

PENGARUH PROGRAM ACARA *KICK ANDY* DI METRO TV TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI (SURVEI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA ANGGKATAN 2020)

Malik Zahirsyah¹, Amin Shabana²

^{1,2}Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Muhammadiyah Jakarta.

ARTICLE INFO

Article history:

Received : May 2025

Revised : May 2025

Accepted : May 2025

Available online

Korespondensi: Email:

¹malikzahirsyahfarabi2001@gmail.com

²amin.shabana@umj.ac.id



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

Abstrak

Televisi banyak memberikan program acara yang ditayangkan untuk memenuhi kebutuhan informasi audiensnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Program Acara "*Kick Andy*" Di Metro TV Terhadap Kebutuhan Informasi. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu, variabel dependen dan variabel independen, variabel *independent* pada penelitian ini adalah Program Acara (X) dan variabel dependen penelitian ini adalah Kebutuhan Informasi (Y). Penelitian ini menggunakan konsep media massa, televisi, P3SPS, jenis program, program acara, kebutuhan informasi, *uses and gratifications*. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei Populasi penelitian diperoleh 159 orang, dengan sampel sebesar 114 orang, yang diperoleh dengan cara *purposive sampling*.

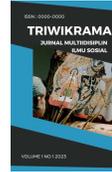
Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, nilai rata-rata dari variabel X adalah sebesar 3,90 dan variabel Y sebesar 3,90. Diketahui bahwa ada pengaruh program "*Kick Andy*" terhadap pemenuhan Kebutuhan Informasi, dengan nilai *R square* yaitu sebesar 0,657 atau 65,7% yang artinya pengaruhnya cukup kuat.

Kata kunci: Media massa, Program Acara, Kebutuhan Informasi, *Uses and Gratifications*.

Abstract

Television provides many programs that are broadcast to meet the information needs of its audience. This research aims to determine the influence of the "*Kick Andy*" program on Metro TV on information needs. This research consists of two variables, namely, the dependent variable and the independent variable. The independent variable in this research is the Event Program (X) and the dependent variable in this research is Information Needs (Y). This research uses the concepts of mass media, television, P3SPS, types of programs, event programs, information needs, *uses and gratifications*. Using quantitative approach with survey methods. The research population was 159 people, with a sample of 114 people, obtained by *purposive sampling*. Based on the results of research that has been carried out, the average value of variable X is 3.90 and variable Y is 3.90. It is known that there is an influence of the "*Kick Andy*" program on fulfilling Information Needs, with an *R square* value of 0.657 or 65.7%, which means the influence is quite strong.

Keywords: Mass Communication, Television Program, Information Needs, *Uses and Gratifications*.



PENDAHULUAN

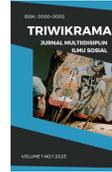
Industri penyiaran televisi merupakan sektor yang mencakup produksi, distribusi, dan penyiaran program televisi yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, hiburan, serta edukasi kepada masyarakat luas. Dalam industri ini, terdapat berbagai elemen yang saling berkaitan, mulai dari stasiun televisi, produser, penulis skenario, kru produksi, hingga para penyiar dan artis yang terlibat dalam pembuatan konten. Seiring dengan perkembangan teknologi, televisi menghadapi berbagai tantangan, terutama dengan munculnya platform digital dan layanan *streaming* yang mengubah pola konsumsi media masyarakat. Meskipun demikian, televisi tetap memiliki keunggulan dalam menyajikan informasi yang kredibel dan program berkualitas yang dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Oleh karena itu, industri televisi terus melakukan inovasi dalam menghadirkan program yang menarik agar tetap relevan di era digital.

Salah satu faktor yang menjadikan televisi tetap diminati adalah kemampuannya menggabungkan elemen audio dan visual dalam menyampaikan informasi. Berbeda dengan media cetak atau radio, televisi mampu memberikan pengalaman yang lebih mendalam bagi pemirsa dengan menghadirkan gambar bergerak yang disertai suara, sehingga informasi lebih mudah dipahami dan lebih menarik. Keunggulan ini menjadikan televisi sebagai salah satu media massa yang paling efektif dalam menyampaikan pesan kepada khalayak luas. Selain itu, televisi juga memiliki jangkauan yang sangat luas, terutama di daerah-daerah yang belum memiliki akses internet yang stabil, sehingga masih menjadi pilihan utama dalam memperoleh informasi dan hiburan. Oleh karena itu, meskipun persaingan dengan media digital semakin ketat, televisi masih memiliki peran yang signifikan dalam kehidupan masyarakat.

Menurut data Nielsen pada tahun 2022, jumlah penonton televisi, baik analog maupun digital, mengalami peningkatan dari 58,9 juta menjadi 96 juta, atau naik sekitar 70%. Peningkatan ini menunjukkan bahwa televisi tetap menjadi media yang banyak digunakan oleh masyarakat, meskipun tren digitalisasi terus berkembang. Salah satu alasan utama meningkatnya jumlah penonton televisi adalah karena televisi masih dianggap sebagai sumber informasi yang terpercaya dibandingkan dengan media sosial atau platform digital lainnya yang sering kali menyebarkan berita hoaks. Selain itu, televisi juga terus beradaptasi dengan perubahan zaman dengan menghadirkan berbagai format program yang menarik, termasuk *talkshow*, berita, *reality show*, hingga program edukasi. Dengan berbagai keunggulan tersebut, televisi tetap menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia.

Di Indonesia, terdapat berbagai stasiun televisi yang berlomba-lomba menyajikan program berkualitas untuk menarik perhatian pemirsa. Beberapa stasiun televisi yang cukup dikenal di antaranya adalah TVRI, RCTI, Metro TV, Trans TV, dan ANTV, yang masing-masing memiliki program unggulan dengan target pemirsa yang berbeda-beda. Salah satu program televisi yang berhasil mempertahankan eksistensinya di tengah gempuran platform digital adalah *talkshow Kick Andy*, yang tayang di Metro TV. Program ini telah lama dikenal sebagai acara yang tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan wawasan dan inspirasi bagi pemirsanya. Dengan menghadirkan berbagai tokoh inspiratif dan membahas isu-isu sosial yang relevan, *Kick Andy* menjadi salah satu program *talkshow* yang memiliki dampak besar bagi masyarakat.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) pada tahun 2015, *Kick Andy* menempati peringkat teratas dalam kategori program acara berkualitas, mengalahkan berbagai *talkshow* lainnya seperti Mata Najwa dan Indonesia *Lawyers Club*. Kesuksesan *Kick Andy* tidak lepas dari peran pembawa acaranya, Andy F. Noya, yang memiliki gaya wawancara yang khas dan mampu membangun kedekatan dengan narasumber maupun pemirsa. Selain itu, tim kreatif yang bekerja di balik layar juga memainkan peran penting dalam



menyajikan program yang menarik dan bermakna. Dengan mengangkat tema-tema yang inspiratif dan sering kali menyentuh sisi emosional pemirsa, *Kick Andy* mampu mempertahankan loyalitas penonton selama bertahun-tahun.

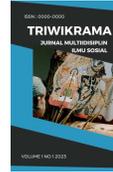
Dalam beberapa tahun terakhir, *Kick Andy* juga melakukan inovasi dengan menghadirkan program *Kick Andy Goes to Campus*, yang bertujuan untuk lebih mendekatkan diri kepada generasi muda. Melalui program ini, *Kick Andy* mengunjungi berbagai kampus di Indonesia dan menghadirkan diskusi yang relevan dengan kehidupan mahasiswa, seperti isu pendidikan, radikalisme di kampus, dan kekerasan seksual. Inovasi ini membuktikan bahwa program televisi harus terus beradaptasi dengan kebutuhan audiens agar tetap diminati. Dengan mengangkat tema-tema yang dekat dengan kehidupan mahasiswa, *Kick Andy* berhasil menarik perhatian kalangan muda dan membangun citra sebagai program *talkshow* yang edukatif serta inspiratif.

Meskipun menghadapi tantangan dari media digital, program televisi seperti *Kick Andy* tetap memiliki daya tarik tersendiri yang sulit digantikan oleh platform lain. Salah satu keunggulan utama televisi adalah kemampuannya dalam menghadirkan narasumber yang kredibel serta menyajikan diskusi yang lebih mendalam dibandingkan dengan konten yang sering ditemukan di media sosial. Selain itu, televisi juga memiliki standar jurnalistik yang lebih ketat, sehingga informasi yang disampaikan lebih dapat dipercaya. Hal ini menjadi salah satu alasan mengapa banyak orang masih memilih televisi sebagai sumber informasi utama, terutama ketika membahas isu-isu penting dalam masyarakat.

Namun, di sisi lain, industri televisi juga harus terus berinovasi untuk menghadapi tantangan di era digital. Perubahan kebiasaan menonton, terutama di kalangan generasi muda yang lebih memilih menonton konten melalui *YouTube* atau platform *streaming*, menjadi tantangan besar bagi televisi. Oleh karena itu, banyak stasiun televisi yang mulai memperluas jangkauan mereka dengan menghadirkan konten di platform digital, termasuk *YouTube* dan media sosial. Beberapa program televisi bahkan memiliki kanal *YouTube* resmi yang menyajikan cuplikan acara atau bahkan episode penuh untuk menarik audiens yang lebih luas.

Keberlanjutan industri penyiaran televisi di masa depan sangat bergantung pada kemampuannya dalam beradaptasi dengan perubahan teknologi dan perilaku konsumen. Dengan menggabungkan kekuatan televisi konvensional dan platform digital, stasiun televisi dapat tetap relevan dan menjangkau lebih banyak audiens. Selain itu, kualitas konten juga menjadi faktor utama dalam mempertahankan pemirsa, sehingga penting bagi industri televisi untuk terus menghadirkan program yang berkualitas, informatif, dan menghibur. Program seperti *Kick Andy* telah membuktikan bahwa televisi masih memiliki tempat di hati masyarakat, asalkan mampu beradaptasi dengan kebutuhan zaman.

Dengan demikian, meskipun era digital telah mengubah lanskap industri media, televisi tetap memiliki peran yang penting dalam menyampaikan informasi dan hiburan kepada masyarakat. Keunggulan televisi dalam menyajikan program berkualitas, mengundang narasumber kredibel, serta menjangkau berbagai lapisan masyarakat menjadikannya sebagai salah satu media yang tetap relevan. Oleh karena itu, industri televisi harus terus berinovasi dan beradaptasi agar tetap bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Jika mampu menghadapi tantangan ini dengan baik, televisi akan tetap menjadi salah satu media utama yang digunakan masyarakat dalam mendapatkan informasi dan hiburan.



Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah yang sudah dibahas sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Adakah Pengaruh Program Acara *Kick Andy* di Metro TV Terhadap Kebutuhan Informasi?”.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengukur sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisa bagaimana perkembangan program acara *Kick Andy* saat ini?
2. Mengetahui dan menganalisa bagaimana kebutuhan informasi dari Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta Angkatan 2020?
3. Mengetahui dan menganalisa adanya pengaruh dari program acara *Kick Andy* terhadap kebutuhan informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta Angkatan 2020?
4. Mengetahui dan menganalisa seberapa besar pengaruh dari program acara *Kick Andy* terhadap kebutuhan informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta Angkatan 2020?

Manfaat Penelitian

- Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi mengenai pengaruh suatu tayangan pada media massa. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan pembuktian teori komunikasi massa.

- Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran jelas mengenai program *Kick Andy* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa.
2. Referensi bagi pihak televisi untuk mengembangkan program programnya.

TINJAUAN PUSTAKA

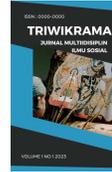
Penyiaran

Dunia penyiaran merupakan dunia yang sangat menarik untuk dibicarakan, dan aktivitasnya merupakan salah satu hal yang menyatu dengan aktivitas manusia sehari-hari. Di mana pun kita berada, media penyiaran begitu mudah didapat sehingga beragam karakter setia menemani kita dalam setiap situasi, setiap momen, tanpa henti. Seiring berkembangnya teknologi dari era analog ke era digital, dunia penyiaran semakin memenuhi kebutuhan masyarakat sehari-hari (Fachruddin, 2020:63).

Menurut UU Nomor 32, Tahun 2002, Penyiaran yang biasa disebut *broadcasting* yaitu kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan atau sarana transmisi di darat, laut, dan di antariksa dengan menggunakan *spectrum* frekuensi radio (sinyal radio) yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara, kabel, dan media lainnya untuk dapat diterima secara serentak oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran (Jaya, 2016:10).

UU No. 32 Tahun 2002

Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran merupakan kerangka hukum yang mengatur segala aspek penyiaran di Indonesia. UU No. 32 Tahun 2002 mendefinisikan penyiaran sebagai kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut, atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. Penyiaran dapat dilakukan melalui radio



maupun televisi. Penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka. Adapun penyiaran televisi adalah media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum.

Lembaga penyiaran harus mengikuti pedoman konten siaran yang diperbolehkan menurut UU. Isi siaran wajib mengandung informasi, pendidikan, hiburan, dan manfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak, moral, kemajuan, kekuatan bangsa, menjaga persatuan dan kesatuan, serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia. Isi siaran juga wajib dijaga netralitasnya dan tidak boleh mengutamakan kepentingan golongan tertentu. Sebelum menyelenggarakan kegiatannya lembaga penyiaran wajib memperoleh izin penyelenggaraan penyiaran.

Untuk menjaga siaran yang beredar sesuai dengan amanat UU, dibentuk sebuah badan pengawas penyiaran. Pengawasan terhadap penyiaran dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang bertugas untuk mengatur dan mengawasi kegiatan penyiaran agar sesuai dengan ketentuan UU. KPI sebagai lembaga negara yang bersifat independen mengatur hal-hal mengenai penyiaran. KPI dapat memberikan sanksi kepada lembaga penyiaran yang melanggar ketentuan sesuai dengan ketentuan UU.

Televisi

Siaran televisi di Indonesia dimulai pada tanggal 17 Agustus 1962, ketika TVRI menyiarkan secara langsung upacara peringatan 17 tahun kemerdekaan Indonesia. *Streaming* langsung ini disebut *streaming* uji. Siaran resmi TVRI dimulai pada tanggal 24 Agustus 1962 pukul 14.30 WIB dengan siaran langsung upacara pembukaan Asian Games ke-4 dari stadion utama gelora Bung Karno (Morissan, 2018:9).

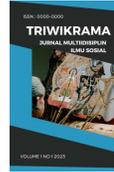
TV adalah sebuah program media di Indonesia. Media televisi adalah industri yang mewah, berteknologi tinggi, dan sangat personal. Namun produksi beberapa stasiun televisi di Indonesia tidak diimbangi dengan ketersediaan sumber daya manusia. Pada dasarnya televisi diproduksi secara iseng dan dengan modal yang besar tanpa pengetahuan pertelevisian yang memadai (Morissan, 2018:10).

Media massa televisi meskipun sama dengan radio dan film sebagai media massa elektronik, tetapi mempunyai ciri dan sifat yang berbeda, terlebih lagi dengan media massa cetak seperti surat kabar dan majalah, untuk itulah dalam menyampaikan pesan pesannya juga mempunyai kekhususan (Morissan, 2018:3).

P3SPS

Di Indonesia, Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) yang disusun oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) melalui Keputusan No. 9 Tahun 2004 dan harus dipatuhi oleh setiap stasiun penyiaran. Pelanggaran terhadap ketentuan ini akan dikenakan sanksi mulai dari sanksi ringan hingga sanksi berat. Stasiun penyiaran wajib mensosialisasikan isi P3SPS kepada seluruh pihak yang terlibat dalam proses pengolahan, pembuatan, pembelian, penayangan, dan pendanaan program siaran lembaga penyiaran bersangkutan. P3SPS memuat sejumlah aturan main yang harus dipatuhi pengelola program penyiaran ketika memproduksi jenis program tertentu yang mencakup program faktual (informasi), kuis, perbincangan, mistik, asing, dan program pemilu (Morissan, 2020:356).

Pengelola program televisi dalam menata acara harus mengelompokkan atau mengklasifikasikan setiap acara yang akan ditayangkan. Klasifikasi acara tersebut sangat menentukan bagaimana dan kapan suatu acara dapat ditayangkan.



Program Siaran

Kini setiap hari berbagai program ditayangkan di televisi. Tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan Audiens untuk informasi, hiburan dan pendidikan. Pada dasarnya apa saja bisa dijadikan aplikasi untuk siaran TV program tersebut menarik dan disukai masyarakat, selama itu tidak bertentangan dengan kesusilaan, peraturan perundang-undangan yang berlaku. Untuk menyiapkan program yang beragam dan menarik, pengelola stasiun memerlukan kemampuan kreatif yang tinggi (Morissan, 2018).

Program siaran televisi adalah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi, yang akan menjadi landasan kreatifitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa dari acara tersebut (Soenarto, 2007). *Programming* atau lengkapnya *broadcast programming* adalah pengorganisasian program radio atau televisi dalam periode harian, mingguan atau dalam periode satu bulan. *Programming* dalam bahasa Indonesia adalah penjadwalan program yang akan diudarakan (*to be aired*). Jadi, sinonim *programming* adalah *scheduling*. Lembaga penyiaran umumnya menggunakan strategi, yaitu secara rutin mengganti ulang penjadwalan ini untuk tetap merebut perhatian pendengar dan pemirsa (*audience*) dengan hadirnya program-program yang terbaru. Langkah ini dilakukan agar dapat tetap bersaing dengan lembaga penyiaran yang lain dalam satu kawasan (Djamal & Fachruddin, 2011).

Kebutuhan Informasi

Kebutuhan informasi merupakan suatu keadaan yang terjadi dimana seseorang merasa ada ketidaktahuan akan informasi atau pengetahuan karena berbagai kebutuhan seperti tugas atau sekedar hanya ingin tahu. Kekurangan ini perlu dipenuhi dengan informasi baru sesuai dengan kebutuhannya (Yusuf, 2014).

Selanjutnya, kebutuhan memiliki dimensi dan indikator dalam pemenuhan kriterianya. Sementara Bimalendu Guha menyebutkan bahwa kebutuhan informasi dapat diukur melalui (Guha, 2004: 111-112):

- a. Kebutuhan Informasi Mutakhir (*Current Need Approach*)
- b. Kebutuhan Informasi Rutin (*Everyday Need Approach*)
- c. Kebutuhan Informasi Mendalam (*Exhaustive Need Approach*)
- d. Kebutuhan Informasi Sekilas (*Catching-up Need Approach*).

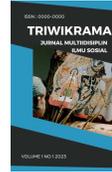
METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian kuantitatif ini sebagai metode ilmiah yaitu konkrit dengan menggunakan data penelitian berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan SPSS versi 27.

Jenis penelitian ini adalah penelitian Eksplanatif dengan metode survei eksplanatif asosiatif. Penelitian ini menggunakan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta Angkatan 2020 sebagai objek penelitiannya dan program “*Kick Andy*” sebagai subjek penelitian.

Dalam penelitian ini, terdapat dua teknik pengumpulan data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian (Bungin, 2014). Menurut Sugiyono dalam (Koessiantara, 2021) data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Dalam penelitian ini mengenai ‘Pengaruh Program Acara “*Kick Andy*” di Metro TV Terhadap Kebutuhan Informasi’ pengambilan data dilakukan pada penonton acara *Kick Andy*. Dengan membagikan kuesioner kepada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta Angkatan 2020.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada penelitian ini membahas dua variabel, yaitu program acara dan kebutuhan informasi, penelitian dilakukan kepada 114 orang responden yang merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta Angkatan 2020 yang telah menonton Program Acara “*Kick Andy*”. Dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 62 orang dengan persentase 54,3% sedangkan perempuan berjumlah 52 orang dengan persentase 45,7%. Identitas lainnya mayoritas responden berusia 18-22 tahun sebanyak 72 orang dengan persentase 63,1%, dan yang berusia 22-26 tahun sebanyak 42 orang dengan persentase 36,9%.

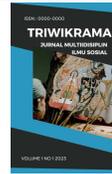
Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yakni X dan Y, kedua variabel tersebut telah melewati tahap Uji Validitas dan Uji Reliabilitas dengan tujuan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan valid dan reliabel. Pada hasil uji validitas penelitian ini menggunakan semua butir pernyataan pada variabel X dan Y dinyatakan valid. Dengan jumlah pernyataan sebanyak 9 butir untuk variabel X dan 12 butir untuk variabel Y.

Setelah pernyataan dari masing-masing variabel dikatakan valid, selanjutnya dilakukan Uji Reliabilitas untuk mengetahui tingkat reliabel dari masing-masing pernyataan. Hasil uji reliabilitas pada variabel X yakni sebesar 0,874 dikatakan reliabel karena hasil dari uji reliabilitas tersebut lebih dari nilai r hitung yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,3061. Kemudian untuk variabel Y hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai sebesar 0,948 yang berarti pernyataan untuk variabel Y juga dapat dikatakan reliabel karena melebihi nilai dari r tabel yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,3061. Maka dapat disimpulkan dari hasil tersebut variabel Program Acara dan Kebutuhan Informasi reliabel.

Variabel Program Acara pada penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap Kebutuhan Informasi. Hal ini memberikan penjelasan bahwa program acara “*Kick Andy*” mempengaruhi Kebutuhan Informasi secara positif. Untuk membuktikan bahwa adanya pengaruh Program Acara “*Kick Andy*” terhadap Kebutuhan Informasi maka dilakukan uji hipotesis yang terdapat pada analisis regresi linear sederhana yaitu uji t atau uji hipotesis secara parsial yang bertujuan untuk menguji signifikansi nilai koefisien regresi, kriteria pengujian sebagai persyaratan hipotesis diterima adalah apabila nilai t hitung $>$ t tabel. Berdasarkan hasil perhitungan dari penelitian ini didapatkan nilai t hitung (14,666) lebih besar dari nilai t tabel (1,981) karena t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara Program Acara “*Kick Andy*” terhadap Kebutuhan Informasi.

Berdasarkan perhitungan melalui SPSS versi 27 for windows, besarnya pengaruh dapat dilihat dari perolehan R yang disebut sebagai koefisien korelasi. Maka dapat dibaca nilai R atau koefisien korelasi antara Program Acara “*Kick Andy*” terhadap Kebutuhan Informasi sebesar 0,811 yaitu antara 0,800-0,999 artinya hubungan atau korelasi antara variabel Program Acara berpengaruh tinggi atau kuat dengan Kebutuhan Informasi. R square yaitu 0,657 yang artinya variabel Y dipengaruhi tinggi atau kuat oleh variabel X, dalam penelitian ini Kebutuhan Informasi dipengaruhi sebesar 65,7%, sementara sisanya yaitu 34,3% dipengaruhi faktor lain diluar variabel penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi UMJ Angkatan 2020 merasa bahwa Program Acara “*Kick Andy*” mempengaruhi Kebutuhan Informasi.

Terdapat hasil positif dan signifikan dari pengaruhnya program acara “*Kick Andy*” terhadap kebutuhan informasi menyiratkan adanya peran pemirsa atau penonton acara tersebut yang memilih program acara “*Kick Andy*” sebagai media pemenuhan kebutuhan informasinya. Sementara teori *uses and gratification* menurut (Richard, 2022) memandang seseorang secara aktif memilih media dengan muatan isi tertentu yang sesuai dengan tingkat penghargaan mereka (gratifikasi). Atau seberapa jauh mereka menganggap media itu berharga untuk



memenuhi kebutuhan mereka. Hasil dari penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gunshaputra & Anggraini (2020) yang menghasilkan bahwa sebesar 68% pemenuhan informasi dari para responden dipengaruhi oleh Program Acara “*The Newsroom*” di NET.TV.

SIMPULAN

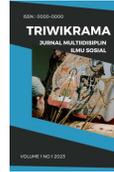
Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini tentang pengaruh program acara “*Kick Andy*” terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lingkungan survei pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Angkatan 2020 memiliki kesimpulan sebagai berikut:

1. Melalui sembilan pernyataan pada variabel program acara “*Kick Andy*” (X) menyimpulkan bahwa seluruh responden yang terlibat dalam penelitian ini menyatakan program tersebut termasuk ke dalam kategori baik. Dari beberapa dimensi yang digunakan, isi pesan menjadi dimensi dengan nilai rata-rata tertinggi. Hal tersebut menyiratkan bahwa program acara “*Kick Andy*” menurut para mahasiswa sangat memperhatikan isi pesan yang akan disampaikan pada tiap episodenya, sehingga yang terlihat cukup jelas dibandingkan dengan dimensi program acara lainnya adalah dari isi pesannya yang disampaikan dengan ringan namun tetap berbobot.
2. Melalui 12 pernyataan pada variabel kebutuhan informasi (Y) menyimpulkan bahwa seluruh responden yang terlibat dalam penelitian ini menyatakan kebutuhan informasi mereka terpenuhi dengan baik melalui program acara “*Kick Andy*”. Dari beberapa dimensi yang digunakan, kebutuhan informasi sekilas menjadi dimensi dengan nilai rata-rata tertinggi. Hal tersebut menyiratkan bahwa program acara “*Kick Andy*” menurut para mahasiswa sudah memenuhi kebutuhan mereka akan informasi yang sekilas. Dengan informasi sekilas yang didapat tentu mahasiswa perlu mengkaji lebih dalam lagi melalui referensi lainnya.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari program acara “*Kick Andy*” terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Angkatan 2020. Hasil tersebut menyiratkan adanya peran pemirsa atau penonton acara tersebut yang memilih Program Acara “*Kick Andy*” sebagai media pemenuhan kebutuhan informasinya.

Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Pengaruh Program Acara *Kick Andy* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survei pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMJ Angkatan 2020)” maka terdapat beberapa saran diantaranya sebagai berikut:

1. Dilihat dari nilai rata-rata variabel X (Program Acara) yang memiliki nilai paling rendah yaitu X1 sebesar 3,66 dengan pernyataan “Saya sering menonton Program Acara *Kick Andy* setiap minggunya”. Maka disarankan untuk Program Acara tersebut terus melakukan pengembangan ide untuk tayangannya. Bisa melalui konsep *live* dari luar studio dengan mengundang beberapa musisi yang dikenal oleh target pasarnya sehingga dapat meningkatkan keinginan para penonton televisi untuk menyaksikan program acara tersebut. Saran lainnya berupa penggunaan teknologi seperti *live-streaming* melalui platform seperti *YouTube* untuk menarik pengguna aplikasi tersebut menyaksikan tayangan “*Kick Andy*” secara *live*.
2. Dilihat dari nilai rata-rata variabel Y (Kebutuhan Informasi) yang memiliki nilai paling rendah yaitu Y10 sebesar 3,77 dengan pernyataan “Program *Kick Andy* tetap menarik meski tidak ditonton secara penuh”. Maka disarankan agar Program *Kick Andy* dapat memenuhi informasi yang lengkap dan jelas pada setiap *segment* tayangannya. Sehingga para



penonton yang hanya menonton sekilas acara tersebut tidak mengalami kesalahan informasi. Dengan fokus pada satu pembahasan dalam setiap *segment* menjadikan kepadatan informasi terjadi pada setiap *segment* tersebut.

Dari hasil diatas dapat dikatakan bahwa program “Kick Andy” yang disiarkan oleh Metro TV memiliki respon yang cukup baik dan positif, penulis menyarankan agar program acara “Kick Andy” tetap ditayangkan dan juga tetap memberikan informasi-informasi yang menarik dan berguna bagi para penontonya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kencana.
- Djamal, H., & Fachruddin, A. (2011). *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*. Kencana Prenada Media Group.
- Fachruddin, A. (2020). *Journalism Today*. Prenada Media Group.
- Guha, B. (2004). *Documentation and Information*. World Press.
- Gunshaputra, A., & Anggraini, R. (2020). “Pengaruh Program Acara Televisi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Pondok Labu Jakarta Selatan”. *Journal of Communication Empowerment*, 2(1), 16-30.
- Jaya, B. (2016). *Kuliah Jurusan Apa? Jurusan Broadcasting*. Gramedia Pustaka Utama.
- Koessiantara, david. (2021). “Penerapan Komunikasi Visual CV. Olympic Sari Rasa Melalui Akun Instagram Menggunakan Teori Visual Branding Marty Neumeier”. 25.
- Komisi Penyiaran Indonesia. (2015). *Hasil Survei: Indeks Kualitas Program Siaran Televisi Tahun 2015*.
- Morissan. (2018). *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Kencana.
- Morissan. (2020). *Manajemen Media Penyiaran*. Kencana.
- Richard, W. L. . (2022). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. Mc Graw Hill.
- Soenarto, R. . (2007). *Program Televisi*. Institut Kesenian Jakarta Press.
- Yusuf, P. M. (2014). *Teori dan Praktis Penelusuran Informasi: Informasi Retrieval*. Prenada Media Group.