indonesia tentu tidak diragukan lagi, sebab dengan mendapatkan penghargaan dari Panasonic Gobel Awards kategori Pencarian Bakat Terbaik yang diterima oleh tim *Masterchef* selama 2 tahun berturut-

---

<sup>3</sup> *MasterChef* Indonesia diakses dari <https://www.rcti.tv/masterchefindonesia/about-us/pada> tanggal 13 Maret 2020 pukul 11.00 WIB

turut (2012 & 2013) membawa nama *MasterChef* kian melejit. Saat ini dapat juga dilihat pada penayangan perdana *MasterChef* Indonesia season 7 pada tanggal 26 September 2020. Penayangan perdana *MasterChef* Indonesia season 7 mendapat *rating* 2,8 % dan *share* 16,8% dan berlanjut peningkatan *rating* pada episode 2 yakni 3,8% dan *share* 17,8% yang berada pada posisi ketiga. Hal tersebut masih membuktikan bahwa program acara *MasterChef* Indonesia season 7 mendapat perhatian lebih bagi para penonton.

## **B. Hasil Penelitian**

### **1. Identitas Responden**

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari responden, penelitian ini dengan sampel siswa dan siswi dari Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru yang berjumlah 203 siswa. Peneliti didalam menyebarkan kuesioner ini dengan menggunakan *google form* dan membaagikan kepada siswa dan siswi Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru dari kelas 10, kelas 11, dan kelas 12 jurusan tata boga. Adapun deskripsi responden penelitian adalah sebagai berikut:

#### **a. Deskripsi Identitas Berdasarkan Jenis Kelamin**

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner tentang jenis kelamin responden dalam penelitian ini diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase(%)
1.	Laki – Laki	48	23,65
2.	Perempuan	155	76,35
Total		203	100

*Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020*

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari 203 responden yang dijadikan sampel dalam penelitian diperoleh bahwa siswa laki-laki lebih sedikit dari siswa perempuan yaitu 48 responden laki (23,65%) dan perempuan sebanyak 155 responden (76,35%).

**b. Deskripsi Identitas Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner tentang tingkat pendidikan responden dalam penelitian ini diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase(%)
1.	Kelas 10	69	34
2.	Kelas 11	68	33
3.	Kelas 12	66	33
Total		203	100

*Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020*



Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa dari 69 responden atau 34% berasal dari kelas 10 , 67 responden atau 33% berasal dari kelas 11, 67 responden atau 33% berasal dari kelas 12.

## 2. Uji Instrumen Penelitian

Adapun uji instrumen dalam melakukan penelitian, terdapat 21 pertanyaan yang terdiri 8 pertanyaan dari variabel intesitas menonton dan 13 pertanyaan dari pemenuhan kebutuhan hiburan.

### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Apabila kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur maka kuesioner tersebut bisa dikatakan valid. Menurut Sugiyono (2009:179) adapun yang menjadi syarat kuesioner dikatakan valid yaitu  $r = 0,3$ . Adapun hasil tingkat validitas butir pertanyaan disajikan dalam tabel berikut :

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Validitas Item Variabel Intesitas Menonton TV (X)**

No Item	Tingkat Validitas	Ketentuan	Keterangan
X_1	0,541977	0,3	Valid
X_2	0,493002	0,3	Valid

X_3	0,489147	0,3	Valid
X_4	0,472572	0,3	Valid
X_5	0,421119	0,3	Valid
X_6	0,393131	0,3	Valid
X_7	0,429299	0,3	Valid
X_8	0,441438	0,3	Valid

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Dapat dilihat dari tabel diatas, variabel intensitas Menonton TV (X) berada diatas 0,3 itu membuktikan kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas Item Variabel Pemenuhan Kebutuhan (Y)**

No Item	Tingkat Validitas	Ketentuan	Keterangan
Y_1	0,327983	0,3	Valid
Y_2	0,436268	0,3	Valid
Y_3	0,30248	0,3	Valid

Y_4	0,363514	0,3	Valid
Y_5	0,313895	0,3	Valid
Y_6	0,518753	0,3	Valid
Y_7	0,384837	0,3	Valid
Y_8	0,392856	0,3	Valid
Y_9	0,418462	0,3	Valid
Y_10	0,31022	0,3	Valid
Y_11	0,406802	0,3	Valid
Y_12	0,308695	0,3	Valid
Y_13	0,473846	0,3	Valid

Dapat dilihat dari tabel diatas, variabel pemenuhan kebutuhan hiburan (Y) berada diatas 0,3 . Maka dari itu kuesioner yangdigunakan layak untuk diolah sebagai

data penelitian. Berdasarkan tabel 4.1 dan 4.2 diperoleh informasi mengenai tingkat validitas, bahwa seluruh item dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian.

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang . Dasar dari pengambilan keputusan reliabilitas data sebagai berikut (Basuki,2014:119) :

1. Jika Alpha Croanbach  $> 0,60$  berarti item reliable atau handal
2. Jika Alpha Croanbach  $< 0,60$  berarti item tidak reliable atau tidak handal

**Tabel 4.5**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	Reliabilitas	Ketentuan	Kriteria
Intesitas Menonton TV (X)	0,749	0,6	Reliabilitas
Pemenuhan Kebutuhan Hiburan (Y)	0,662	0,6	Reliabilitas

*Sumber: data penelitian 2020*

Dari data diatas variabel Intesitas Menonton TV (X) adalah 0,749 dengan kriteria reliabelitas dan variabel Pemenuhan Kebutuhan Hiburan (Y) adalah 0,662 dengan nilai Jika Alpha Croanbach  $> 0,60$  berarti ietm reliabel atau handal.

### 3. Analisis Variabel Intesitas Menonton TV (X)

Berdasarkan kuesioner yang disebarkan kepada 203 responden siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru terhadap variabel Intesitas

Menonton TV (X) yang dibagi tiga indikator yaitu Frekuensi, durasi, dan perhatian.

Deskripsi jawaban responden dan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.6**  
**Deskripsi Tanggapan Responden pada Variabel Intesitas Menonton TV (X)**

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	jumlah	Rata-rata skor	
<b>Frekuensi</b>						
1.	Saya selalu menonton acara <i>MasterChef Indonesia Season 7</i> dalam seminggu ?	Jumlah	126	77	203	62,1
		Skor	126	0	126	
2.	Saya sering menonton acara <i>MasterChef Indonesia Season 7</i> dalam seminggu?	Jumlah	171	32	203	84,2
		Skor	171	0	171	
<b>Total Frekuensi</b>		297	109	406	73,15	
<b>Total Skor</b>		297	0	297		
<b>Durasi</b>						
3.	Saya menonton secara keseluruhan acara <i>MasterChef Indonesia Season 7</i> di TV?	Jumlah	143	60	203	70,44
		Skor	143	0	143	
4.	Saya menonton 1 -2 jam acara <i>MasterChef Indonesia Season 7</i> di TV ?	Jumlah	38	165	203	18,71
		Skor	38	0	38	
5.	Saya menonton kurang 1 jam acara <i>MasterChef Indonesia Season 7</i> di TV ?	Jumlah	54	149	203	26,60
		Skor	54	0	54	
<b>Total Frekuensi</b>		235	374	609	38,58	
<b>Total Skor</b>		235	0	235		
<b>Perhatian</b>						
6.	Saya tertarik menonton <i>MasterChef Indonesia Season 7</i> karena visual juri atau peserta ?	Jumlah	174	29	203	85,7
		Skor	174	0	174	

7.	Saya tertarik dengan unsur drama berupa konflik atau perseteruan yang ditampilkan selama penyangan <i>MasterChef</i> Indonesia <i>Season 7</i> ?	Jumlah	181	22	203	89,2
		Skor	181	0	181	
8.	Saya tertarik karena mengidolakan juri atau peserta dari <i>MasterChef</i> Indonesia <i>Season 7</i> ?	Jumlah	183	20	203	90,1
		Skor	183	0	183	
<b>Total Frekuensi</b>			538	71	609	88,33
<b>Total Skor</b>			538	0	538	
<b>Total Frekuensi Variabel X</b>			1070	554	1624	65,88
<b>Total Skor Variabel X</b>			1070	0	1070	

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

#### a. Analisis Variabel Intesitas Menonton(X) dengan Indikator Frekuensi

Berikut deskripsi mengenai indikator frekuensi yang terdiri dari dua item pertanyaan, berikut penjelasan masing-masing pertanyaan:

**Tabel 4.7**  
Tanggapan Responden Tentang “Selalu Menonton Acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* dalam seminggu”

No	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persen	Rata-Rata
1.	Ya	1	126	126	62,1	62,1
2.	Tidak	0	77	0	37,9	
Jumlah			203	126	100	Sedang

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa untuk pernyataan tentang “selalu menonton Menonton Acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* dalam seminggu”,

responden yang menjawab ya sebanyak 126 orang dan yang menjawab tidak sebanyak 77 orang. Adapun nilai rata-rata adalah 62,1 dari tanggapan yang diberikan responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden yaitu tentang selalu menonton Acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* dalam seminggu berada pada kategori sedang.

**Tabel 4.8**  
**Tanggapan Responden Tentang “Sering Menonton Acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* dalam seminggu”**

No	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persen	Rata-Rata
1.	Ya	1	171	171	84,2	84,2
2.	Tidak	0	32	0	15,3	
Jumlah			203	171	100	Tinggi

*Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020*

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa untuk pernyataan tentang “sering menonton Menonton Acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* dalam seminggu”, responden yang menjawab ya sebanyak 171 orang dan yang menjawab tidak sebanyak 32 orang. Adapun nilai rata-rata adalah 84,2 dari tanggapan yang diberikan responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden yaitu tentang sering menonton Acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* dalam seminggu berada pada tinggi.

**Tabel 4.9**  
**Deskripsi Variabel Intesitas Menonton dengan Indikator Frekuensi**

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	jumlah	Rata-rata skor
----	------------	----	-------	--------	----------------

Frekuensi						
1.	Saya selalu menonton acara <i>MasterChef</i> Indonesia <i>Season 7</i> dalam seminggu ?	Jumlah	126	77	203	62,1
		Skor	126	0	126	
2.	Saya sering menonton acara <i>MasterChef</i> Indonesia <i>Season 7</i> dalam seminggu?	Jumlah	171	32	203	84,2
		Skor	171	0	171	
<b>Total Frekuensi</b>			297	109	406	73,15
<b>Total Skor</b>			297	0	297	

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan pernyataan, poin indikator nilai terendah terdapat pada indikator “selalu menonton acara *MasterChef* dengan rata-rata 62,1. Sedangkan poin indikator nilai tertinggi terdapat pada indikator “sering menonton acara *MasterChef* dengan rata-rata 84,2. Tanggapan responden menunjukkan bahwa indeks rata-rata pada indikator frekuensi adalah sebesar 73,15 yang berarti tanggapan responden yang dalam hal ini adalah siswa jurusan tata boga terhadap indikator frekuensi pada kategori cukup tinggi.

#### b. Analisis Variabel Intesitas Menonton dengan Indikator Durasi

Berikut deskripsi mengenai indikator durasi yang terdiri dari tiga item pertanyaan, berikut penjelasan masing-masing pertanyaan:

**Tabel 4.10**  
**Tanggapan Responden Tentang “Saya menonton secara keseluruhan acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* di TV”**

No	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persen	Rata-Rata
1.	Ya	1	143	143	70,44	70,44



2.	Tidak	0	60	0	29,56	
Jumlah			203	143	100	Cukup Tinggi

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat bahwa untuk pernyataan tentang “saya menonton secara keseluruhan acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* di TV”, responden yang menjawab ya sebanyak 143 orang dan yang menjawab tidak sebanyak 60 orang. Adapun nilai rata-rata adalah 70,44 dari tanggapan yang diberikan responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden yaitu tentang menonton secara keseluruhan acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* di TV berada pada kategori cukup tinggi.

**Tabel 4.11**  
Tanggapan Responden Tentang “Saya menonton 1 -2 jam acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* di TV”

No	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persen	Rata-Rata
1.	Ya	1	38	38	18,71	18,71
2.	Tidak	0	165	0	81,29	
Jumlah			203	38	100	Sangat rendah

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 4.11 dapat dilihat bahwa untuk pernyataan tentang “Saya menonton 1-2 jam acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* di TV”, responden yang menjawab ya sebanyak 38 orang dan yang menjawab tidak sebanyak 165 orang. Adapun nilai rata-rata adalah 18,71 dari tanggapan yang diberikan responden maka

dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden yaitu tentang menonton 1-2 jam acara *MasterChef Indonesia Season 7* di TV berada pada kategori sangat rendah.

**Tabel 4.12**  
Tanggapan Responden Tentang “Saya menonton kurang 1 jam acara *MasterChef Indonesia Season 7* di TV ”

No	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persen	Rata-Rata
1.	Ya	1	54	54	26,60	26,60
2.	Tidak	0	149	0	73,40	
Jumlah			203		100	Sangat rendah

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 4.12 dapat dilihat bahwa untuk pernyataan tentang “Saya menonton kurang 1 jam acara *MasterChef Indonesia Season 7* di TV”, responden yang menjawab ya sebanyak 54 orang dan yang menjawab tidak sebanyak 149 orang. Adapun nilai rata-rata adalah 26,60 dari tanggapan yang diberikan responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden yaitu tentang menonton kurang 1 jam acara *MasterChef Indonesia Season 7* di TV berada pada kategori sangat rendah.

**Tabel 4.13**  
Deskripsi Variabel Intesitas Menonton dengan Indikator Durasi

No	Pernyataan	Ya	Tidak	Jumlah	Rata-Rata Skor	
3.	Saya menonton secara keseluruhan acara <i>MasterChef Indonesia Season 7</i> di TV?	Jumlah	143	60	203	70,44
		Skor	143	0	143	
4.	Saya menonton 1 -2 jam acara <i>MasterChef</i>	Jumlah	38	165	203	18,71

	Indonesia <i>Season 7</i> di TV ?	Skor	38	0	38	
5.	Saya menonton kurang 1 jam acara <i>MasterChef</i> Indonesia <i>Season 7</i> di TV ?	Jumlah	54	149	203	26,60
		Skor	54	0	54	
<b>Total Frekuensi</b>			235	374	609	38,58
<b>Total Skor</b>			235	0	235	

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan pernyataan, poin indikator nilai terendah terdapat pada indikator “menonton 1 -2 jam acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* di TV dengan rata-rata 18,71. Sedangkan poin indikator nilai tertinggi terdapat pada indikator “menonton secara keseluruhan acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* di TV” dengan rata-rata 70,44. Tanggapan responden menunjukkan bahwa indeks rata-rata pada indikator durasi adalah sebesar 35,58 yang berarti tanggapan responden yang dalam hal ini adalah siswa jurusan tata boga terhadap indikator durasi pada kategori sangat rendah.

### c. Analisis Variabel Intesitas Menonton dengan Indikator Perhatian

Berikut deskripsi mengenai indikator perhatian yang terdiri dari tiga item pertanyaan, berikut penjelasan masing-masing pertanyaan:

**Tabel 4.14**

**Tanggapan Responden Tentang “Saya tertarik menonton *MasterChef* Indonesia *Season 7* karena visual juri atau peserta”**

No	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persen	Rata-Rata
1.	Ya	1	174	174	85,70	85,70
2.	Tidak	0	29	0	14,30	
Jumlah			203	174	100	Tinggi

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 4.14 dapat dilihat bahwa untuk pernyataan tentang “Saya tertarik menonton *MasterChef* Indonesia *Season 7* karena visual juri atau peserta”, responden yang menjawab ya sebanyak 174 orang dan yang menjawab tidak sebanyak 29 orang. Adapun nilai rata-rata adalah 85,70 dari tanggapan yang diberikan responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden yaitu tentang saya tertarik menonton *MasterChef* Indonesia *Season 7* karena visual juri atau peserta berada pada kategori tinggi.

**Tabel 4.15**  
**Tanggapan Responden Tentang “Saya tertarik dengan unsur drama berupa konflik atau perseteruan yang ditampilkan selama penyangan *MasterChef* Indonesia *Season 7*”**

No	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persen	Rata-Rata
1.	Ya	1	181	181	89,2	89,2
2.	Tidak	0	22	0	10,8	
Jumlah			203	181	100	Tinggi

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 4.15 dapat dilihat bahwa untuk pernyataan tentang saya tertarik dengan unsur drama berupa konflik atau perseteruan yang ditampilkan selama penyangan *MasterChef* Indonesia *Season 7*, responden yang menjawab ya sebanyak 181 orang dan yang menjawab tidak sebanyak 22 orang. Adapun nilai rata-rata adalah 89,2 dari tanggapan yang diberikan responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden yaitu tentang saya tertarik dengan unsur drama berupa konflik atau perseteruan yang ditampilkan selama penyangan *MasterChef* Indonesia *Season 7* berada pada kategori tinggi.

**Tabel 4.16**  
**Tanggapan Responden Tentang “Saya tertarik karena mengidolakan juri atau peserta dari *MasterChef Indonesia Season 7*”**

No	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persen	Rata-Rata
1.	Ya	1	183	183	90,1	90,1
2.	Tidak	0	20	0	9,9	
Jumlah			203	183	100	Sangat tinggi

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 4.16 dapat dilihat bahwa untuk pernyataan tentang saya tertarik karena mengidolakan juri atau peserta dari *MasterChef Indonesia Season 7* responden yang menjawab ya sebanyak 183 orang dan yang menjawab tidak sebanyak 20 orang. Adapun nilai rata-rata adalah 90,1 dari tanggapan yang diberikan responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden yaitu tentang saya tertarik karena mengidolakan juri atau peserta dari *MasterChef Indonesia Season 7* berada pada kategori sangat tinggi.

**Tabel 4.17**  
**Deskripsi Variabel Intesitas Menonton dengan Indikator Perhatian**

Perhatian						
No	Pernyataan		Ya	Tidak	Jumlah	Rata-Rata Skor
6.	Saya tertarik menonton <i>MasterChef Indonesia Season 7</i> karena visual juri atau peserta ?	Jumlah	174	29	203	85,7
		Skor	174	0	174	
7.	Saya tertarik dengan unsur drama berupa konflik atau perseteruan yang ditampilkan selama penyangan <i>MasterChef Indonesia Season 7</i> ?	Jumlah	181	22	203	89,2
		Skor	181	0	181	
8.	Saya tertarik karena mengidolakan juri atau	Jumlah	183	20	203	90,1

	peserta dari <i>MasterChef</i> Indonesia <i>Season 7</i> ?	Skor	183	0	183	
<b>Total Frekuensi</b>			538	71	609	88,33
<b>Total Skor</b>			438	0	438	

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan pernyataan, poin indikator nilai terendah terdapat pada indikator tertarik menonton *MasterChef* Indonesia *Season 7* karena visual juri atau peserta” dengan rata-rata 85,7. Sedangkan poin indikator nilai tertinggi terdapat pada indikator” tertarik karena mengidolakan juri atau peserta dari *MasterChef* Indonesia *Season 7*” dengan rata-rata 90,1. Tanggapan responden menunjukkan bahwa indeks rata-rata pada indikator perhatian adalah sebesar 88,3 yang berarti tanggapan responden yang dalam hal ini adalah siswa jurusan tata boga terhadap indikator perhatian pada kategori tinggi.

#### 4. Analisis Variabel Pemenuhan Kebutuhan Hiburan (Y)

Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada 203 responden siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru terhadap variabel Pemenuhan Kebutuhan Hiburan (Y) yang dibagi lima indikator yaitu melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan, bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis, mengisi waktu, penyaluran emosi. Deskripsi jawaban responden dan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.18**  
**Deskripsi Tanggapan Responden pada Variabel Pemenuhan Kebutuhan Hiburan (Y)**

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	jumlah	Rata-
----	------------	----	-------	--------	-------

						<b>rata skor</b>
<b>Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan</b>						
1.	Dengan menonton acara <i>MasterChef</i> Indonesia <i>Season 7</i> saya dapat melepaskan diri dari permasalahan yang sedang dihadapi ?	Jumlah	165	38	203	81,3
		Skor	165	0	165	
2.	Dengan menonton acara <i>MasterChef</i> Indonesia <i>Season 7</i> saya dapat mengurangi tekanan masalah yang sedang dihadapi ?	Jumlah	156	47	203	76,8
		Skor	156	0	156	
<b>Total Frekuensi</b>			321	85	406	79,05
<b>Total Skor</b>			321	0	321	
<b>Bersantai</b>						
3.	Dengan menonton acara <i>MasterChef</i> Indonesia <i>Season 7</i> saya dapat menikmati hiburan yang disajikan ?	Jumlah	189	14	203	93,1
		Skor	189	0	189	
4.	Saya menggunakan masa isitirahat dengan menonton acara <i>MasterChef</i> Indonesia <i>Season 7</i> ?	Jumlah	170	33	203	83,7
		Skor	170	0	406	
<b>Total Frekuensi</b>			359	47	609	88,4
<b>Total Skor</b>			359	0	359	
<b>Memperoleh Kenikmatan Jiwa dan Estetis</b>						
5.	Dengan menonton acara <i>MasterChef</i> Indonesia <i>Season 7</i> saya merasa terhibur ?	Jumlah	184	19	203	90,6
		Skor	184	0	184	
6.	Saya merasa senang ketika juri memarahi peserta saat menonton acara <i>MasterChef</i> Indonesia <i>Season 7</i> ?	Jumlah	168	35	203	82,8
		Skor	168	0	168	
7.	Saya merasa senang ketika melihat ekspresi juri ketika mencicipi makanan dari peserta yang tidak enak saat menonton acara <i>MasterChef</i> Indonesia <i>Season 7</i> ?	Jumlah	176	27	203	86,7
		Skor	176	0	176	
8.	Saya merasa senang ketika peserta salah menjawab pertanyaan juri saat menonton acara <i>MasterChef</i> Indonesia <i>Season 7</i> ?	Jumlah	170	33	203	83,7
		Skor	170	0	170	
9.	Saya merasa senang ketika juri menge-prank	Jumlah	179	24	203	88,2

	peserta saat menonton acara <i>MasterChef Indonesia Season 7</i> ?	Skor	179	0	203	
<b>Total Frekuensi</b>			877	138	1015	86,4
<b>Total Skor</b>			877	0	877	
<b>Mengisi Waktu</b>						
10.	Dengan menonton acara <i>MasterChef Indonesia Season 7</i> saya dapat menghilangkan rasa bosan ketika sedang tidak melakukan kegiatan lain ?	Jumlah	193	10	203	95,1
		Skor	193	0	193	
11.	Saya sengaja mengisi waktu luang dengan menonton acara <i>MasterChef Indonesia Season 7</i> ?	Jumlah	186	17	203	91,6
		Skor	186	0	186	
<b>Total Frekuensi</b>			379	27	406	93,35
<b>Total Skor</b>			379	0	379	
<b>Penyaluran Emosi</b>						
12.	Saya menonton acara <i>MasterChef Indonesia Season 7</i> di TV melalui <i>live streaming</i> ?	Jumlah	80	123	203	39,4
		Skor	80	0	80	
13.	Saya menonton beberapa <i>scene</i> menarik <i>MasterChef Indonesia Season 7</i> melalui <i>youtube</i> ?	Jumlah	167	36	203	82,3
		Skor	167	0	167	
<b>Total Frekuensi</b>			247	159	406	60,85
<b>Total Skor</b>			247	0	247	
<b>Total Frekuensi Variabel Y</b>			2183	456	2639	82,72
<b>Total Skor Variabel Y</b>			2183	0	2183	

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

**a. Analisis Variabel Pemenuhan Kebutuhan Hiburan dengan Indikator Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan**



Berikut deskripsi mengenai indikator frekuensi yang terdiri dari dua item pertanyaan, berikut penjelasan masing-masing pertanyaan:

**Tabel 4.19**  
**Tanggapan Responden Tentang “Dengan menonton acara *MasterChef* Indonesia Season 7 saya dapat melepaskan diri dari permasalahan yang sedang dihadapi ”**

No	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persen	Rata-Rata
1.	Ya	1	165	165	81,3	81,3
2.	Tidak	0	38	0	18,7	
Jumlah			203	165	100	Tinggi

*Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020*

Berdasarkan tabel 4.19 dapat dilihat bahwa untuk pernyataan tentang “dengan menonton acara *MasterChef* Indonesia Season 7 saya dapat melepaskan diri dari permasalahan yang sedang dihadapi”, responden yang menjawab ya sebanyak 165 orang dan yang menjawab tidak sebanyak 38 orang. Adapun nilai rata-rata adalah 81,3 dari tanggapan yang diberikan responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden yaitu tentang “dengan menonton acara *MasterChef* Indonesia Season 7 saya dapat melepaskan diri dari permasalahan yang sedang dihadapi berada pada kategori tinggi.

**Tabel 4.20**  
**Tanggapan Responden Tentang “Dengan menonton acara *MasterChef* Indonesia Season 7 saya dapat mengurangi tekanan masalah yang sedang dihadapi ”**

No	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persen	Rata-Rata
1.	Ya	1	156	156	76,8	76,8

2.	Tidak	0	47	0	23,2	
Jumlah			203	156	100	Cukup tinggi

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 4.20 dapat dilihat bahwa untuk pernyataan tentang “dengan menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* saya dapat mengurangi tekanan masalah yang sedang dihadapi”, responden yang menjawab ya sebanyak 156 orang dan yang menjawab tidak sebanyak 47 orang. Adapun nilai rata-rata adalah 76,8 dari tanggapan yang diberikan responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden yaitu tentang dengan menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* saya dapat mengurangi tekanan masalah yang sedang dihadapi berada pada kategori cukup tinggi.

**Tabel 4.21**  
**Deskripsi Variabel Pemenuhan Kebutuhan Hiburan dengan Indikator Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan**

No	Pernyataan	Ya	Tidak	jumlah	Rata-rata skor	
<b>Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan</b>						
1.	Dengan menonton acara <i>MasterChef</i> Indonesia <i>Season 7</i> saya dapat melepaskan diri dari permasalahan yang sedang dihadapi ?	Jumlah	165	38	203	81,3
		Skor	165	0	165	
2.	Dengan menonton acara <i>MasterChef</i> Indonesia <i>Season 7</i> saya dapat mengurangi tekanan masalah yang sedang dihadapi ?	Jumlah	156	47	203	76,8
		Skor	156	0	156	
<b>Total Frekuensi</b>			321	85	406	79,05
<b>Total Skor</b>			321	0	321	

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan pernyataan, poin indikator nilai terendah terdapat pada indikator “menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* saya dapat mengurangi tekanan masalah yang sedang dihadapi” dengan rata-rata 76,8. Sedangkan poin indikator nilai tertinggi terdapat pada indikator menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* saya dapat melepaskan diri dari permasalahan yang sedang dihadapi” dengan rata-rata 81,3. Tanggapan responden menunjukkan bahwa indeks rata-rata pada indikator perhatian adalah sebesar 79,05 yang berarti tanggapan responden yang dalam hal ini adalah siswa jurusan tata boga terhadap indikator perhatian pada kategori cukup tinggi.

**b. Analisis Variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi Hiburan Indikator Bersantai**

Berikut deskripsi mengenai indikator bersantai yang terdiri dari dua item pertanyaan, berikut penjelasan masing-masing pertanyaan:

**Tabel 4.22**  
**Tanggapan Responden Tentang “Dengan menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* saya dapat menikmati hiburan yang disajikan”**

No	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persen	Rata-Rata
1.	Ya	1	189	189	93,1	93,1
2.	Tidak	0	14	0	6,9	
Jumlah			203	189	100	Sangat tinggi

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa untuk pernyataan tentang “dengan menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* saya dapat menikmati hiburan yang disajikan”, responden yang menjawab ya sebanyak 189 orang dan yang menjawab tidak sebanyak 14 orang. Adapun nilai rata-rata adalah 93,1 dari tanggapan yang diberikan responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden yaitu tentang dengan menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* saya dapat menikmati hiburan yang disajikan berada pada kategori sangat tinggi.

**Tabel 4.23**  
**Tanggapan Responden Tentang “Saya menggunakan masa isitirahat dengan menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7*”**

No	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persen	Rata-Rata
1.	Ya	1	170	170	83,7	83,7
2.	Tidak	0	33	0	16,3	
Jumlah			203	170	100	Tinggi

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 4.23 dapat dilihat bahwa untuk pernyataan tentang “saya menggunakan masa isitirahat dengan menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7*”, responden yang menjawab ya sebanyak 170 orang dan yang menjawab tidak sebanyak 33 orang. Adapun nilai rata-rata adalah 83,7 dari tanggapan yang diberikan responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden yaitu tentang saya menggunakan masa isitirahat dengan menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* berada pada kategori tinggi.

**Tabel 4.24**

### Deskripsi Variabel Pemenuhan Kebutuhan Hiburan dengan Indikator Bersantai

Bersantai					
Pernyataan		Ya	Tidak	Jumlah	Rata-Rata Skor
Dengan menonton acara <i>MasterChef</i> Indonesia <i>Season 7</i> saya dapat menikmati hiburan yang disajikan ?	Jumlah	189	14	203	93,1
	Skor	189	0	189	
Saya menggunakan masa isitirahat dengan menonton acara <i>MasterChef</i> Indonesia <i>Season 7</i> ?	Jumlah	170	33	203	83,7
	Skor	170	0	406	
<b>Total Frekuensi</b>		359	47	609	88,4
<b>Total Skor</b>		359	0	359	

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan pernyataan, poin indikator nilai terendah terdapat pada indikator “menggunakan masa isitirahat dengan menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* ” dengan rata-rata 83,7. Sedangkan poin indikator nilai tertinggi terdapat pada indikator menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* saya dapat menikmati hiburan yang disajikan” dengan rata-rata 93,1. Tanggapan responden menunjukkan bahwa indeks rata-rata pada indikator perhatian adalah sebesar 88,4 yang berarti tanggapan responden yang dalam hal ini adalah siswa jurusan tata boga terhadap indikator bersantai pada kategori tinggi.

### c. Analisis Variabel Pemenuhan Kebutuhan Hiburan dengan Indikator Memperoleh Kenikmatan Jiwa dan Estetis

Berikut deskripsi mengenai indikator Memperoleh Kenikmatan Jiwa dan Estetis yang terdiri dari lima item pertanyaan, berikut penjelasan masing-masing pertanyaan:

**Tabel 4.25**  
**Tanggapan Responden Tentang “Dengan menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* saya merasa terhibur”**

No	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persen	Rata-Rata
1.	Ya	1	184	184	90,6	90,6
2.	Tidak	0	19	0	9,4	
Jumlah			203	184	100	Setuju

*Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020*

Berdasarkan tabel 4.25 dapat dilihat bahwa untuk pernyataan tentang “dengan menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* saya merasa terhibur”, responden yang menjawab ya sebanyak 184 orang dan yang menjawab tidak sebanyak 19 orang. Adapun nilai rata-rata adalah 90,6 dari tanggapan yang diberikan responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden yaitu tentang dengan menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* saya merasa terhibur berada pada kategori sangat tinggi.

**Tabel 4.26**  
**Tanggapan Responden Tentang “Saya merasa senang ketika juri memarahi peserta saat menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* ”**

No	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persen	Rata-Rata
1.	Ya	1	168	168	82,8	82,8

2.	Tidak	0	35	0	17,2	
Jumlah			203	168	100	Tinggi

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 4.26 dapat dilihat bahwa untuk pernyataan tentang “saya merasa senang ketika juri memarahi peserta saat menonton acara *MasterChef Indonesia Season 7*”, responden yang menjawab ya sebanyak 168 orang dan yang menjawab tidak sebanyak 35 orang. Adapun nilai rata-rata adalah 82,8 dari tanggapan yang diberikan responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden yaitu tentang “saya merasa senang ketika juri memarahi peserta saat menonton acara *MasterChef Indonesia Season 7* berada pada kategori tinggi.

**Tabel 4.27**  
**Tanggapan Responden Tentang “Saya merasa senang ketika melihat ekspresi juri ketika mencicipi makanan dari peserta yang tidak enak saat menonton acara *MasterChef Indonesia Season 7*”**

No	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persen	Rata-Rata
1.	Ya	1	176	176	86,7	86,7
2.	Tidak	0	27	0	13,3	
Jumlah			203	176	100	Tinggi

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 4.27 dapat dilihat bahwa untuk pernyataan tentang “saya merasa senang ketika melihat ekspresi juri ketika mencicipi makanan dari peserta yang tidak enak saat menonton acara *MasterChef Indonesia Season 7*”, responden yang menjawab ya sebanyak 176 orang dan yang menjawab tidak sebanyak 27 orang. Adapun nilai rata-rata adalah 86,7 dari tanggapan yang diberikan responden maka

dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden yaitu tentang saya merasa senang ketika melihat ekspresi juri ketika mencicipi makanan dari peserta yang tidak enak saat menonton acara *MasterChef Indonesia Season 7* berada pada kategori tinggi.

**Tabel 4.28**  
**Tanggapan Responden Tentang “Saya merasa senang ketika peserta salah menjawab pertanyaan juri saat menonton acara *MasterChef Indonesia Season 7*”**

No	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persen	Rata-Rata
1.	Ya	1	170	170	83,7	83,7
2.	Tidak	0	33	0	16,3	
Jumlah			203	170	100	Tinggi

*Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020*

Berdasarkan tabel 4.28 dapat dilihat bahwa untuk pernyataan tentang “saya merasa senang ketika peserta salah menjawab pertanyaan juri saat menonton acara *MasterChef Indonesia Season 7*”, responden yang menjawab ya sebanyak 170 orang dan yang menjawab tidak sebanyak 33 orang. Adapun nilai rata-rata adalah 83,7 dari tanggapan yang diberikan responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden yaitu tentang saya merasa senang ketika peserta salah menjawab pertanyaan juri saat menonton acara *MasterChef Indonesia Season 7* berada pada kategori tinggi.

**Tabel 4.29**  
**Tanggapan Responden Tentang “Saya merasa senang ketika juri menge-*prank* peserta saat menonton acara *MasterChef Indonesia Season 7*”**

No	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persen	Rata-Rata
----	------------	-------	-----------	------	--------	-----------



1.	Ya	1	179	179	88,2	88,2
2.	Tidak	0	24	0	11,8	
Jumlah			203	179	100	Tinggi

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 4.29 dapat dilihat bahwa untuk pernyataan tentang saya merasa senang ketika juri menge-*prank* peserta saat menonton acara *MasterChef Indonesia Season 7*, responden yang menjawab ya sebanyak 179 orang dan yang menjawab tidak sebanyak 24 orang. Adapun nilai rata-rata adalah 88,2 dari tanggapan yang diberikan responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden yaitu tentang saya merasa senang ketika juri menge-*prank* peserta saat menonton acara *MasterChef Indonesia Season 7* berada pada kategori tinggi.

**Tabel 4.30**  
**Deskripsi Variabel Pemenuhan Kebutuhan Hiburan dengan Indikator Memperoleh Kenikmatan Jiwa dan Estetis**

Memperoleh Kenikmatan Jiwa dan Estetis						
No.	Pernyataan		Ya	Tidak	Jumlah	Rata-Rata Skor
1.	Dengan menonton acara <i>MasterChef Indonesia Season 7</i> saya merasa terhibur ?	Jumlah	184	19	203	90,6
		Skor	184	0	184	
2.	Saya merasa senang ketika juri memarahi peserta saat menonton acara <i>MasterChef Indonesia Season 7</i> ?	Jumlah	168	35	203	82,8
		Skor	168	0	168	
3.	Saya merasa senang ketika melihat ekspresi juri ketika mencicipi makanan dari peserta yang tidak enak saat menonton acara <i>MasterChef Indonesia Season 7</i> ?	Jumlah	176	27	203	86,7
		Skor	176	0	176	
4.	Saya merasa senang ketika peserta salah	Jumlah	170	33	203	83,7

	menjawab pertanyaan juri saat menonton acara <i>MasterChef Indonesia Season 7</i> ?	Skor	170	0	170	
5.	Saya merasa senang ketika juri menge- <i>prank</i> peserta saat menonton acara <i>MasterChef Indonesia Season 7</i> ?	Jumlah	179	24	203	88,2
<b>Total Frekuensi</b>			877	138	1015	86,4
<b>Total Skor</b>			877	0	877	

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan pernyataan, poin indikator nilai terendah terdapat pada indikator “merasa senang ketika juri memarahi peserta saat menonton acara *MasterChef Indonesia Season 7*” dengan rata-rata 82,8. Sedangkan poin indikator nilai tertinggi terdapat pada indikator menonton acara *MasterChef Indonesia Season 7* saya merasa terhibur” dengan rata-rata 90,6. Tanggapan responden menunjukkan bahwa indeks rata-rata pada indikator memperoleh kenikmatan jiwa dan Estetis adalah sebesar 86,4 yang berarti tanggapan responden yang dalam hal ini adalah siswa jurusan tata boga terhadap indikator pada kategori memperoleh kenikmatan jiwa dan Estetis tinggi.

#### d. Analisis Variabel Pemenuhan Kebutuhan Hiburan dengan Indikator Mengisi Waktu

Berikut deskripsi mengenai indikator bersantai yang terdiri dari dua item pertanyaan, berikut penjelasan masing-masing pertanyaan

**Tabel 4.31**

**Tanggapan Responden Tentang dengan menonton acara *MasterChef Indonesia Season 7* saya dapat menghilangkan rasa bosan ketika sedang tidak melakukan kegiatan lain**

No	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persen	Rata-Rata
1.	Ya	1	193	193	95,1	95,1
2.	Tidak	0	10	0	6,9	
Jumlah			203	193	100	Sangat tinggi

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 4.31 dapat dilihat bahwa untuk pernyataan tentang menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* saya dapat menghilangkan rasa bosan ketika sedang tidak melakukan kegiatan lain, responden yang menjawab ya sebanyak 193 orang dan yang menjawab tidak sebanyak 10 orang. Adapun nilai rata-rata adalah 93,1 dari tanggapan yang diberikan responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden yaitu tentang menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* saya dapat menghilangkan rasa bosan ketika sedang tidak melakukan kegiatan lain berada pada kategori sangat tinggi.

Tabel 4.32

Tanggapan Responden Tentang “saya sengaja mengisi waktu luang dengan menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7*”

No	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persen	Rata-Rata
1.	Ya	1	186	186	91,6	91,6
2.	Tidak	0	17	0	8,4	
Jumlah			203	186	100	Sangat tinggi

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 4.32 dapat dilihat bahwa untuk pernyataan tentang saya sengaja mengisi waktu luang dengan menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7*, responden yang menjawab ya sebanyak 186 orang dan yang menjawab tidak

sebanyak 17 orang. Adapun nilai rata-rata adalah 91,6 dari tanggapan yang diberikan responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden yaitu tentang saya sengaja mengisi waktu luang dengan menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* berada pada kategori sangat tinggi.

**Tabel 4.33**  
**Deskripsi Variabel Pemenuhan Kebutuhan Hiburan dengan Indikator Mengisi Waktu**

No.	Pernyataan		Ya	Tidak	Jumlah	Rata-Rata Skor
10.	Dengan menonton acara <i>MasterChef</i> Indonesia <i>Season 7</i> saya dapat menghilangkan rasa bosan ketika sedang tidak melakukan kegiatan lain ?	Jumlah	193	10	203	95,1
		Skor	193	0	193	
11.	Saya sengaja mengisi waktu luang dengan menonton acara <i>MasterChef</i> Indonesia <i>Season 7</i> ?	Jumlah	186	17	203	91,6
		Skor	186	0	186	
<b>Total Frekuensi</b>			379	27	406	93,35
<b>Total Skor</b>			379	0	379	

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan pernyataan, poin indikator nilai terendah terdapat pada indikator “sengaja mengisi waktu luang dengan menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7*” dengan rata-rata 91,6. Sedangkan poin indikator nilai tertinggi terdapat pada indikator menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* saya dapat menghilangkan rasa bosan ketika sedang tidak melakukan kegiatan lain” dengan rata-rata 95,1. Tanggapan responden menunjukkan bahwa indeks rata-rata pada indikator mengisi waktu adalah sebesar 93,35 yang berarti tanggapan responden yang dalam hal ini

adalah siswa jurusan tata boga terhadap indikator pada kategori mengisi waktu dan Estetis sangat tinggi.

**e. Analisis Variabel Pemenuhan Kebutuhan Hiburan dengan Indikator Penyaluran Emosi**

Berikut deskripsi mengenai indikator penyaluran emosi yang terdiri dari dua item pertanyaan, berikut penjelasan masing-masing pertanyaan:

**Tabel 4.34**  
Tanggapan Responden Tentang Saya menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* di TV melalui *live streaming*

No	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persen	Rata-Rata
1.	Ya	1	80	80	39,4	39,4
2.	Tidak	0	123	0	123	
Jumlah			203	80	100	Sangat Rendah

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 4.34 dapat dilihat bahwa untuk pernyataan tentang saya menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* di TV melalui *live streaming*, responden yang menjawab ya sebanyak 123 orang dan yang menjawab tidak sebanyak 80 orang. Adapun nilai rata-rata adalah 39,4 dari tanggapan yang diberikan responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden yaitu tentang saya menonton acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* di TV melalui *live streaming* berada pada kategori sangat rendah.

**Tabel 4.35**

**Tanggapan Responden Tentang “Saya menonton beberapa *scene* menarik *MasterChef* Indonesia *Season 7* melalui *youtube*”**

No	Pernyataan	Bobot	Frekuensi	Skor	Persen	Rata-Rata
1.	Ya	1	167	167	82,3	82,3
2.	Tidak	0	36	0	17,7	
Jumlah			203	167	100	Tinggi

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 4.35 dapat dilihat bahwa untuk pernyataan tentang menonton beberapa *scene* menarik *MasterChef* Indonesia *Season 7* melalui *youtube*, responden yang menjawab ya sebanyak 126 orang dan yang menjawab tidak sebanyak 77 orang. Adapun nilai rata-rata adalah 62,1 dari tanggapan yang diberikan responden maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden yaitu tentang menonton beberapa *scene* menarik *MasterChef* Indonesia *Season 7* melalui *youtube* berada pada kategori tinggi.

**Tabel 4.36**  
**Deskripsi Variabel Pemenuhan Kebutuhan Hiburan dengan Indikator Penyaluran Emosi**

Penyataan		Ya	Tidak	Jumlah	Rata-Rata Skor
Saya menonton acara <i>MasterChef</i> Indonesia <i>Season 7</i> di TV melalui <i>live streaming</i> ?	Jumlah	80	123	203	39,4
	Skor	80	0	80	
Saya menonton beberapa <i>scene</i> menarik <i>MasterChef</i> Indonesia <i>Season 7</i> melalui <i>youtube</i> ?	Jumlah	167	36	203	82,3
	<b>Total Frekuensi</b>	247	159	406	60,85
<b>Total Skor</b>	247	0	247		

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan pernyataan, poin indikator nilai terendah terdapat pada indikator “menonton acara *MasterChef Indonesia Season 7* di TV melalui *live streaming*” dengan rata-rata 39,4. Sedangkan poin indikator nilai tertinggi terdapat pada indikator menonton beberapa *scene* menarik *MasterChef Indonesia Season 7* melalui *youtube*” dengan rata-rata 82,3. Tanggapan responden menunjukkan bahwa indeks rata-rata pada indikator penyaluran emosi adalah sebesar 60,85 yang berarti tanggapan responden yang dalam hal ini adalah siswa jurusan tata boga terhadap indikator pada kategori penyaluran emosi sedang.

### 5. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi linear sederhana dapat dilihat dibawah ini:

**Tabel 4.37**  
**Hasil Uji Regeresi Linear Sederhana**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.564	1.023		3.298	.000
	intesitas menonton tv	.642	.073	0.51	6.729	.000

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.564	1.023		3.298	.000
	intesitas menonton tv	.642	.073	0.51	6.729	.000

a. Dependent Variable: peme-  
kebutuhan hiburan

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 4.37 diatas diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + Bx$$

$$Y = 11,564 + 0,642 X + e$$

Persamaan regresi linear diatas digunakan sebagai alat ukur memprediksi dan mengevaluasi kecendrungan keputusan memilih berdasarkan asumsi apabila salah satu variabel bebasnya dikendalikan:

- a. Nilai  $a = 11,564$  merupakan nilai konstanta apabila seluruh variabel bebas dianggap nol, maka nilai pemenuhan kebutuhan hiburan siswa jurusan tata boga SMK Negeri 3 Pekanbaru adalah 11,564
- b. Nilai  $b_1 = 0,642$  merupakan koefisien regresi untuk Tayangan MasterChef Indonesia Season 7 menunjukkan variabel Tayangan MasterChef Indonesia Season 7 ditingkatkan maka akan terjadi peningkatan pada pemenuhan kebutuhan hiburan



siswa jurusan tata boga SMK Negeri 3 Pekanbaru sebesar 0,642 satuan. Koefisien bersifat positif artinya terdapat hubungan positif antara variabel Tayangan MasterChef Indonesia Season 7 terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan siswa jurusan tata boga SMK Negeri 3 Pekanbaru

## 6. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi bertujuan untuk mempelajari apakah ada hubungan antara dua variabel atau lebih. Secara spesifik, tujuan analisis korelasi adalah ingin mengetahui apakah diantara dua variabel terdapat hubungan, dan jika terdapat hubungan bagaimana arah hubungan dan seberapa besar hubungan tersebut. Secara teoritis, dua variabel dapat sama sekali tidak berhubungan ( $r=0$ ), berhubungan secara sempurna ( $r=1$ ), atau anantara kedua angka tersebut. Arah korelasi juga dapat positif (berhubungan searah) atau negatif (berhubungan berlawanan arah). Koefisien korelasi dalam penelitian ini atau  $r$  adalah 0,51, nilai  $r$  positif menunjukkan adanya korelasi erat.

**Tabel 4.38**  
**Hasil Analisis Koefisien Korelasi (R)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.051 <sup>a</sup>	.556	.594	1.71046

a. Predictors: (constant) intensitas menonton tv...

## 7. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi adalah sebuah koefisien yang menunjukkan persentase pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.39**  
**Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.051 <sup>a</sup>	.556	.594	1.71046

a. Predictors: (constant) intesitas menonton tv...

Berdasarkan perhitungan nilai koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,556. Hali ini menunjukkan bahwa variabel tayangan MasterChef Indonesia Season 7 sebesar 55,6 % terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan siswa jurusan tata boga SMK Negeri 3 Pekanbaru. Sisanya 44,4 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## 8. Uji Signifikasi Secara Parsial ( Uji t )

Selanjutnya uji signifikasi secara parsial untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan dua arah dengan tingkat keyakinan 95%. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau

nilai sig < 0,05 maka hipotesis diterima atau terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji t dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  dimana perhitungan  $t_{tabel}$  didapat dengan signifikansi 5% diperoleh dengan cara:

$$t_{tabel} = (\alpha/2 : (n-2))$$

$$= (0,05/2 : 203-202)$$

$$= 0,025:202$$

$$= 1,97184$$

Hasil uji parsial variabel disajikan dalam tabel 4.40 sebagai berikut:

**Tabel 4.40**  
**Hasil Uji RegParsial (Uji t)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.564	1.023		3.298	.000
	intesitas menonton tv	.642	.073	0.51	6.729	.000

a. Dependent Variable: Pemenuhan kebutuhan hiburan

Sumber: Data spss 17,2020

Dari tabel diatas diperoleh hasil pengujian parsial variabel menonton dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $6,729 > 1,971$  dengan tingkat signifikan < 0,05 atau  $0,000 <$

0,05. Dengan demikian variabel layanan berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan pada siswa SMK Negeri 3 Pekanbaru.

### C. Pembahasan Penelitian

#### 1. Intensitas Menonton Tayangan Program TV *MasterChef* Indonesia *season 7*

Berdasarkan jawaban dari responden dari tiga indikator dari variabel intensitas menonton tayangan *MasterChef* Indonesia *Season 7* dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.41**  
**Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Intensitas Menonton Tayangan *MasterChef* Indonesia *Season 7***

No	Indikator	Skor	Kategori
1	Frekuensi	73,15	Cukup Tinggi
2.	Durasi	38,58	Sangat Rendah
3.	Perhatian	88,53	Tinggi

Sumber: Data penelitian, 2020

Intensitas menonton diukur dalam 3 indikator, skor rata-rata yaitu pada indikator frekuensi dengan skor 73,15 dengan kategori cukup tinggi, indikator durasi dengan rata-rata 38,58 dengan kategori sangat rendah, dan indikator perhatian 88,53 dengan kategori tinggi. Dari tabel 4.41 menunjukkan hasil rekapitulasi tanggapan responden terhadap program acara *MasterChef* Indonesia *Season 7* dengan frekuensi, durasi, perhatian.

Adapun indikator dengan skor terendah pada indikator durasi 38,58 dengan kategori sangat rendah. Sedangkan indikator dengan skor tertinggi pada indikator perhatian 88,53 dengan kategori tinggi. Hal tersebut dikarenakan tayangan

*MasterChef* Indonesia mampu menarik perhatian para penonton khususnya para responden yakni siswa SMK Negeri 3 Pekanbaru.

2. Pemenuhan kebutuhan hiburan bagi siswa jurusan Tata Boga Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru

Berdasarkan jawaban responden dari lima indikator mengenai pemenuhan kebutuhan hiburan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.42**  
**Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan**

No	Indikator	Skor	Kategori
1	Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan	79,05	Cukup Tinggi
2.	Bersantai	88,4	Tinggi
3.	Memperoleh Kenikmatan Jiwa dan Estetis	86,4	Tinggi
4.	Mengisi Waktu	93,35	Sangat Tinggi
5.	Penyaluran Emosi	60,85	Sedang

Sumber: Data penelitian,2020

Pemenuhan kebutuhan hiburan diukur dalam lima indikator, skor rata-rata yaitu pada indikator melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan dengan skor 79,05 termasuk kedalam kategori cukup tinggi, indikator bersantai dengan skor 88,4 termasuk kedalam kategori tinggi, indikator memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis dengan skor 86,4 termasuk kedalam kategori tinggi, indikator mengisi waktu dengan skor 93,35 termasuk kedalam kategori sangat tinggi, dan penyaluran emosi dengan skor 60,85 termasuk kedalam kategori sedang

Dari tabel 4.42 menunjukkan hasil rekapitulasi tanggapan responden terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan dengan indikator melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan, bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis, mengisi waktu, penyaluran emosi. Adapun indikator dengan skor terendah pada indikator penyaluran emosi dengan skor 60,85 termasuk kedalam kategori sedang. Sedangkan indikator dengan skor tertinggi pada indikator mengisi waktu dengan skor 93,35 termasuk kedalam kategori sangat tinggi.

3. Pengaruh intensitas menonton tayangan Program TV *MasterChef* Indonesia *season* 7 terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan bagi siswa jurusan Tata Boga Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Pekanbaru

program tayangan *MasterChef* Indonesia *Season* 7 mampu memberikan konten hiburan kepada para penonton khususnya pada responden siswa SMK Negeri 3 Pekanbaru Jurusan Tata Boga dan termasuk salah satu tayangan hiburan yang dapat memenuhi kebutuhan hiburan siswa. Serta tayangan *MasterChef* Indonesia dapat dijadikan sebagai salah satu pengisi waktu, dilihat juga dalam jadwal tayangnya dihari libur dan dijam waktu bersantai.

Variabel program tayangan *MasterChef* Indonesia *Season* 7 dengan koefisien regresi sebesar 0,642 menunjukkan bahwa dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $6,729 > 1,971$  dengan tingkat signifikan  $< 0,05$  atau  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan variabel

program tayangan *MasterChef* Indonesia Season 7 berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan pada siswa SMK Negeri 3 Pekanbaru.



Dokumen ini adalah Arsip Milik :  
**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Program tayangan *MasterChef Indonesia Season 7* sebagai media hiburan memiliki skor tertinggi pada indikator perhatian 88,53 dengan kategori tinggi. Tingginya skor perhatian pada program tayangan *MasterChef Indonesia Season 7* dikarenakan responden tertarik untuk menonton program tayangan *MasterChef Indonesia Season 7*. Adapun hal-hal yang menjadi perhatian yakni drama/konflik yang terjadi selama kompetisi, mengidolakan salah satu juri atau peserta, dan juga tertarik akan visual dari juri maupun peserta.
2. Pemenuhan kebutuhan hiburan pada siswa SMK Negeri 3 Pekanbaru jurusan tata boga memiliki skor tertinggi pada indikator mengisi waktu dengan skor 93,35 termasuk kedalam kategori sangat tinggi, dan juga indikator bersantai dengan skor 88,4 termasuk kedalam kategori tinggi. Penonton merasa program tayangan *MasterChef Indonesia Season 7* dapat mengisi waktu mereka ditengah kesibukan sehari-hari dan juga dapat menjadi media untuk bersantai .
3. Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dan signifikansi program tayangan *MasterChef Indonesia Season 7* terhadap



pemenuhan kebutuhan hiburan siswa SMK Negeri 3 Pekanbaru jurusan tata boga. Apabila variabel program tayangan *MasterChef Indonesia Season 7* ditingkatkan maka akan menjadi peningkatan pada pemenuhan kebutuhan hiburan siswa SMK Negeri 3 Pekanbaru jurusan tata boga sebesar 0,642 satuan.

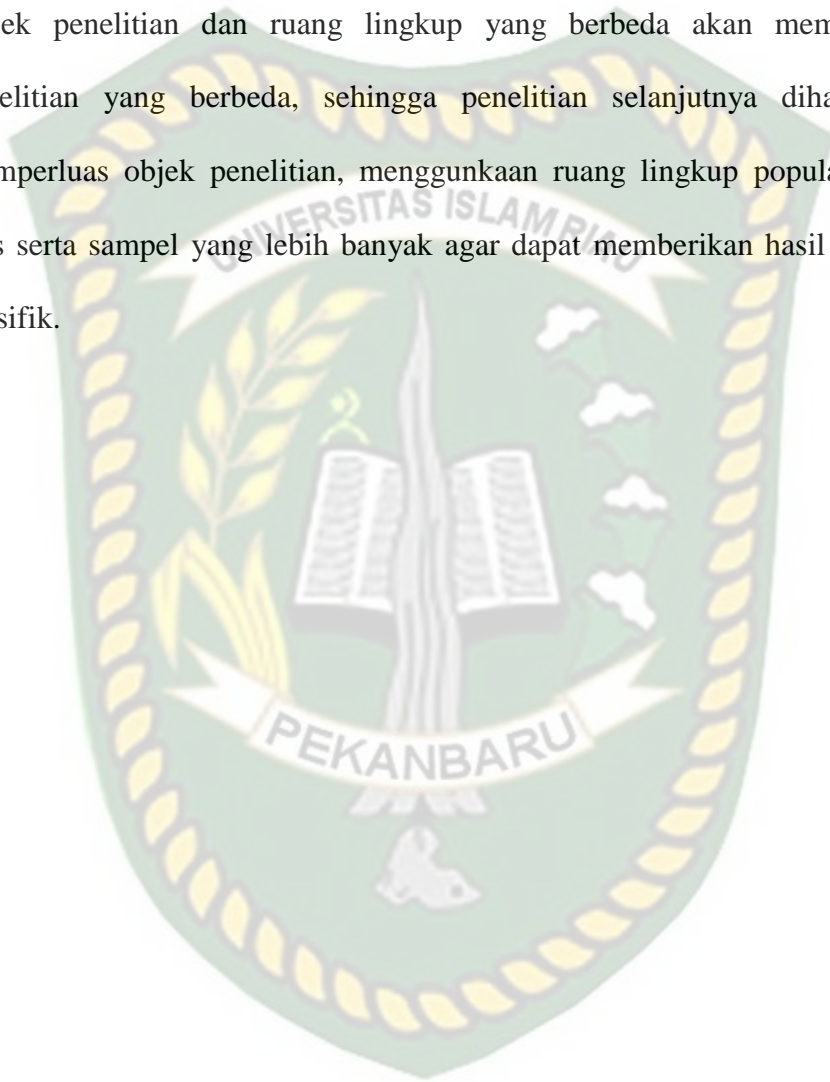
## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang dikemukakan, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat dijadikan masukan dan memperluas pengetahuan antara lain:

1. Mengingat variabel program tayangan *MasterChef Indonesia Season 7* pada indikator perhatian dengan mendapatkan kategori tinggi dalam mempengaruhi pemenuhan kebutuhan hiburan pada siswa SMK Negeri 3 Pekanbaru jurusan tata boga, maka sebaiknya disarankan untuk mempertahankan keunggulan tersebut, karena dengan begitu mempengaruhi daya tarik para penonton dengan menonton program tayangan *MasterChef Indonesia Season 7*
2. Bagi penelitian selanjutnya penelitian ini hanya meneliti tentang program tayangan *MasterChef Indonesia Season 7* terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan pada siswa SMK Negeri 3 Pekanbaru jurusan tata boga. Untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti dengan menggunakan variabel diluar variabel yang telah diteliti dalam penelitian ini sehingga memperoleh hasil yang lebih variatif

serta memperkaya teori yang ada, sehingga dapat memberikan pengetahuan dibidang komunikasi

3. Objek penelitian dan ruang lingkup yang berbeda akan memberikan hasil penelitian yang berbeda, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian, menggunakan ruang lingkup populasi yang lebih luas serta sampel yang lebih banyak agar dapat memberikan hasil yang semakin spesifik.



## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Ardianto, E., Komala, L., & Karlina, S. 2009. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Baran, J, Stanley. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya*. Jakarta: Erlangga
- Bungin, B. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, H. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Daryanto. 2011. *Ilmu Komunikasi Jilid 1*. Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Abadi
- Fiske, J. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Junaedi, F. 2007. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Santusta.
- L, W., & Jensen, J. W. (2003). *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Mc Quail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nisfiannoor, M. 2009. *Pendekatan Statistika Modern untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Rakhmat, J. 2012. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bnadung: Remaja Rosdakarya.
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta

- Sugiyono. 2007. *Statiska Untuk Penelitian*. Bandung . Remaja Rosdakarya
- . 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2012. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta
- Tamburaka, A. 2012 . *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Suyanto, B., & Sutinah. (2005). *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

## JURNAL

- Chairil Ansyorie, A. M. (2019). Pengaruh Tayangan Talkshow "Indonesia Lawyers Club" Terhadap Pendidikan Politik Mahasiswa. *Professional*, vol.6, no.2, 59-67.
- Lesilolo, H. J. (2018). Penerapan Teori Belajar Sosial Ambert Bandura dalam Proses Belajar Mengajar di Sekolah. *Kenosis*, vol.4, no.2, 186-202.
- Rijallahudin, IA Ratnamulyani, & AA Kusumadinata. (2016). Pengaruh Penggunaan Layanan Aplikasi Digital Google Pay dalam Smartphone Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa. *Komunikatio*, 135 - 145.
- Yuliani, V. (2019). Hubungan Motif Belajar dengan Kemandirian Belajar Siswa Kelas VII dan VIII SMP 'MJ' Tahun Ajaran 2018/2019. *Psiko-Edukasi*, vol.17, no.2, 154-163.

## INTERNET

- Website SMKN 3 Pekanbaru <https://www.smkn3pekanbaru.sch.id/visi-misi/>
- Website *MasterChef* Indonesia <https://www.rcti.tv/masterchefindonesia/about-us/>,