

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis mencoba untuk memaparkan hasil penelitian yang telah dilakukan, serta memberikan analisis terhadap apa yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, dan mencoba menghubungkan dengan hasil pengumpulan angket yang disebarkan kepada responden, yaitu komunitas Viking distrik ujungberung “Bagaimana Hubungan antara program acara Persib On Bandung TV dengan loyalitas penonton Bandung TV sebagai Tv lokal”

Agar sistematis dan terarah, pembahasan di kelompokkan menjadi beberapa sub bab, yaitu :

1. Uji validitas dan reabilitas
2. Analisis deskriptif data penelitian
3. Analisis statistik pengujian hipotesis
4. Interpretasi hasil pengujian sub hipotesis

#### 4.1 Rekap Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

N = 30

#### Hubungan Antara Program Acara Persib on Bandung TV dengan Loyalitas Penonton Bandung TV Sebagai TV Lokal

Variabel	No	Koef. Validitas	Titik Kritis	Keterangan	Koef. Reliabilitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Program Acara Persib on Bandung TV (X)	1	0,642	0,300	Valid	0,927	0,700	Reliabel
	2	0,728	0,300	Valid			
	3	0,640	0,300	Valid			
	4	0,750	0,300	Valid			
	5	0,823	0,300	Valid			
	6	0,725	0,300	Valid			
	7	0,661	0,300	Valid			
	8	0,511	0,300	Valid			
	9	0,769	0,300	Valid			
	10	0,838	0,300	Valid			
	11	0,835	0,300	Valid			
	12	0,557	0,300	Valid			
	13	0,545	0,300	Valid			
	14	0,622	0,300	Valid			
	15	0,489	0,300	Valid			
	16	0,719	0,300	Valid			
	17	0,489	0,300	Valid			
Loyalitas Pemirsa (Y)	18	0,825	0,300	Valid	0,834	0,700	Reliabel
	19	0,753	0,300	Valid			
	20	0,855	0,300	Valid			
	21	0,754	0,300	Valid			

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014) dengan program SPSS

Berdasarkan pada tabel di atas, diketahui seluruh instrumen pertanyaan yang digunakan dalam penelitian memiliki nilai koefisien validitas lebih besar dari titik kritis (0,300) sehingga seluruh instrumen pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Untuk pengujian reliabilitas, diperoleh nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,927 untuk variabel programs acara dan 0,834 untuk loyalitas pemirsa, kedua nilai koefisien reliabilitas tersebut lebih besar dari 0,700 dan dinyatakan reliabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pertanyaan yang digunakan sudah mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dan sudah teruji kesahihan maupun keabsahaanya sehingga instrumen pertanyaan tersebut layak dijadikan sebagai alat ukur penelitian.

## 4.2 Analisis deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk memaparkan atau menggambarkan tanggapan atas sejumlah pernyataan yang diajukan dalam angket yang disebar kepada 101 orang anggota komunitas Viking PERSIB Club Ujung Berung Bandung. Hasil tanggapan dan penilaian responden akan disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi tunggal dan tabel silang untuk memberikan gambaran mengenai situasi yang terjadi.

### 4.2.1 Analisis Deskriptif Data Penelitian

Secara umum, untuk mengetahui tanggapan dan penilaian responden terhadap setiap variabel dan sub variabel penelitian secara keseluruhan, dapat dilakukan cara interval pengkategorian. Interval pengkategorian dilakukan dengan terlebih dahulu menjumlahkan skor tanggapan responden pada tiap variabel dan sub variabelnya, kemudian dilanjutkan dengan mencari skor maksimum dan skor minimum pada setiap variabel dan sub variabelnya dan selanjutnya menghitung panjang interval kelas. Menurut **Supranto (2000:64)** untuk menghitung panjang interval kelas, dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$C = \frac{X_n - X_i}{k}$$

Keterangan :

$C$  = Panjang interval kelas

$X_n$  = Skor maksimum

$X_i$  = Skor minimum

$k$  = Banyaknya kelas/ kategori

Dalam penelitian ini, untuk memudahkan dalam menginterpretasikan hasil penelitian penulis menggunakan 3 kategori (*k*) yang akan digunakan untuk membuat sebuah kesimpulan, yakni kategori baik, cukup dan kategori kurang, sehingga interval pengkategorian dapat dihitung :

$$C = \frac{\text{Skor Maksimum} - \text{Skor Minimum}}{\text{Banyaknya Kategori (3)}}$$

Setelah dilakukan perhitungan, maka untuk menentukan kategorinya adalah sebagai berikut :

Kategori Kurang = Skor Minimum + *C*

Kategori Cukup = Kategori Kurang + *C*

Kategori Baik = Kategori Cukup + *C*

Hasil pengkategorian selengkapnya dapat dilihat pada uraian-uraian berikut di bawah ini.

#### 4.2.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Program Acara Persib on Bandung

##### TV (X)

Variabel program acara Persib on Bandung TV, diukur dengan 17 pernyataan yang dibagi menjadi 3 sub variabel, yakni materi acara ( $X_1$ ), kredibilitas komunikator ( $X_2$ ) dan daya tarik ( $X_3$ ) dimana masing-masing sub variabel terdiri dari 7, 6 dan 4 pernyataan.

##### a) Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Materi Acara ( $X_1$ )

(jelasin materi acara di tv itu pentingnya apa, seharusnya dibuat seperti apa, menurut ahli dan pendapat kamu)

Berikut disajikan skor tanggapan dan penilaian responden terhadap 7 pernyataan yang membentuk sub variabel materi acara.

**Tabel 4.1**

**Acara Persib on Bandung TV Memiliki Konsep yang Menarik**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	34	33,7
Setuju	59	58,4
Netral	4	4,0
Tidak Setuju	4	4,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Pada tabel di atas, terlihat bahwa mayoritas dari responden sebanyak 58% menyatakan setuju bahwa acara Persib on Bandung TV memiliki konsep yang menarik, sedangkan paling sedikit dari responden menyatakan netral dan tidak setuju masing-masing hanya sebanyak 4%. Dari hasil penelitian di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden berpendapat bahwa konsep program acara Persib On Bandung TV menarik.

Dalam sebuah kesempatan salah satu responden menyatakan, bahwa : “program acara Persib On Bandung TV menyajikan sesuatu yang menarik, Bandung TV selaku stasiun Tv lokal, mampu menayangkan program acara Persib yang menjadi pemberitaan utama acara tersebut, selalu mampu memberikan atau menayangkan berita informatif yang mampu memenuhi kebutuhan akan informasi mengenai Persib.<sup>1</sup>

Bagitelevisi swasta, suatu program acara menjadi sebuah senjata ampuh untuk mendobrak perhatian masyarakat luas, dengan label stasiun televisi lokal tentunya stasiun televisi tersebut ingin sedekat mungkin dengan masyarakat sekitarnya, dengan menayangkan sesuatu yang menjadi sebuah bagian kehidupan masyarakat tersebut.

---

<sup>1</sup>Sumber : wawancara dengan kang Yanyan anggota Viking UjungBerung

**Tabel 4.2**

**Kreatifitas pada Konsep Acara Persib on Bandung TV**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	29	28,7
Setuju	57	56,4
Netral	9	8,9
Tidak Setuju	6	5,9
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Berdasarkan pada tabel di atas, diketahui mayoritas dari responden sebanyak 56,4% menyatakan setuju bahwa acara Persib on Bandung TV memiliki konsep yang kreatif, sedangkan paling sedikit dari responden menyatakan tidak setuju hanya sebanyak 5,9%, sejalan dengan dengan konsep yang menarik, mayoritas responden menyatakan bahwa program acara Persib On Bandung TV memiliki konsep acara yang kreatif.

Penayangan acara televisi yang menarik tentunya berasal dari ide-ide kreatif pada konsep program acara tersebut, dan itu sangat lah tidak mudah, di perlukannya ide-ide inovatif agar acara tersebut dapat terus mendapat perhatian pemirsa, bila di lihat dari deskriptif program acara Persib On Bandung TV yaitu menampilkan highlight pertandingan Persib Bandung dan memberikan informasi seputaran Persib itu sendiri menjadi sebuah cakupan awal dalam mengembangkan kreatifitas untuk isi program acara tersebut.

Salah satu responden menyatakan, bahwa: pada acara Persib On Bandung Tv terbilang kreatif karena acara nya itu sendiri selalu menampilkan sesuatu atau ide-ide yang baru, sehingga membuat penonton tidak merasa jenuh menonton acara tersebut.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup>Sumber : wawancara dengan kang boim selaku anggota Viking Ujungberung

**Tabel 4.3**

**Penataan Susunan Acara Persib on Bandung TV**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	20	19,8
Setuju	67	66,3
Netral	11	10,9
Tidak Setuju	3	3,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Dari tabel di atas, diketahui mayoritas dari responden sebanyak 66,3% menyatakan setuju bahwa acara Persib on Bandung TV memiliki susunan acara yang tertata dengan baik, sedangkan paling sedikit dari responden menyatakan tidak setuju hanya sebanyak 3%. Sebagian besar responden menyatakan setuju dengan susunan program acara Persib On Bandung TV memiliki susunan acara yang tertata baik.

Program acara persib on bandung tv memberikan sebuah informasi yang terhangat atau ter up-date dari seputaran berita Persib itu sendiri yang disisipkan sebuah sajian hiburan sebagai bumbu penghibur dalam berita olah raga tersebut, di rancang dengan susunan yang di buat sebaik mungkin dengan menayangkan berita yang sesuai urutan yang baik, seperti memberikan berita yang ringan di awal dan menyimpan berita besar atau penting di akhir tayangan guna agar penonton pun di buat penasaran dengan sajian berita tersebut.

Seperti yang dinyatakan oleh salah seorang responden, “Untuk susunan acara sudah bagus dilihat dari penayangan tiap segmen membuat penonton menjadi antusias menanggapi berita yang di tayangkan, di awal seperti memberikan sesuatu berita yang ringan, tetapi semakin lama pemberitaan yang di tayangkan menjadi lebih besar dan menarik untung di tunggu\_tunggu tentunya”.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup>Sumber : wawancara dengan kang yuma sebagai anggota Viking Ujungberung

**Tabel 4.4**

**Pengisi Acara Persib on Bandung TV**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	28	27,7
Setuju	56	55,4
Netral	10	9,9
Tidak Setuju	7	6,9
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Dari tabel di atas, diketahui bahwa mayoritas dari responden sebanyak 55,4% menyatakan setuju bahwa pengisi acara Persib on Bandung TV menarik minat responden untuk selalu menonton acara tersebut, sedangkan paling sedikit dari responden menyatakan tidak setuju hanya sebanyak 6,9%.

“Kepercayaan kepada komunikator mencerminkan bahwa pesan yang diterima komunikator di anggap benar dan sesuai dengan kenyataan empiris.. selain itu, untuk memperoleh kepercayaan sebesar-besarnya, komunikator bukan saja harus memiliki keahlian, mengetahui kebenaran, tetapi juga cukup objektif dalam memotifasikan dalam apa yang diketahuinya.” (Effendy, 1993;41-42)

Pengisi acara di dalam suatu acara memang menjadi suatu daya tarik berlebih untuk acara tersebut, persib on bandung tv sering mengundang pengisi-pengisi acara yang berbobot dalam urusan atau pengetahuan tentang persib, mulai dari legenda pemain, staf pelatih, manager, sampai wartawan senior yang dimaksudkan dapat melihat dari berbagai sudut pandang mengenai persib itu sendiri dan memaparkan apa yang mereka ketahui untuk konsumsi umum yang bersifat informatif.



**Tabel 4.5**

**Waktu Penayangan Acara Persib on Bandung TV**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	48	47,5
Setuju	41	40,6
Netral	4	4,0
Tidak Setuju	5	5,0
Sangat Tidak Setuju	3	3,0
<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas dari responden sebanyak 47,5% menyatakan sangat setuju mengenai waktu penayangan program acara Persib onBandung TV pada hari jumat pukul 08.00 WIB dirasa tepat, sedangkan paling sedikit dari responden menyatakan sangat tidak setuju hanya sebanyak 3%.

Dari hasil tabel di atas bahwa tanggapan dari responden cukup beragam sebanyak 47,5% sangat setuju mengenai waktu penyangan Persib On Bandung TV, dan 3% menyatakan sangat tidak setuju, bila dilihat dari soal waktu penayangan, tentunya setiap responden memiliki pandangan masing-masing, dari mulai kegiatan sehari-hari reesponden yang beragam sehingga memunculkan pendapat yang berbeda-beda pula. Namun bila di lihat dari waktu penayangan program acara, Persib On Bandung TV sudah ditayangkan di waktu prime time, seperti yang dikatakan oleh Produser Persib On Bandung TV bahwa, “Hari jum’at pukul 08.00 malam merupakan waktu sangat tepat karena waktu 08.00 malam merupakan waktu primetime, sehingga di harapkan banyak menarik perhatian masyarakat untuk menonton.”<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup>Sumber : hasil wawancara dengan kang Ivan selaku produser program acara Persib On Bandung TV

**Tabel 4.6**

**Aktualisasi Masalah yang Disajikan dalam Acara Persib on Bandung TV**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	36	35,6
Setuju	52	51,5
Netral	10	9,9
Tidak Setuju	3	3,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Berdasarkan pada tabel di atas, diperoleh informasi bahwa mayoritas dari responden sebanyak 51,5% menyatakan setuju bahwa dalam aktualisasi masalah yang disajikan pada program acara Persib on Bandung TV tergolong menarik, sedangkan paling sedikit dari responden menyatakan tidak setuju hanya sebanyak 3%.

Dari tabel di atas 52 orang atau sebanyak 51,% menyatakan setuju, dan 36 orang atau 35,6% orangan menyatakan sangat setuju aktualisasi masalah yang di sajikan dalam program acara tersebut tergolong menarik. Karena acara Persib On Bandung TV meliputi kebutuhan informasi, sikap, nilai, minat dan konteks sosial.

**Tabel 4.7**

**Kejelasan Isi Pesan Acara Persib on Bandung TV**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	22	21,8
Setuju	58	57,4
Netral	16	15,8
Tidak Setuju	5	5,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Dari tabel di atas, diperoleh informasi bahwa mayoritas dari responden sebanyak 57,4% menyatakan setuju bahwa kejelasan isi pesan yang disampaikan pada program acara

Persib on Bandung TV tergolong baik, sedangkan paling sedikit dari responden menyatakan tidak setuju hanya sebanyak 5%.

Untuk menghindari dari kekeliruan pesan, suatu pesan harus memenuhi persyaratan sebagai berikut :

1. Pesan harus umum
2. Jelas dan gamblang
3. Bahasa yang jelas
4. Positif
5. Seimbang
6. Penyesuaian dengan keinginan komunikasi.  
(Widjaja. 1987:32)

Di lihat dari tabel di atas bahwa sebanyak 58 orang atau 57,4% menyatakan setuju bahwa kejelasan isi pesan yang disampaikan pada program Persib On Bandung TV tergolong baik itu menyatakan bahwa program tersebut sudah memenuhi persyaratan dalam menyampaikan pesan sebuah berita, namun sebanyak 5 orang atau 5% yang menyatakan tidak setuju, itu dikarenakan sifat dari pemberitaan di televisi yang berlangsung cepat dan tidak bisa di ulang.

Berdasarkan pada uraian-uraian di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju pada setiap pertanyaan yang diajukan untuk mengukur sub variabel materi acara. Adapun untuk mengetahui penilaian responden terhadap sub variabel materi acara secara keseluruhan, dapat dilakukan pengkategorian dengan cara sebagai berikut :

Skor maksimum = 35

Skor minimum = 14

$$C = \frac{35 - 14}{3} = 7$$

Sehingga diperoleh kategori sebagai berikut :

14,0 sampai 21,0 = Kurang

21,1 sampai 28,0 = Cukup

28,1 sampai 35,0 =Baik

Setelah dikelompokkan dalam 3 kategori, hasil penilaian responden terhadap sub variabel materi acara keseluruhan disajikan pada tabel berikut :

**Tabel 4.8**  
**Penilaian Responden Terhadap Sub Variabel Materi Acara (X<sub>1</sub>)**

Materi Acara (X <sub>1</sub> )	Kategori	Frekuensi	Persentase
	Baik	59	58,4
Cukup	36	35,6	
Kurang	6	5,9	
	<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Pada tabel di atas, dapat dilihat mayoritas dari responden sebanyak 58,4% menilai materi acara dalam program acara Persib on Bandung TV dalam kategori baik, 35,6% lainnya menilai dalam kategori cukup dan sebanyak 5,9% sisanya menilai materi acara dalam kategori kurang.

Di dalam sebuah sajian berita, menarik tidaknya suatu materi atau pesan dikaitkan dengan sesuai tidaknya isi pesan tersebut dengan kebutuhan khalayak. Hal ini sesuai dengan definisi berita, yaitu laporan tercepat mengenai fakta atau opini yang mengandung hal menarik atau penting atau keduanya bagi sejumlah penduduk.”(Effendy, 1991;131)

Di lihat dari hasil tabel di atas sebanyak 59 orang atau 58,4%, menilai bahwa materi acara Persib On Bandung TV masuk ke dalam kateori baik. Menjelaskan bahwa Program acara Persib On Bandung TV yang di tayangkan oleh Bandung TV dapat memenuhi kebutuhan khalayak dengan materi acara yang di sajikan.

**b) Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Kredibilitas Komunikator (X<sub>2</sub>)**

Kredibilitas komunikator yang baik menjadi salah satu point penting dalam komunikasi, komunikator dalam penelitian ini yang di maksud adalah presenter program acara Persib On Bandung TV, komunikator yang baik dapat menimbulkan suatu kepercayaan di mata komunikan, yang kemudian dapat menghasilkan suatu tayangan yang dapat menyedot perhatian dari khalayak luas, dan tentunya akan berimbas kepada loyalitas pemirsa kepada stasiun telesi itu sendiri. Sub daro kredibilitas yang di maksud meliputi : wawasan dan pengetahuan komunikator, gaya bahasa dan gaya berbicara komunikator pesan yang musah di sampaikan, dan control acara.

Berikut disajikan skor tanggapan dan penilaian responden terhadap 6 pernyataan yang membentuk sub variabel kredibilitas komunikator.

**Tabel 4.9**

**Komunikator Berpakaian Sesuai dengan Konsep Acara**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	41	40,6
Setuju	52	51,5
Netral	7	6,9
Tidak Setuju	1	1,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa mayoritas dari responden sebanyak 40,6% menyatakan setuju bahwa komunikator pada acara Persib on Bandung TV selalu berpakaian sesuai dengan konsep acara, sedangkan paling sedikit dari responden menyatakan tidak setuju hanya sebanyak 1%.

Presenter yang membawakan acara Persib On Bandung TV selalu berpakaian atau berbusana sesuai konsep program acara televisi tersebut yang memberitakan Persib Bandung, maka dari itu pakaian atau busana yang presenter gunakan tidak jauh dari konsep acara

tersebut, misalnya menggunakan jersey Persib itu sendiri atau menggunakan pakaian yang berhubungan dengan Persib itu sendiri, yang mencerminkan bahwa acara tersebut adalah acara televisi yang menayangkan Persib. Sesuai dengan hasil wawancara salah satu responden, “pakaian yang di gunakan oleh pembawa acara Persib On Bandung TV atau di sebut presenter sangat sesuai dengan konsep acara, misalnya sepatu yang di gunakan menggunakan spatu kets itu mencerminkan bahwa presenter tersebut membawakan berita olah raga, dan seringnya menggunakan pakaian yang bertuliskan Persib atau Bobotoh itu sangat mencerminkan atau menonjolkan bahwa acara tersebut memberitakan Persib Bandung selain nama acara nya pun sudah mewakili”.<sup>5</sup>

**Tabel 4.10**

**Komunikator Memiliki Wawasan dan Pengetahuan yang Luas**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	46	45,5
Setuju	45	44,6
Netral	10	9,9
Tidak Setuju	0	0,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa mayoritas dari responden sebanyak 45,5% menyatakan sangat setuju bahwa komunikator pada program acara Persib on Bandung TV memiliki wawasan dan pengetahuan yang luas, sedangkan paling sedikit dari responden menyatakan netral hanya sebanyak 9,9%. Prof Hartley berpendapat yang dikutip oleh Onong Effendy dalam buku ilmu teori filsafat komunikasi, “seorang komunikator akan sukses dalam komunikasinya, kalau ia menyesuaikan dengan the image dari komunikan, yaitu memahami kepentingan, keutuhan, kecakapannya, pengalamannya, dan kemampuan berfikirnya. (Effendy, 1993:45)

<sup>5</sup>Sumber : hasil wawancara dengan teh Wina anggota Viking Ujungbrung

**Tabel 4.11**

**Komunikator Memiliki Gaya Bahasa yang Menarik**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	31	30,7
Setuju	54	53,5
Netral	14	13,9
Tidak Setuju	2	2,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Dari tabel di atas, diketahui sebagian besar dari responden sebanyak 53,5% menyatakan setuju bahwa komunikator pada acara Persib on Bandung TV memiliki gaya bahasa yang menarik, sedangkan paling sedikit dari responden menyatakan tidak setuju hanya sebanyak 2%.

Gaya bahasa merupakan faktor yang perlu di perhatikan sejauhmana tanggapan responden, bila di lihat dari hasil tabel di atas, responden memiliki tanggapan yang beraneka ragam meskipun sebanyak 53,5% responden setuju dengan gaya bahasa komunikator yang menarik, tetapi sebanyak 14% responden menilai netral dalam artian cenderung tidak menarik.

Bukan tidak mungkin persepsi negatif muncul dari ketidakmampuan komunikan dalam mencerna pesan yang di sampaikan komunikator. Hal ini di jelaskan oleh Effendy, "Pada hakekatnya orang-orang yang terlibat dalam komunikasi menginterpretasikan bahasa yang menyalurkan suatu pesan berbagai cara, karena itu mereka mempunyai pengertian yang berbeda-beda." (Effendy,1993:44)

**Tabel 4.12**

**Komunikator Memiliki Gaya Bicara yang Menarik**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	28	27,7
Setuju	58	57,4
Netral	13	12,9
Tidak Setuju	2	2,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Berdasarkan pada tabel di atas, diketahui sebagian besar dari responden sebanyak 57,4% menyatakan setuju bahwa komunikator pada acara Persib on Bandung TV memiliki gaya berbicara yang menarik, sedangkan paling sedikit dari responden menyatakan tidak setuju hanya sebanyak 2%.

Menurut Rakhmat, setiap individu memiliki mempunyai kualitas suara sendiri, sehingga kualitas suara mengungkapkan identitas dari kepribadiannya. (Rakhmat,1999;293)Bila dilihat dari hasil tabel di atas sebanya 57,4% menyatakan setuju bahwa gaya berbicara yang digunakan oleh komunikator atau presenter acara tersebut menarik.

Menurut salah seorang responden, “gaya bicara yang digunakan oleh komunikator atau presenter acara Persib On Bandung TV menarik, karena dilihat dari kesamaan suku, sama-sama suku sunda memiliki sebuah ciki khas yang unik, intonasi suara saat berbicara dan istilah yang istilah yang di gunakan, itu menajadi sebuah nilai atau daya tarik tersendiri, merasa lebih dekat, frienly meskipun tidak kenal sekalipun.”<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup>Sumber: hasil wawancara dengan Sekar selaku anggota Viking Ujungberung



**Tabel 4.13**

**Pesan yang Disampaikan Komunikator Mudah untuk Dimengerti**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	27	26,7
Setuju	58	57,4
Netral	14	13,9
Tidak Setuju	2	2,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa sebagian besar dari responden sebanyak 57,4% menyatakan setuju bahwa pesan yang di sampaikan oleh komunikator pada program acara Persib on Bandung TV mudah untuk dimengerti, sedangkan paling sedikit dari responden menyatakan tidak setuju hanya sebanyak 2%.

Bila di lihat dari hasil tabel di atas jawab an responden cukup beragam, karena daya tangkap setiap komunikan atau responden berbeda-beda tetapi bila di lihat dari hasil tabel di atas sebanyak 57,4% menyatakan pesan yang di sampaikan mudah di mengerti. Menurut Dean C Barlund, ahli komunikasi, “mengetahui garis-garis atraksi dan dan penghindaran pada sistem sosial artinya mampu meramalkan dari mana pesan akan muncul, kepada siapa pesan itu akan mengalir, dan lebih lagi bagaimana pesan itu akan diterima”.(Rakhmat, 1994;115)

Seorang komunikator atau presenter di dalam acara Persib On Bandung TV menyadari betul apa dan siapa yang mereka hadapi Bandung TV yang notabennya stasiun televisi lokal memiliki jangkauan wilayah siaran yang terbatas, itu memudahkan seorang presenter dalam hal menerapkan strategi dalam menyalurkan pesan atau informasi ke khalayak luas, dengan penggunaan isltilah-istilah yang di gunakan agar komunikan mudah untuk mengerti.

**Tabel 4.14**

**Komunikator Memiliki Kontrol Acara yang Baik**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	26	25,7
Setuju	58	57,4
Netral	15	14,9
Tidak Setuju	2	2,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Dari tabel di atas, diketahui mayoritas dari responden sebanyak 57,4% menyatakan setuju bahwa komunikator pada program acara Persib on Bandung TV memiliki control acara yang baik, sedangkan paling sedikit dari responden menyatakan tidak setuju hanya sebanyak 2%.

Bila dilihat dari hasil tabel di atas sebanyak 58 orang atau 57,4% responden menyatakan bahwa komunikator atau penyiar pada program acara tersebut adalah orang yang cerdas, tahu banyak, mampu, ahli dan berpengalaman sehingga dapat mengontrol acara dengan baik. Dan menurut Hovland & Weiss mengemukakan bahwa, “para ahli (orang yang kompeten) akan lebih persuasif di bandingkan dengan orang yang bukan ahli.” (Azwar, 1995:64)

Berdasarkan pada uraian-uraian di atas, diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju pada setiap pertanyaan yang diajukan untuk mengukur sub variabel kredibilitas komunikator. Adapun untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap sub variabel kredibilitas komunikator secara keseluruhan, dapat dilakukan pengkategorian dengan cara sebagai berikut :

Skor maksimum = 30

Skor minimum = 17

$$C = \frac{30 - 17}{3} = 4,3$$

Sehingga diperoleh kategori sebagai berikut :

17,0 sampai 21,3 = Kurang

21,4 sampai 25,7 = Cukup

25,8 sampai 30,0 = Baik

Setelah dikelompokkan dalam 3 kategori, hasil penilaian responden terhadap sub variabel kredibilitas komunikator keseluruhan disajikan pada tabel berikut

**Tabel 4.15**

**Penilaian Responden Terhadap Sub Variabel Kredibilitas Komunikator (X<sub>2</sub>)**

	<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
<b>Kredibilitas Komunikator (X<sub>2</sub>)</b>	Baik	54	53,5
	Cukup	34	33,7
	Kurang	13	12,9
	<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Pada tabel di atas, dapat dilihat mayoritas dari responden sebanyak 53,5% menilai kredibilitas komunikator dalam program acara Persib on Bandung TV dalam kategori baik, sebanyak 33,7% lainnya menilai dalam kategori cukup dan 12,9% sisanya menilai kredibilitas komunikator dalam kategori kurang. Kredibilitas komunikator merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah komunikasi, dalam ini program acara Persib On Bandung TV. Bagaimana cara komunikator dalam menyampaikan pesan, gaya bahasa, gaya berbicara, pesan yang di sampaikan dan bagaimana cara mengontrol acara yang komunikator lakukan akan sangat menentukan banyak tidak nya sebuah program acara televisi akan di konsumsi atau di tonton oleh masyarakat luas.

Dari hasil penilaian responden di atas di peroleh lebih dari 50% responden merasakan atau mengakui tentang kredibilitas komunikator dalam acara Persib On Bandung TV masuk ke dalam kategori baik.dalam kategori ini maka kredibilitas komunikator dalam acara Persib On Bandung TV bisa dikatakan dinilai positif.

**c) Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Daya Tarik (X<sub>3</sub>)**

(jelasin pentingnya daya tarik acara itu sama pendapat ahlinya, pendapat kamu)

Berikut disajikan skor tanggapan dan penilaian responden terhadap 4 pernyataan yang membentuk sub variabel daya tarik.

**Tabel 4.16**

**Dekorasi Ruang pada Acara Persib on Bandung TV**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	29	28,7
Setuju	65	64,4
Netral	3	3,0
Tidak Setuju	4	4,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Dari tabel di atas, diketahui sebagian besar dari responden sebanyak 64,4% menyatakan setuju bahwa acara Persib on Bandung TV memiliki dekorasi ruangan yang menarik, sedangkan paling sedikit dari responden menyatakan tidak setuju hanya sebanyak 4%.

Sebagian besar responden menyatakan dekorasi ruangan pada acara Persib On Bandung TV memiliki dekorasi ruangan yang menarik, hal ini karena dekorasi ruangan acara sudah sesuai dengan konsep acara, mewakili dari identitas program acaranya itu sendiri,

dengan pemilihan warna ruangan, sampai dekorasi tambahan seperti poster. pajangan yang mencerminkan Persib sebagai objek pemberitaan.

Menurut salah seorang responden, “dekorasi ruangan di dalam acara Persib On Bandung TV selalu menarik perhatian, layaknya dekorasi ruangan acara berita olah raga yang di dalamnya penuh warna, juga banyak pajangan-pajangan yang berbau sepak bola, mungkin karena Persib On Bandung TV lebih eksklusif memberitakan klub Persib Bandung jadi dekorasinya pun dominan berwarna sesuai dengan warna kebesaran PERSIB BANDUNG”<sup>7</sup>

**Tabel 4.17**

**Tata Rias Komunikator pada Acara Persib on Bandung TV**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	42	41,6
Setuju	55	54,5
Netral	4	4,0
Tidak Setuju	0	0,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa sebagian besar dari responden sebanyak 54,5% menyatakan setuju bahwa komunikator pada program acara Persib on Bandung TV memiliki tata rias yang sesuai dengan konsep acara, sedangkan paling sedikit dari responden menyatakan netral hanya sebanyak 4%.

Riasan yang digunakan di dalam program acara Persib On Bandung Tv tentunya tidak terlalu berlebihan karena sesuai dengan konsep acara bahwa acara tersebut adalah acara berita olah raga, dan sudah sesuai dengan kebutuhan penayangan acara tersebut di televisi, sehingga pembawa acara tidak terlihat terlalu pucat dan tidak pula terlalu berlebihan.

---

<sup>7</sup>Sumber : wawancara dengan Asep, anggota Viking Ujungberung

Menurut salah seorang responden, “tata rias pembawa acara atau presenter dalam program acara Persib On Bandung TV tergolong menarik, karena selain sudah biasa berhadapan dengan kamera, saya rasa riasannya pun pas tidak berlebihan dalam artian makeupnya terlalu tebal dan tidak enak di pandang, dan tidak juga terlalu tipis sehingga terlihat pucat, tapi riasan presenter acara Persib On Bandung TV sudah pas dalam artian efeknya yang di timbulkan presenter tersebut terlihat segar sehingga nyaman untuk di lihat”.<sup>8</sup>

**Tabel 4.18**

***Souvenir yang Dipajang Disekitar Lokasi Syuting Acara Persib on Bandung TV***

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	25	24,8
Setuju	65	64,4
Netral	9	8,9
Tidak Setuju	2	2,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Berdasarkan pada tabel di atas, diketahui sebagian besar dari responden sebanyak 64,4% menyatakan setuju bahwa souvenir yang di pajang di lokasi syuting pada program acara Persib on bandung TV tergolong menarik, sedangkan paling sedikit dari responden menyatakan tidak setuju hanya sebanyak 2%.

Sebagian besar responden menyatakan souvenir yang di pajang di lokasi syuting acara Persib On Bandung TV menarik, souvenir atau pernik-pernik yang biasanya di pajang di dalam sebuah acara televisi memiliki fungsi sebagai pemanis atau pendukung agar dekorasi ruangan syuting tersebut menjadi lebih menarik dan lebih menggambarkan konsep acara tersebut.

Menurut salah seorang responden, “souvenir yang biasa di pajang di acara Persib On Bandung TV tergolong menarik, karena biasanya acara Persib On Bandung TV memajang souvenir yang unik seperti miniatur pemain dari tanah liat, miniatur stadion Persib, tiruan

<sup>8</sup>Sumber : wawancara dengan deni anggota Viking Ujungberung

piala dll, itu menjadi sebuah nilai lebih atau menjadi daya tarik tersendiri selain isi acaranya itu sendiri.<sup>9</sup>

**Tabel 4.19**

**Tata Pencahayaan Acara Persib on Bandung TV**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	23	22,8
Setuju	68	67,3
Netral	9	8,9
Tidak Setuju	1	1,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Dari tabel di atas, diketahui sebagian besar dari responden sebanyak 67,3% menyatakan setuju bahwa acara Persib on Bandung TV memiliki tata pencahayaan atau *lighting* yang baik dan menarik, sedangkan paling sedikit dari responden menyatakan tidak setuju hanya sebanyak 1%.

Di liat dari hasil tabel di atas sebanyak 68 orang atau 67,3% responden menyatakan setuju bahwa pada acara Persib On Bandung TV memiliki tata pencahayaan yang baik, itu karena di setiap program acara televisi tentunya sudah memiliki standar dalam hal dekorasi ruangan termasuk tata pencahayaan ruangan, sehingga acara yang di tayangkan nyaman untuk di tonton khalayak luas.

---

<sup>9</sup>Sumber : wawancara dengan Agus anggota Viking Ujungberung

Begitu juga dengan acara Persib On Bandung TV, Bandung TV sebagai stasiun televisi lokal yang sudah cukup lama mengudara, sudah hapal betul bagaimana cara penataan dekorasi ruangan termasuk tata pencahayaan suatu program yang di tayangkan.

Menurut salah seorang responden, “cahaya atau lampu adalah unsur tata artistik yang cukup penting dalam produksi siaran televisi, fungsinya tentu untuk menerangi lokasi syuting, tetapi selain fungsi utama tersebut, lighting atau pencahayaan pun menjadi unsur yang membuat acara tersebut semakin menarik, semakin baik atau pas pencahayaan semakin baik pula hasil siaran yang di hasilkan dan semakin menarik juga acara tersebut”<sup>10</sup>

Berdasarkan pada uraian-uraian di atas, diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju pada setiap pertanyaan yang diajukan untuk mengukur sub variabel daya tarik. Adapun untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap sub variabel daya tarik secara keseluruhan, dapat dilakukan pengkategorian dengan cara sebagai berikut :

Skor maksimum = 20

Skor minimum = 9

$$C = \frac{20 - 9}{3} = 3,7$$

Sehingga diperoleh kategori sebagai berikut :

9,0 sampai 12,7 = Kurang

12,8 sampai 16,3 = Cukup

16,4 sampai 20,0 = Baik

---

<sup>10</sup>Sumber : wawancara dengan Fitra anggota Viking Ujungberung



Setelah dikelompokan dalam 3 kategori, hasil penilaian responden terhadap sub variabel daya tarik keseluruhan disajikan pada tabel berikut .

**Tabel 4.20**

**Penilaian Responden Terhadap Sub Variabel Daya Tarik Acara (X<sub>3</sub>)**

<b>Daya Tarik (X<sub>3</sub>)</b>	<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
	Baik	58	57,4
Cukup	39	38,6	
Kurang	4	4,0	
	<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas dari responden sebanyak 57,4% menilai daya tarik acara Persib on Bandung TV dalam kategori baik, sebanyak 38,6% lainnya menilai dalam kategori cukup dan hanya 4% yang menilai daya tarik acara dalam kategori kurang.. Daya tarik sebuah program acara televisi menjadi sebuah nilai lebih dari program acara itu sendiri, dalam hal ini adalah daya tarik program acara Persib On Bandung TV yang meliputi dekorasi ruangan, tatarias komunikator, souvenir yang di pajang dan pencahayaan atau lighting lokasi syuting. Faktor-faktor di atas bila mendapatkan sebuah perhatian lebih untuk lebih baik dalam pengolahannya tentunya akan berdampak kepada perhatain penonton yang semakin besar.Di samping itu televisi mempunyai daya tarik yang kuat di sebabkan oleh unsur-unsur kata, musik dan sound efek serta visual

Setelah diketahui bagaimana tanggapan dan penilaian responden terhadap setiap pertanyaan dan sub variabel yang diajukan, maka untuk dapat mengetahui penilaian terhadap variabel program acara Persib on Bandung TV secara keseluruhan, dilakukan pengkategorian dengan cara sebagai berikut :

Skor maksimum = 81

Skor minimum = 46

$$C = \frac{81 - 46}{3} = 11,7$$

Sehingga diperoleh kategori sebagai berikut :

46,0 sampai 55,7 = Rendah

55,8 sampai 69,3 = Sedang

69,4 sampai 81,0 = Tinggi

Setelah dikelompokkan dalam 3 kategori, hasil penilaian responden terhadap variabel loyalitas secara keseluruhan disajikan pada tabel berikut :

**Tabel 4.21**

**Penilaian Responden Terhadap Program Acara Persib on Bandung TV (X)**

	<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
<b>Program Acara Persib on Bandung TV (X)</b>	Baik	68	67,3
	Cukup	26	25,7
	Kurang	7	6,9
	<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Berdasarkan pada tabel 4.21 di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas dari responden sebanyak 67,3% menilai program acara Persib on Bandung TV dalam kategori baik, 25,7% lainnya menilai dalam kategori cukup dan hanya 6,9% yang menilai program acara Persib on Bandung TV acara dalam kategori kurang.

Program *Persib On Bandung TV* adalah sebuah program acara yang ini bertujuan memberikan informasi seputaran klub Persib Bandung. Program yang dikemas dalam bentuk *sportmagz* berdurasi 60 menit yang ditayangkan setiap hari jumat pukul 20.00 dengan sasaran khalayak penonton berusia 15-30 (pecinta Persib Bandung).

Di lihat dari hasil pengolahan data, kesimpulan penilaian dari responden dengan sub variabel materi acara, kredibilitas komunikator dan daya tarik program acara Persib On Bandung TV dapat di kategorikan baik, di lihat dari tabel di atas bahwa lebih dari 50% responden menilai Baik. Dari hasil ini juga dapat menjadi sebuah tolak ukur Bandung TV sebagai stasiun televisi yang menayangkan program acara Persib On Bandung TV untuk mempertahankan dan menjaga bila di lihat dari penilaian responden di atas bahwa Program acara Persib On Bandung TV masuk dalam kategori baik.

#### **4.2.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pemirsa (Y)**

Loyalitas berasal dari bahasa inggris 'loyal' yang berarti setia, dan kesetiaan adalah kualitas yang menyebabkan kita tidak menggemikan dukungan dan pembelaan kita pada sesuatu. Loyalitas lebih banyak bersifat emosional, loyalitas adalah kualitas perasaan, tak perasaan tidak membutuhkan rasional.

Dalam persaingan dunia televisi era ini, stasiun televisi selalu berlomba-lomba dalam hal mengikat pemirsa, maksudnya berlomba-lomba memerikan sebuah penayangan yang dapat menyedot perhatian luas, tak cukup hanya menarik perhatian luas saja, kini stasiun televisi menjadikan pemirsanya atau penonton menjadi penonton setia tentunya dengan cara pemenuhan kebutuhan penontonnya itu sendiri, kesetiaan pada suatu program acara tertentu membuat loyalitas atau kesetiaan pada stasiun televisi yang menayangkan program acara tersebut. Adapun sub variabel mengenai loyalitas diantaranya, tertarik pada program acara,

tertarik untuk menonton kembali, dan perlu menyebarkan terkait pemberitaan pada acara tersebut.

Variabel loyalitas penmirsa diukur dengan 4 pertanyaan yang dilihat dari aspek pemenuhan kebutuhan. Hasil tanggapan dan penilaian responden dapat dilihat pada uraian berikut :

**Tabel 4.22**

**Ketertarikan pada Isi Program Acara Persib on Bandung TV**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	40	39,6
Setuju	53	52,5
Netral	7	6,9
Tidak Setuju	1	1,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Berdasarkan pada tabel di atas, diketahui sebagian besar dari responden sebanyak 52,5% menyatakan setuju bahwa setelah responden menonton program acara Persib on Bandung TV, responden merasa tertarik pada isi acara program tersebut, sedangkan paling sedikit dari responden menyatakan tidak setuju hanya sebanyak 1%. Dari hasil tabel di atas bahwa sebanyak lebih dari 50% responden menyatakan ketertarikannya pada isi program acara Persib On Bandung TV, dapat di simpulkan bahwa responden menilai positif akan program acara Persib On Bandung TV. Selanjutnya yang akan di teliti adalah apakah pemberitaan yang di tayangkan acara Persib On Bandung TV mudah di mengerti?

**Tabel 4.23**

**Pemberitaan yang Ditayangkan Mudah di Mengerti**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	20	19,8
Setuju	73	72,3
Netral	6	5,9
Tidak Setuju	2	2,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Dari tabel di atas, terlihat sebagian besar dari responden sebanyak 72,3% menyatakan setuju bahwa setelah responden menonton program acara Persib on Bandung TV, pemberitaan yang ditayangkan menjadi mudah di mengerti, sedangkan paling sedikit dari responden menyatakan tidak setuju hanya sebanyak 2%. Sebanyak 72,3% responden menyatakan setuju bahwa pemberitaan yang di ditayangkan oleh acara Persib On Bandung TV mudah dimengerti. Selanjutnya akan di teliti mengenai ketertarikan untuk menonton kembali acara Persib On Bandung TV di lain waktu.

**Tabel 4.24**

**Ketertarik Untuk Menonton Kembali Program Acara Tersebut di Lain Waktu**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	44	43,6
Setuju	46	45,5
Netral	10	9,9
Tidak Setuju	1	1,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Dari tabel di atas, terlihat bahwa mayoritas dari responden sebanyak 45,5% menyatakan setuju bahwa setelah responden menonton program acara Persib on Bandung TV, responden tertarik untuk menonton kembali program acara tersebut di lain waktu,

sedangkan paling sedikit dari responden menyatakan tidak setuju hanya sebanyak 1% . Dari hasil tabel di atas di peroleh bahwa sebesar 45% orang menyatakan setuju bahwa responden tertarik untuk menonton kembali acara persib On Bandung TV di lain waktu, dan sebanyak 43,3% responden menyatakan sangat setuju untuk menonton kembali acara Persib On Bandung TV di lain waktu, dilihat dari tanggapan responden bahwa untuk menonton kembali program acara Persib On Bandung Tv di lain waktu masukke dalam kategori positif.

Selanjutnya akan di teliti mengenai apakah responden merasa perlu menyebarkan informasi terkait program acara Persib On Bandung TV?

**Tabel 4.25**

**Merasa Perlu Menyebarkan Informasi Terkait Program Acara Persib on Bandung TV**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	36	35,6
Setuju	55	54,5
Netral	9	8,9
Tidak Setuju	1	1,0
Sangat Tidak Setuju	0	0,0
<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Dari tabel di atas, diketahui sebagian besar dari responden sebanyak 54,5% menyatakan setuju bahwa setelah responden menonton program acara Persib on Bandung TV, responden merasa perlu menyebarkan informasi terkait program acara Persib on Bandung TV, sedangkan paling sedikit dari responden menyatakan tidak setuju hanya sebanyak 1%. Dari tabel di atas dapat di artikan bahwa responden lebih dari 50% merasa setuju bahwa responden merasa perlu menyebarkan informasi terkait acara Persib On Bandung TV.

Berdasarkan pada uraian-uraian di atas, diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju pada setiap pertanyaan yang diajukan untuk mengukur

variabel loyalitas. Adapun untuk mengetahui bagaimana penilaian responden terhadap variabel loyalitas pemirsa secara keseluruhan, dapat dilakukan pengkategorian dengan cara sebagai berikut :

Skor maksimum = 20

Skor minimum = 9

$$C = \frac{20 - 9}{3} = 3,7$$

Sehingga diperoleh kategori sebagai berikut :

9,0 sampai 12,7 = Rendah

12,8 sampai 16,3 = Sedang

16,4 sampai 20,0 = Tinggi

Setelah dikelompokkan dalam 3 kategori, hasil penilaian responden terhadap variabel loyalitas secara keseluruhan disajikan pada tabel berikut :

**Tabel 4.26**

**Penilaian Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pemirsa (Y)**

<b>Loyalitas Pemirsa (Y)</b>	<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
	Tinggi	67	66,3
	Sedang	31	30,7
	Rendah	3	3,0
	<b>Jumlah</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Berdasarkan pada tabel 4.26 di atas, terlihat bahwa sebagian besar dari responden sebanyak 66,3% memiliki loyalitas yang tinggi terhadap program acara Persib on Bandung TV, 30,7% lainnya memiliki loyalitas yang sedang dan hanya 3% yang memiliki loyalitas yang rendah terhadap program acara Persib on Bandung TV. Dapat di lihat dari tabel di atas

lebih dari 50% responden menyatakan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap program acara Persib On Bandung TV, yang tentunya akan berimbas kepada penonton Bandung TV itu sendiri sebagai stasiun yang menayangkan program acara Persib On Bandung TV

#### 4.2.1.3 Analisis Tabulasi Silang

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden terhadap 2 variabel secara sekaligus, maka dilakukan analisis tabulasi silang dengan hasil sebagai berikut.

**Tabel 4.27**

**Tabulasi Silang Antara Program Acara Persib on Bandung TV dengan Loyalitas Pemirsa**

Tabulasi Silang			Loyalitas Pemirsa (Y)			Total
			Rendah	Sedang	Tinggi	
Program Acara Persib on Bandung TV (X)	Kurang	F	3	4	0	7
		%	3,0	4,0	0,0	6,9
	Cukup	F	0	17	9	26
		%	0,0	16,8	8,9	25,7
	Baik	F	0	10	58	68
		%	0,0	9,9	57,4	67,3
Total		F	3	31	67	101
		%	3,0	30,7	66,3	100

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Tabel di atas menjelaskan tabulasi silang antara program acara Persib on Bandung TV dengan loyalitas pemirsa. Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa dari 7 orang responden yang menilai acara Persib on Bandung TV dalam kategori kurang, 3 diantaranya memiliki loyalitas yang rendah dan 4 sisanya memiliki loyalitas yang sedang. Dari 26 orang responden yang menilai acara Persib on Bandung TV dalam kategori cukup, 17 diantaranya memiliki loyalitas yang rendah dan 9 sisanya memiliki loyalitas yang tinggi. Dari 68 orang responden yang menilai acara Persib on Bandung dalam kategori baik, 10 diantaranya memiliki loyalitas yang rendah dan 58 sisanya memiliki loyalitas yang tinggi.



**Tabel 4.28**

**Tabulasi Silang Antara Materi Program Acara Persib on Bandung TV dengan Loyalitas Pemirsa**

Tabulasi Silang			Loyalitas Pemirsa (Y)			Total	
			Rendah	Sedang	Tinggi		
Materi Acara (X <sub>1</sub> )	Kurang	F	3	3	0	6	
		%	3,0	3,0	0,0	5,9	
	Cukup	F	0	19	17	36	
		%	0,0	18,8	16,8	35,6	
	Baik	F	0	9	50	59	
		%	0,0	8,9	49,5	58,4	
Total			F	3	31	67	101
			%	3,0	30,7	66,3	100

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Tabel di atas menjelaskan tabulasi silang materi acara pada program Persib on Bandung TV dengan loyalitas pemirsa. Berdasarkan pada tabel 4.28 di atas, dapat dilihat bahwa dari 6 orang responden yang menilai materi acara pada program Persib on Bandung TV dalam kategori kurang, 3 orang masing-masing diantaranya memiliki loyalitas yang rendah dan sedang. Dari 36 orang responden yang menilai materi acara pada program Persib on Bandung TV dalam kategori cukup, 19 diantaranya memiliki loyalitas yang sedang dan 17 sisanya memiliki loyalitas yang tinggi. Dari sebanyak 59 responden yang menilai materi acara pada program Persib on Bandung TV dalam kategori baik, 9 diantaranya memiliki loyalitas yang sedang dan 50 sisanya memiliki loyalitas yang tinggi.

**Tabel 4.29**

**Tabulasi Silang Antara Kredibilitas Komunikator Program Acara Persib on Bandung TV dengan Loyalitas Pemirsa**

Tabulasi Silang			Loyalitas Pemirsa (Y)			Total
			Rendah	Sedang	Tinggi	
Kredibilitas Komunikator (X <sub>2</sub> )	Kurang	F	3	8	2	13
		%	3,0	7,9	2,0	12,9
	Cukup	F	0	15	19	34
		%	0,0	14,9	18,8	33,7
	Baik	F	0	8	46	54
		%	0,0	7,9	45,5	53,5
Total		F	3	31	67	101
		%	3,0	30,7	66,3	100

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Tabel di atas menjelaskan tabulasi silang kredibilitas komunikator dalam program Persib on Bandung TV dengan loyalitas pemirsa. Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa dari 13 orang responden yang menilai kredibilitas komunikator pada program Persib on Bandung TV dalam kategori kurang, 3 orang diantaranya memiliki loyalitas yang rendah, 8 lainnya memiliki loyalitas yang sedang dan 2 orang sisanya memiliki loyalitas yang tinggi. Dari 36 orang responden yang menilai kredibilitas komunikator pada program Persib on Bandung TV dalam kategori cukup, sebanyak 15 orang diantaranya memiliki loyalitas yang sedang dan 19 sisanya memiliki loyalitas yang tinggi. Dari sebanyak 54 responden yang menilai kredibilitas komunikator pada program Persib on Bandung TV dalam kategori baik, 8 diantaranya memiliki loyalitas yang sedang dan 46 sisanya memiliki loyalitas yang tinggi.

**Tabel 4.30**

**Tabulasi Silang Antara Daya Tarik Program Acara Persib on Bandung TV dengan Loyalitas Pemirsa**

Tabulasi Silang			Loyalitas Pemirsa (Y)			Total
			Rendah	Sedang	Tinggi	
Daya Tarik (X <sub>3</sub> )	Kurang	F	1	2	1	4
		%	1,0	2,0	1,0	4,0
	Cukup	F	2	20	17	39
		%	2,0	19,8	16,8	38,6

	<b>Baik</b>	F	0	9	49	58
		%	0,0	8,9	48,5	57,4
<b>Total</b>		<b>F</b>	<b>3</b>	<b>31</b>	<b>67</b>	<b>101</b>
		<b>%</b>	<b>3,0</b>	<b>30,7</b>	<b>66,3</b>	<b>100</b>

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014)

Tabel di atas menjelaskan tabulasi silang daya tarik program acara Persib on Bandung TV dengan loyalitas pemirsa. Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa dari 4 orang responden yang menilai daya tarik program acara Persib on Bandung TV dalam kategori kurang, 1 orang masing-masing diantaranya memiliki loyalitas yang rendah dan tinggi, sedangkan 2 orang sisanya memiliki loyalitas yang sedang. Dari 39 orang responden yang menilai daya tarik program acara Persib on Bandung TV dalam kategori cukup, 2 diantaranya memiliki loyalitas yang rendah, 20 orang lainnya memiliki loyalitas yang sedang dan 17 sisanya memiliki loyalitas yang tinggi. Dari sebanyak 58 responden yang menilai daya tarik program acara Persib on Bandung TV dalam kategori baik, 9 diantaranya memiliki loyalitas yang sedang dan 49 orang sisanya memiliki loyalitas yang tinggi.

#### 4.3 Analisis Inferensial

Untuk mengetahui sejauhmana keeratan hubungan yang terjadi antara variabel dan sub variabel penelitian, akan di analisis dengan korelasi *Rank Spearman* dikarenakan skala data yang digunakan merupakan skala ordinal. Setelah dilakukan analisis korelasi, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis, dengan cara membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$  tabel pada distribusi  $t$ , sehingga diperoleh kesimpulan apakah menolak atau menerima  $H_0$ . Untuk dapat menginterpretasikan keeratan hubungan yang terjadi, penulis mengacu pada pedoman interpretasi koefisien korelasi **Guildford** sebagai berikut :

**Tabel 4.31**

**Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi Guildford**

Interval Koefisien Korelasi	Kategori Hubungan
Kurang dari 0,20	Rendah Sekali
0,20 sampai 0,399	Rendah tapi Pasti
0,40 sampai 0,699	Cukup Berarti
0,70 sampai 0,900	Kuat
Lebih besar dari 0,900	Sangat Kuat

Sumber : Guildford 1956:154 dalam Rakhmat (2005:29)

Hasil korelasi selengkapnya dapat dilihat pada uraian berikut di bawah ini.

#### 4.3.1 Hubungan Antara Program Acara Persib on Bandung TV dengan loyalitas Penonton Bandung TV Sebagai TV Lokal

Untuk mengetahui sejauhmana hubungan antara program acara Persib on Bandung TV dengan loyalitas penonton Bandung TV sebagai TV lokal, akan dianalisis dengan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan rumusan hipotesis sebagai berikut :

$H_0 : \rho_1 = 0$  ; Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara program acara Persib on Bandung TV dengan loyalitas Penonton Bandung TV sebagai TV lokal.

$H_a : \rho_1 \neq 0$  ; Terdapat hubungan yang signifikan antara program acara Persib on Bandung TV dengan loyalitas Penonton Bandung TV sebagai TV lokal.

Taraf signifikansi ( $\alpha$ ) yang digunakan dalam pengujian ini sebesar 0,05 dengan kriteria pengujian tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$  jika nilai  $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$ . Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut di bawah ini :

**Tabel 4.32**

#### Hubungan Antara Program Acara Persib on Bandung TV dengan loyalitas Penonton Bandung TV Sebagai TV Lokal

Variabel	$R_s$	Keeratan Hubungan	$\alpha$	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Keputusan	Kesimpulan
X-Y	0,520	Cukup Berarti	5%	6,057	1,984	$H_0$ ditolak	Signifikan

Sumber :Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014) dengan program *SPSS*

Berdasarkan pada tabel 4.32 di atas, diketahui nilai korelasi yang terjadi antara program acara dengan loyalitas penonton adalah sebesar 0,520 dan termasuk dalam kategori hubungan yang cukup berarti berada pada interval 0,40 sampai 0,699 (Guildford, 1956:154). Untuk pengujian hipotesis, dengan jumlah sampel sebanyak 101 dan nilai korelasi sebesar 0,520 diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,057. Nilai  $t_{hitung}$  ini akan dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  pada tabel distribusi  $t$ , dengan  $\alpha$  sebesar 0,05 dan df sebesar 99 ( $n-k-1$ ) diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,984. Dari nilai-nilai tersebut, diketahui bahwa  $t_{hitung} (6,057) > t_{tabel} (1,984)$  sehingga sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis adalah menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ , hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti dan signifikan antara program acara Persib on Bandung TV dengan loyalitas Penonton Bandung TV sebagai TV lokal.

Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah, artinya semakin baik penilaian pemirsa pada program acara Persib on Bandung TV, maka loyalitas terhadap acara tersebut akan semakin tinggi.

#### **4.3.2 Hubungan Antara Materi Acara Program Persib on Bandung TV dengan loyalitas Penonton Bandung TV Sebagai TV Lokal**

Untuk mengetahui sejauhmana hubungan antara materi acara pada program Persib on Bandung TV dengan loyalitas penonton Bandung TV sebagai TV lokal, akan dianalisis dengan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan rumusan hipotesis sebagai berikut :

$H_0 : \rho_2 = 0$  ; Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara materi acara pada program Persib on Bandung TV dengan loyalitas Penonton Bandung TV sebagai TV lokal.

$H_a : \rho_2 \neq 0$ ; Terdapat hubungan yang signifikan antara materi acara pada program Persib on Bandung TV dengan loyalitas Penonton Bandung TV sebagai TV lokal.

Taraf signifikansi ( $\alpha$ ) yang digunakan dalam pengujian ini sebesar 0,05 dengan kriteria pengujian tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$  jika nilai  $t_{hitung} >$  nilai  $t_{tabel}$ . Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut di bawah ini :

**Tabel 4.33**

**Hubungan Antara Materi Acara Program Persib on Bandung TV dengan Loyalitas Penonton Bandung TV Sebagai TV Lokal**

Variabel	$R_s$	Keeratan Hubungan	A	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Keputusan	Kesimpulan
$X_1-Y$	0,503	Cukup Berarti	5%	5,789	1,984	$H_0$ ditolak	Signifikan

Sumber :Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014) dengan program *SPSS*

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa nilai korelasi yang terjadi antara materi acara dengan loyalitas penonton adalah sebesar 0,503 dan termasuk dalam kategori hubungan yang cukup berarti berada pada interval 0,40 sampai 0,699 (Guildford, 1956:154). Untuk pengujian hipotesis, dengan jumlah sampel sebanyak 101 dan nilai korelasi sebesar 0,503 diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,789. Nilai  $t_{hitung}$  ini akan dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  pada tabel distribusi  $t$ , dengan  $\alpha$  sebesar 0,05 dan  $df$  sebesar 99 ( $n-k-1$ ) diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,984. Dari nilai-nilai tersebut, diketahui bahwa  $t_{hitung} (5,789) > t_{tabel} (1,984)$  sehingga sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis adalah menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ , hal ini menunjukan bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti dan signifikan antara materi acara pada program Persib on Bandung TV dengan loyalitas Penonton Bandung TV sebagai TV lokal.

Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah, artinya semakin baik materi acara program Persib on Bandung TV, maka loyalitas penonton terhadap acara tersebut akan semakin tinggi.

### 4.3.3 Hubungan Antara Kredibilitas Komunikator dalam Program Persib on Bandung TV dengan loyalitas Penonton Bandung TV Sebagai TV Lokal

Untuk mengetahui sejauhmana hubungan antara kredibilitas komunikator pada program acara Persib on Bandung TV dengan loyalitas penonton Bandung TV sebagai TV lokal, akan dianalisis dengan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan rumusan hipotesis sebagai berikut :

Ho :  $\rho_3 = 0$  ; Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kredibilitas komunikator pada program acara Persib on Bandung TV dengan loyalitas Penonton Bandung TV sebagai TV lokal.

Ha :  $\rho_3 \neq 0$ ; Terdapat hubungan yang signifikan antara kredibilitas komunikator pada program acara Persib on Bandung TV dengan loyalitas Penonton Bandung TV sebagai TV lokal.

Taraf signifikansi ( $\alpha$ ) yang digunakan dalam pengujian ini sebesar 0,05 dengan kriteria pengujian tolak Ho dan terima Ha jika nilai  $t_{hitung} >$  nilai  $t_{tabel}$ . Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut di bawah ini :

**Tabel 4.34**

#### **Hubungan Antara Kredibilitas Komunikator dalam Program Persib on Bandung TV dengan Loyalitas Penonton Bandung TV Sebagai TV Lokal**

Variabel	$R_s$	Keeratan Hubungan	A	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Keputusan	Kesimpulan
X <sub>2</sub> -Y	0,536	Cukup Berarti	5%	6,314	1,984	Ho ditolak	Signifikan

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014) dengan program SPSS

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa nilai korelasi yang terjadi antara kredibilitas komunikator dengan loyalitas penonton adalah sebesar 0,536 dan termasuk dalam kategori hubungan yang cukup berarti berada pada interval 0,40 sampai 0,699 (Guildford, 1956:154). Untuk pengujian hipotesis, dengan jumlah sampel sebanyak 101 dan nilai korelasi

sebesar 0,536 diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,314. Nilai  $t_{hitung}$  ini akan dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  pada tabel distribusi  $t$ , dengan  $\alpha$  sebesar 0,05 dan df sebesar 99 ( $n-k-1$ ) diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,984. Dari nilai-nilai tersebut, diketahui bahwa  $t_{hitung} (6,314) > t_{tabel} (1,984)$  sehingga sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis adalah menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ , hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti dan signifikan antara kredibilitas komunikator pada program acara Persib on Bandung TV dengan loyalitas Penonton Bandung TV sebagai TV lokal.

Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah, artinya semakin kredibel komunikator pada program Persib on Bandung TV, maka loyalitas pemirsa terhadap acara tersebut akan semakin tinggi.

#### **4.3.4 Hubungan Antara Daya Tarik Acara Program Persib on Bandung TV dengan loyalitas Penonton Bandung TV Sebagai TV Lokal**

Untuk mengetahui sejauhmana hubungan antara daya tarik program acara Persib on Bandung TV dengan loyalitas penonton Bandung TV sebagai TV lokal, akan dianalisis dengan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan rumusan hipotesis sebagai berikut :

$H_0 : \rho_4 = 0$  ; Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara daya tarik program acara Persib on Bandung TV dengan loyalitas Penonton Bandung TV sebagai TV lokal.

$H_a : \rho_4 \neq 0$  ; Terdapat hubungan yang signifikan antara daya tarik program acara Persib on Bandung TV dengan loyalitas Penonton Bandung TV sebagai TV lokal.

Taraf signifikansi ( $\alpha$ ) yang digunakan dalam pengujian ini sebesar 0,05 dengan kriteria pengujian tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$  jika nilai  $t_{hitung} >$  nilai  $t_{tabel}$ . Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut di bawah ini :



**Tabel 4.35**

**Hubungan Antara Daya Tarik Acara Program Persib on Bandung TV (X) dengan Loyalitas Penonton Bandung TV Sebagai TV Lokal (Y)**

Variabel	<i>R<sub>s</sub></i>	Keeratan Hubungan	A	<i>t<sub>hitung</sub></i>	<i>t<sub>tabel</sub></i>	Keputusan	Kesimpulan
X <sub>3</sub> -Y	0,332	Rendah Tapi Pasti	5%	3,504	1,984	Ho ditolak	Signifikan

Sumber : Data yang sudah diolah (Hasil penelitian 2014) dengan program SPSS

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa nilai korelasi yang terjadi antara daya tarik acara dengan loyalitas penonton adalah sebesar 0,332 dan termasuk dalam kategori hubungan yang rendah tapi pasti berada pada interval 0,20 sampai 0,399 (Guildford, 1956:154). Untuk pengujian hipotesis, dengan jumlah sampel sebanyak 101 dan nilai korelasi sebesar 0,332 diperoleh nilai *t<sub>hitung</sub>* sebesar 3,504. Nilai *t<sub>hitung</sub>* ini akan dibandingkan dengan nilai *t<sub>tabel</sub>* pada tabel distribusi *t*, dengan  $\alpha$  sebesar 0,05 dan df sebesar 99 ( $n-k-1$ ) diperoleh nilai *t<sub>tabel</sub>* sebesar 1,984. Dari nilai-nilai tersebut, diketahui bahwa  $t_{hitung} (3,504) > t_{tabel} (1,984)$  sehingga sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis adalah menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ , hal ini menunjukan bahwa terdapat hubungan yang rendah tapi pasti dan signifikan antara daya tarik program acara Persib on Bandung TV dengan loyalitas Penonton Bandung TV sebagai TV lokal.

Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah, artinya semakin baik daya tarik pemirsa pada program Persib on Bandung TV, maka loyalitas terhadap acara tersebut akan semakin tinggi.

#### **4.4 Interpretasi Hasil Pengujian Sub Hipotesis**

Interpretasi hasil penelitian merupakan hasil akhir dari analisa-analisa yang di lakukan untuk mengetahui apakah tujuan penelitian telah tercapai atau tidak ditinjau dari

penerimaan atau penolakan hipotesis penelitian. Interpretasi hasil penelitian dapat di lihat dalam tabel berikut ini :

Sub Hipotesis	Uji Statistik	Hasil
Terdapat hubungan antara konten atau isi program acara Persib On Bandung TV kepada loyalitas penonton Bandung TV	$t_{hitung}(5,789) > t_{tabel}(1,984)$	Ho di tolak dan Ha diterima
Terdapat hubungan antara kredibilitas komunikator program acara Persib On Bandung TV kepada loyalitas penonton Bandung TV	$t_{hitung}(6,314) > t_{tabel}(1,984)$	Ho di tolak dan Ha diterima
Terdapat hubungan antara daya tarik program acara Persib On Bandung TV kepada loyalitas penonton Bandung TV	$t_{hitung}(3,504) > t_{tabel}(1,984)$	Ho di tolak dan Ha diterima
Terdapat hubungan antara program acara Persib On Bandung TV dengan Loyalita pemirsa Bandung TV	$t_{hitung}(3,304) > t_{tabel}(1,984)$	Ho di tolak dan Ha diterima

#### 4.4.1 Interpretasi Sub Hipotesis yang Pertama

Berbicara mengenai konten (isi) yakni media membicarakan tentang jenis/ragam/format media yang disajikan kepada khalayak, konten acara yang di gunakan dalam penelitian ini antara lain konsep acara, susunan acara, waktu penyayangan, aktualisasi masalah, dan kejelasan isi pesan.

Berdasarkan hasil perhitungan data diperoleh informasi bahwa nilai korelasi yang terjadi antara konten acara Persib On Bandung TV dengan loyalitas penonton Bandung TV adalah sebesar 0,503 termasuk dalam kategori hubungan yang cukup berarti, lalu diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar (5,789)  $>$   $t_{tabel}$  (1,984) sehingga sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis adalah menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ . Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat hubungan yang cukup berarti antara materi acara Persib On Bandung TV dengan loyalitas pemirsa Bandung TV sebagai TV lokal.

Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah, artinya semakin baik materi acara program Persib on Bandung TV, maka loyalitas penonton terhadap acara tersebut akan semakin tinggi.

“Di dalam sebuah sajian berita, menarik tidaknya suatu materi atau pesan dikaitkan dengan sesuai tidaknya isi pesan tersebut dengan kebutuhan khalayak. Hal ini sesuai dengan definisi berita, yaitu laporan tercepat mengenai fakta atau opini yang mengandung hal menarik atau penting atau keduanya bagi sejumlah penduduk.”(Effendy, 1991;131)

#### **4.4.2 Interpretasi sub Hipotesis yang Kedua**

Berdasarkan hasil perhitungan data diperoleh informasi bahwa nilai korelasi yang terjadi antara kredibilitas komunikator Persib On Bandung TV dengan loyalitas penonton Bandung Tv adalah sebesar 0,536 termasuk dalam kategori cukup berarti dan signifikan, lalu diketahui bahwa  $t_{hitung}$  (6,314)  $>$   $t_{tabel}$  (1,984) sehingga sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis adalah menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ . Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat hubungan yang cukup berarti antara kredibilitas komunikator Persib On Bandung TV dengan loyalitas penonton Bandung TV sebagai TV lokal.

Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah, artinya semakin kredibel komunikator pada program Persib on Bandung TV, maka loyalitas pemirsa terhadap acara tersebut akan semakin tinggi. Prof Hartley berpendapat yang dikutip oleh Onong Effendy dalam buku ilmu teori filsafat

komunikasi bahwa, “seorang komunikator akan sukses dalam komunikasinya, kalau ia menyesuaikan dengan the image dari komunikan, yaitu memahami kepentingan, keutuhan, kecakapannya, pengalamannya, dan kemampuan berfikirnya.” (Effendy, 1993:45)

Dari pernyataan di atas dapat di tarik sebuah kesimpulan bahwa seorang komunikator, dalam penelitian ini yang di maksud komunikator adalah presenter program acara Persib On Bandung TV sangat berpengaruh pada loyalitas pemirsa Bandung Tv. Dalam penelitian ini kredibilitas yang di uraikan dalam bentuk keahlian penyampaian pesan, penampilan komunikator, wawasan dan pengetahuan yang luas, gaya bahasa dan berbicara, pesan yang mudah di mengerti dan control acara. Dan dalam penelitian ini di dapat hasil yang baik yang di berikan oleh responden yaitu viking ujungberung mengenai kredibilitas komunikator dalam program acraa Persib On Bandung TV.

#### **4.4.3 Interpretasi sub Hipotesis yang ketiga**

Berdasarkan hasil perhitungan data diperoleh informasi bahwa nilai korelasi yang terjadi antara daya tarik program acara Persib On Bandung TV dengan loyalitas penonton Bandung Tv adalah sebesar 0,332 termasuk dalam kategori rendah tapi pasti, lalu diketahui bahwa  $t_{hitung} (3,504) > t_{tabel} (1,984)$  sehingga sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis adalah menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ . Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat hubungan yang rendah tapi pasti antara kredibilitas komunikator Persib On Bandung TV dengan loyalitas penonton Bandung TV sebagai TV lokal.

Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah, artinya semakin baik daya tarik pemirsa pada program Persib on Bandung TV, maka loyalitas terhadap acara tersebut akan semakin tinggi.

#### **4.4.4 Pembahasan hubungan antara Program acara Persib On Bandung TV (X) dengan loyalitas pemirsa kepada Bandung TV sebagai TV lokal (Y)**

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai korelasi  $r_s$  antara Program acara Persib On Bandung TV dengan Loyalitas Pemirsa Bandung TV sebesar 0,520, hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti dan signifikan antara program acara Persib on Bandung TV (X) dengan loyalitas Penonton Bandung TV sebagai TV lokal (Y).

Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah, artinya semakin baik penilaian pemirsa pada program acara Persib on Bandung TV, maka loyalitas terhadap acara tersebut akan semakin tinggi.

Diketahui pula bahwa nilai  $t_{hitung}$  (6,057) >  $t_{tabel}$  (1,984) sehingga sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis adalah menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ , hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti dan signifikan antara program acara Persib on Bandung TV dengan loyalitas Penonton Bandung TV sebagai TV lokal.

## **BAB V**