

# **PENGARUH TAYANGAN TALKSHOW DR. OZ INDONESIA TRANS TV TERHADAP PERILAKU HIDUP SEHAT MASYARAKAT SAMARINDA (Studi Masyarakat Kelurahan Sempaja Selatan Kecamatan Samarinda Utara)**

**Nurlita Putri Wulandari<sup>1</sup>**

## ***Abstrak***

*Artikel ini berisi tentang Pengaruh Tayangan Talkshow Dr. OZ Indonesia Trans TV Terhadap Perilaku Hidup Sehat Masyarakat Kelurahan Sempaja Selatan Kecamatan Samarinda Utara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei eksplanatif yang bersifat asosiatif yang meneliti hubungan (korelasi) antara pengaruh tayangan talkshow “Dr. OZ Indonesia Trans TV” terhadap perilaku hidup sehat masyarakat. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan penelitian lapangan dengan melakukan kegiatan survei menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah para masyarakat Kelurahan Sempaja Selatan Kecamatan Samarinda Utara. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan Analisis regresi Linear Sederhana dengan hasil Koefisien Product Moment sebesar 0,400 dan diketahui nilai  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$  yaitu  $0,400 \geq 0,266$  serta diketahui nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  sebesar  $3,148 \geq 1,671$ . Jika dibandingkan bahwa  $t_{hitung}$  dan  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dan  $r_{tabel}$ , maka terlihat bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara tayangan talkshow “Dr. OZ Indonesia Trans TV” terhadap perilaku hidup sehat masyarakat Kelurahan Sempaja Selatan Kecamatan Samarinda Utara namun tingkat efektifnya yaitu 16% maka perilaku hidup sehat masyarakat dipengaruhi adanya tayangan talkshow “Dr. OZ Indonesia Trans TV” sebesar 16% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya.*

**Kata Kunci :** *Efek Media Massa, Tayangan Talkshow, Perilaku Hidup Sehat*

## **Pendahuluan**

Sejalan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang mempengaruhi kehidupan masyarakat, media *massa* pun mengalami perkembangan yang begitu cepat. Salah satu kebutuhan manusia baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat adalah kebutuhan akan informasi.

Media *massa* yang dianggap paling mempengaruhi khalayaknya dalam hal penyampaian informasi adalah televisi. Kemajuan teknologi televisi membuat semuanya menjadi dekat, mudah dilihat dan didengar. Media televisi mampu membuat dunia menjadi kecil yang dikemas dalam sebuah kotak, dengan kata lain

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: nurlitaputriwulandari@yahoo.co.id

mampu memberikan berbagai informasi dari berbagai belahan dunia yang cepat, aktual dan tepat ke pemirsa.

Televisi merupakan salah satu media komunikasi massa yang sangat penting dan menjadi salah satu kebutuhan hidup masyarakat. Hampir di seluruh rumah-rumah penduduk baik di Indonesia maupun di Negara lainnya, telah memiliki televisi. Ini menunjukkan televisi telah menjadi salah satu kebutuhan hidup manusia.

Dengan banyaknya jumlah stasiun televisi di Indonesia sekarang ini, menyebabkan pertelevisian semakin kompetitif dalam menyajikan program-programnya. Stasiun televisi berusaha selalu menyajikan program-program guna memenuhi kebutuhan para masyarakat sebagai penikmat televisi. Program acara yang ditayangkan juga bervariasi yang membuat masyarakat menjadi kecanduan untuk selalu berada di depan televisi hingga maraknya tayangan *talkshow* yang selalu tayang setiap hari menghampiri para pemirsa televisi.

*Talkshow* bukan hal yang baru lagi saat ini. Hampir setiap harinya stasiun televisi baik stasiun swasta maupun stasiun pemerintah selalu menayangkan talkshow, yaitu adalah sebuah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*host*).

Banyaknya program *talkshow* di beberapa stasiun televisi membuat Trans TV rasanya perlu memberikan konsep acara yang berbeda dari stasiun televisi lain, tetapi juga berusaha memberikan tayangan yang menarik dan bermanfaat bagi para pemirsanya.

Salah satu yang menarik perhatian dari program di Trans TV adalah program *talkshow* Dr. OZ Indonesia. Pada tanggal 27 April 2013, Dr. OZ Indonesia hadir di Trans TV secara komersil, dengan jadwal tayang setiap hari Sabtu dan Minggu pukul 15.45 WIB. Dr. OZ Indonesia merupakan program *talkshow* yang menampilkan diskusi dengan topik mengenai dunia kesehatan dan gaya hidup yang sehat. Program ini bukan hanya menghibur tetapi yang paling utama dapat menjadi inspirasi bagi pemirsa untuk berani mewujudkan kehidupan yang sehat untuk menuju kehidupan yang lebih baik. Tujuan dari konsep acara ini ialah dapat memberikan wawasan baru mengenai kehidupan yang sehat dan bahagia.

Topik-topik yang diangkat dalam Dr. OZ Indonesia ialah mengenai gaya hidup yang sehat dan berbagai isu terkini berdasarkan pengalaman para narasumber maupun opini dari para pakar. Salah satu narasumbernya adalah para pakar dibidangnya yang akan memberikan informasi pengobatan, mulai dari bagaimana mencegahnya sampai mengobati penyakit.

Program ini terdiri dari 6 segmen yaitu *Story of The Day* mengupas langsung dalam sebuah diskusi bersama para pakar dan memberikan solusi sebagai penutupnya. *The Truth Tube* membahas pengalaman dari seorang narasumber tentang pengalaman medis mereka, yang berbeda-beda setiap episodenya.

*Lab Session* mengungkapkan problema kesehatan dalam konsep laboratorium yang dikemas atraktif dan *fun*. Pada segmen *Activities*, dr. Ryan Thamrin akan mengajak *audience* di studio untuk terlibat langsung dalam sebuah topik yang diangkat.

*Audience* di studio dan di rumah pun berkesempatan bertanya langsung kepada dr. Ryan Thamrin mengenai kesehatan dalam *Ask The Doctor*. Di akhir segmen akan ditutup dengan *Doctor's Order* berbagai tips kesehatan Dr. OZ Indonesia.

Dalam salah satu artikel yang dimuat dalam tabloid bintang *online*, saat ini acara *talkshow* Dr. OZ Indonesia masuk dalam nominasi ajang penghargaan bergengsi insan televisi Panasonic Gobel Awards (PGA) 2014. Tingginya rating, masih menjadi patokan utama bagi penyelenggara PGA ke-17 dalam menentukan para nominator pada program acara.

Dari keseluruhan 22 kategori yang dilombakan, setidaknya sebanyak 15 kategori program acara yang para mominatornya ditentukan dengan melihat rating tayangan acara. Tayangan acara *Talkshow* Dr. OZ Indonesia masuk dalam kategori *Talkshow* Berita dan Informasi yang bersaing dengan acara *talkshow* lain seperti Indonesia Lawyear Club, Tupperware She Can't Enlighten, Meja Bundar, dan Debat (<http://www.tabloidbintang.com/articles/film-tv-musik/kabar/5116-daftar-nominasi-panasonic-gobel-awards-2014>).

Penulis menyadari, bahwa masyarakat menjadi kajian penting dalam melihat seberapa besar perhatian dalam hal ini yang menimbulkan pengaruh dalam diri masyarakat terhadap tayangan tersebut, terutama dalam masalah yang menyangkut kesehatan. Sebab, tayangan ini bisa dikatakan sebagai media edukasi mengenai kesehatan. Masyarakat menjadi bagian penting dalam mengenal negerinya lewat kepeduliannya terhadap masalah kesehatan dan permasalahan-permasalahan yang terjadi di negeri ini.

Oleh sebab itulah penelitian ini mencoba melihat pengaruh tayangan terhadap perilaku masyarakat yang menyangkut dengan kesehatan. Dari pertanyaan itu, maka dalam penulisan skripsi ini berjudul "Pengaruh Tayangan *talkshow* Dr. OZ Indonesia Trans TV Terhadap Perilaku hidup sehat masyarakat Samarinda. Dengan survei terhadap Masyarakat RT. 09 dan RT, 10 Kelurahan Sempaja Selatan Kecamatan Samarinda Utara. Alasan menjadikan Masyarakat RT. 09 dan RT. 10 sebagai objek yang teliti adalah Masyarakat tersebut bertempat tinggal di lingkungan yang masih kurang akan kebersihannya. Sehingga Peneliti ingin melihat apakah ada pengaruh tayangan *talkshow* Dr. OZ Indonesia Trans TV terhadap perilaku hidup sehat di masyarakat tersebut.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : Apakah Ada Pengaruh Tayangan *Talkshow* Dr. OZ Indonesia Trans TV terhadap Perilaku Hidup Sehat Masyarakat Samarinda.

## **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu : Untuk mengetahui pengaruh tayangan *talkshow* Dr. OZ Indonesia Trans TV terhadap perilaku hidup sehat masyarakat samarinda.

## **Landasan Teori**

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan yaitu Teori Kultivasi. Teori ini banyak membahas mengenai efek atau dampak yang ditimbulkan dari tayangan *talkshow* Dr. OZ Indonesia Trans TV.

## **Teori Kultivasi**

Teori yang diperkenalkan oleh George Gerbner ini menekankan pada dampak yang dimunculkan televisi dalam mempengaruhi sikap dan perilaku khalayaknya. Teori ini berpendapat bahwa televisi menjadi media atau alat yang utama dimana para penonton televisi belajar tentang masyarakat dan kultur di lingkungannya. Maksudnya, melalui kontak penonton dengan televisi, penonton belajar mengenal dunia mulai dari orang-orang serta nilai-nilai dan adat kebiasaannya (Nurudin, 2011:167).

## **Komunikasi Massa**

Dalam buku Pengantar Psikologi Komunikasi, Jalaludin Rakhmat (2008:189) mendefenisikan komunikasi massa sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau media elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

## **Televisi dalam Media Massa**

Media televisi sebagai sarana tayang realitas sosial menjadi penting artinya bagi manusia untuk memantau diri manusia dalam kehidupan sosialnya. Pemantauan itu bisa dalam bentuk perilaku, mode bahkan sikap terhadap ideologi tertentu. Televisi adalah media komunikasi massa audio visual yang dapat memberikan tekanan kepada dua indera manusia sekaligus, yaitu pada indera penglihatan dan indera pendengaran (Effendi, 2004:55).

Menurut Kuswandi (1996), terdapat tiga dampak yang ditimbulkan dari acara televisi terhadap pemirsa, yaitu:

1. Dampak kognitif yaitu kemampuan seseorang atau pemirsa untuk menyerap dan memahami acara yang ditayangkan televisi yang melahirkan pengetahuan bagi pemirsa.
2. Dampak peniruan yaitu pemirsa dihadapkan pada trendi aktual yang ditayangkan televisi.
3. Dampak perilaku yaitu proses tertanamnya nilai-nilai sosial budaya yang telah ditayangkan acara televisi yang diterapkan dalam kehidupan pemirsa sehari-hari.

### **Talkshow**

Pengertian *Talkshow* adalah sebuah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*host*). Mereka yang diundang adalah orang-orang yang berpengalaman langsung dengan peristiwa atau topik yang diperbincangkan atau mereka yang ahli dalam masalah yang tengah dibahas (Morrisan, 217:2008).

### **Perilaku Hidup Sehat**

#### **Pengertian Perilaku**

Perilaku dalam kamus bahasa Indonesia adalah tingkah laku atau perbuatan individu atau tanggapan individu yang terwujud dalam gerakan atau sikap (Walgoto, 1990:150).

#### **Pengertian Perilaku Hidup Sehat**

Pengertian perilaku hidup sehat menurut Soekidjo Notoatmojo (1997:121) adalah suatu respon seseorang/organisme terhadap stimulus yang berkaitan dengan sakit dan penyakit, sistem pelayanan kesehatan, makanan, serta lingkungan.

#### **Efek Media Massa**

Menurut Jalaludin Rakhmat (2007:220) adapun tentang adanya efek media massa dari kehadirannya sebagai benda fisik. Steven H. Chaffe menyebut lima hal, yaitu ;

1. Efek Ekonomis  
Efek ekonomis, kehadiran media massa menggerakkan berbagai usaha produksi, distribusi, dan konsumsi “jasa” media massa.
2. Efek Sosial  
Efek sosial, berkenaan dengan perubahan pola struktur atau interaksi sosial akibat kehadiran media massa. Kehadiran televisi meningkatkan status sosial pemilikinya. Dipedesaan, televisi telah membentuk jaringan-jaringan interaksi sosial yang baru. Pemilik televisi sekarang menjadi pusat jaringan sosial yang menghimpun di sekitarnya hubungan yang baru. (Suparlan, 1976).
3. Efek pada penjadwalan kegiatan  
Schramm, Lyle, Parker (1961) menunjukkan dengan cermat bagaimana kehadiran televisi telah mengurangi waktu bermain, tidur, membaca, dan menonton film pada sebuah kota di Amerika.
4. Efek pada penyaluran/penghilangan perasaan tertentu  
Sering terjadi orang menggunakan media untuk menghilangkan perasaan tidak enak, misalnya kesepian, marah, kecewa, sedih, dan sebagainya. Kehadiran media massa bukan hanya sebagai penghilang perasaan tertentu tetapi menumbuhkan perasaan tertentu pula. Tambahnya perasaan atau percaya pada apa yang disampaikan oleh media massa tersebut mungkin erat kaitannya dengan pengalaman individu tersebut.

5. Efek perasaan orang terhadap media

Efek media massa dengan melihat jelas perubahan yang terjadi pada diri khalayak yang berupa perubahan sikap, perasaan, dan perilaku atau dengan istilah lain dikenal sebagai perubahan kognitif, afektif, dan behavioral.

Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek ini akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya.

Efek afektif ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan sekedar mempengaruhi khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu. Khalayak diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya.

## Metode Penelitian

### Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Metode survei yang digunakan adalah metode survei Eksplanatif yang bersifat Asosiatif yaitu mengetahui hubungan (korelasi) antara variabel yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner (Kriyanto 2008:60).

### Definisi Operasional

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang diberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Definisi ini merupakan identifikasi dari definisi konseptual yang dirinci ke dalam indikator yang akan diukur, maka indikator dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel X (Variabel Independent/Variabel pengaruh)

Variabel Independent dalam penelitian ini adalah pengaruh menonton tayangan *talkshow* “*Dr. OZ Indonesia*” maka untuk penelitian ini variabel dioperasionalkan dengan indikator-indikator dilihat dari intensitas menonton *talkshow* “*Dr. OZ Indonesia*” di Trans TV. Intensitas menonton *talkshow* merupakan variabel X diukur dari :

- a. Frekuensi menonton *talkshow* “*Dr. OZ Indonesia*”
- b. Durasi waktu menonton *talkshow* “*Dr. OZ Indonesia*”
- c. Intensitas menonton *talkshow* “*Dr. OZ Indonesia*”
- d. Tingkat pemahaman topik atau tema *talkshow* “*Dr. OZ Indonesia*”

2. Variabel Y (Variabel Dependent/Variabel Tergantung)

Variabel dependent merupakan variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya (Rakhmat, 1995:12). Dalam hal ini, akan diketahui apakah responden akan membawa pengaruh perilaku hidup sehat setelah menonton *talkshow* “*Dr. OZ Indonesia*”. Melalui variabel ini penulis membagi perubahan perilaku hidup sehat masyarakat Samarinda yang menonton *talkshow* “*Dr. OZ Indonesia*” terhadap perilaku masyarakat baik di lingkungan keluarga dirumah ataupun perilaku di lingkungan masyarakat sekitarnya.

Indikator untuk mengukur variabel perilaku hidup sehat dilihat dari :

1. Pola makan yang sehat.
2. Olahraga yang teratur.
3. Istirahat yang cukup.

### ***Teknik Sampling***

Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan teknik yaitu teknik random sampling. Pada teknik ini, sampel ditetapkan dengan sengaja oleh peneliti. Pada teknik ini, pengambilan sampel dengan cara peneliti mencampur objek-objek di dalam populasi sehingga semua objek dianggap memiliki kesempatan yang sama untuk diambil sebagai sampel. Namun, pada penelitian ini teknik random sampling ditentukan dengan cara acak berkelompok (*cluster random sampling*) yaitu dengan pengambilan sampel yang dilakukan terhadap sampling unit (individu), dimana sampling unitnya berada dalam satu kelompok (*cluster*). Tiap unit (individu) di dalam kelompok yang terpilih akan diambil sebagai sampel (Jalaluddin Rakhmat, 2007:139).

Dari pengambilan sampel dengan cara acak berkelompok maka diperoleh 2 RT (Rukun Tetangga) sebagai sampel wilayah penelitian, yaitu RT 09 dan RT 10 Kelurahan Sempaja Selatan Kecamatan Samarinda Utara.

Selanjutnya untuk menentukan berapa besar sampel yang diambil dari populasi keseluruhan, penulis menggunakan rumus dari Yamane dengan tingkat presisi 10% sebagaimana dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat (1989:113) dengan rumus :

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

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian lapangan yang didalamnya terdapat menyebarkan kuesioner dan observasi. Kemudian ditambah dengan riset pustaka untuk memperkaya hasil penelitian yaitu dengan melihat literature, buku referensi, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan penelitian ini.

Alat pengukur data yang digunakan peneliti adalah kuesioner dengan model penskalaan Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang suatu objek sikap. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Untuk skala pengukuran, peneliti menggunakan skala interval yaitu skala yang menunjukkan jarak antara satu data dengan data yang lain dan mempunyai bobot yang sama (Jalaluddin Rakhmat, 2007: 17).

Teknik analisis data yang dipergunakan adalah dengan teknis analisis regresi linear sederhana dan korelasi pearson product moment. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh antara satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat. (Sugiyono, 2007:260) Formulasi regresi linier sederhana disusun sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = (baca Y topi), subjek variabel terikat yang dioperasikan

X = Variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu untuk diproyeksikan

a = Nilai konstanta harga Y jika X = 0

b = Nilai arah sebagai penentu ramalan (prediksi) yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (-) variabel Y

Untuk mengetahui nilai a dan b dibuat persamaan regresi dengan memasukkan angka-angka statistik dari tabel penolong dengan rumus :

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)\sum xy}{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \quad b = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

Sebelum mencari pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) yang terlebih dahulu dilakukan adalah mencari hubungan dari kedua variabel dengan menggunakan teknik analisis Korelasi Pearson Product Moment dengan formulasi sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum x^2 - (\sum x)^2][N\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Di mana :

r = koefisien korelasi Pearson Product Moment

N = jumlah individu dalam sampel

X = angka mentah untuk variabel X

Y = angka mentah untuk variabel Y

Kemudian untuk menguji signifikansi keeratan hubungan, digunakan uji signifikansi "T", yakni dengan menggunakan rumus :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Melalui teknik analisis data di ataslah jawaban dari kuesioner akan diproses hingga akan mendapatkan jawaban yang akurat untuk masalah penelitian.

## Hasil dan Pembahasan

Berikut ini akan diuraikan pengaruh tayangan *talkshow* "Dr. OZ Indonesia Trans TV" terhadap perilaku hidup sehat Kelurahan Sempaja Selatan Kecamatan Samarinda Utara. Peneliti akan melakukan analisis pembahasan menurut teknik analisis data yang digunakan dengan berdasarkan pada observasi dan hasil penelitian.

**Umur**, berdasarkan dari hasil penelitian yang penulis lakukan bahwa rata-rata umur yang responden yang terpengaruh terhadap perilaku hidup sehat ketika menonton tayangan *talkshow* "Dr. OZ Indonesia Trans TV" adalah masyarakat yang berusia 20 tahun s/d 25 tahun yaitu sebesar 44,44% dari 54 responden. Hal ini berarti responden yang berusia 20 s/d 25 tahun mendapat efek kognitif dari tayangan *talkshow* "Dr. OZ Indonesia Trans TV" berupa informasi mengenai masalah-masalah kesehatan dan hal itu berpengaruh terhadap perilaku hidup sehat

yang diterapkan masyarakat dalam lingkungan keluarga maupun lingkungan rumah.

**Jenis Kelamin**, dilihat dari hasil penelitian yang penulis lakukan bahwa rata-rata jenis kelamin responden yang terpengaruh terhadap perilaku hidup sehat ketika menonton tayangan *talkshow "Dr. OZ Indonesia Trans TV"* adalah masyarakat yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebesar 64,81% dari 54 responden. Hal ini berarti responden yang berjenis kelamin perempuan mendapat efek kognitif dari tayangan *talkshow "Dr. OZ Indonesia Trans TV"* berupa informasi mengenai masalah-masalah kesehatan dan hal itu berpengaruh terhadap perilaku hidup sehat yang diterapkan masyarakat dalam lingkungan keluarga maupun lingkungan rumah.

**Pendidikan**, dilihat dari hasil penelitian yang penulis lakukan pada bidang pendidikan, tingkat pendidikan rata-rata responden yang terpengaruh terhadap perilaku hidup sehat ketika menonton tayangan *talkshow "Dr. OZ Indonesia Trans TV"* adalah masyarakat dengan pendidikan tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) yaitu sebesar 48,15% dari 54 responden. Hal ini berarti responden dengan pendidikan tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) mendapat efek kognitif dari tayangan *talkshow "Dr. OZ Indonesia Trans TV"* berupa informasi mengenai masalah-masalah kesehatan dan hal itu berpengaruh terhadap perilaku hidup sehat yang diterapkan masyarakat dalam lingkungan keluarga maupun lingkungan rumah.

**Tayangan talkshow**, berdasarkan hasil penelitian dan jumlah responden yang menonton tayangan *talkshow "Dr. OZ Indonesia Trans TV"* terdapat indikator yang digunakan penulis dalam penelitian ini, yaitu :

Frekuensi menonton tayangan *talkshow "Dr. OZ Indonesia Trans TV"* untuk mengetahui seberapa sering responden menonton tayangan *talkshow "Dr. OZ Indonesia Trans TV"* selama seminggu. Bahwa untuk dapat lebih memahami maksud dan cerita dalam *talkshow "Dr. OZ Indonesia Trans TV"* responden haruslah menonton tayangan *talkshow* ini dengan lebih sering. Hal ini terlihat dari hasil jawaban responden yang setuju untuk menonton tayangan *talkshow* disetiap episodenya yang tayang dua kali seminggu yakni sebesar 48,15%.

Intensitas menonton tayangan *talkshow "Dr. OZ Indonesia Trans TV"* untuk mengetahui seberapa sering responden meninggalkan atau menunda pekerjaan lainnya hanya untuk menonton *talkshow "Dr. OZ Indonesia Trans TV"*. Bahwa untuk mengetahui tingkat kedalaman sikap responden dalam menonton *talkshow "Dr. OZ Indonesia Trans TV"* responden haruslah menonton tayangan *talkshow* ini dengan lebih sering. Hal ini terlihat dari hasil jawaban responden yang setuju untuk rela menunda pekerjaan apapun demi menonton tayangan *talkshow* yakni sebesar 57,41%.

Menyediakan waktu khusus untuk menonton tayangan *talkshow* setiap jadwal tayangnya lebih banyak dilakukan oleh responden. Karena untuk dapat selalu mengetahui topik kesehatan apa saja yang akan diangkat setiap episodenya, responden harusnya menonton setiap jadwal tayang *talkshow* tersebut maka responden haruslah menonton *talkshow "Dr. OZ Indonesia Trans TV"* sampai

selesai tanpa menggantinya dengan channel lain. Hal ini terbukti dengan jumlah responden yang menjawab setuju pada kuesioner yang penulis bagikan sebesar 55,56%.

Pemahaman topik dalam talkshow “*Dr. OZ Indonesia Trans TV*”, topik yang diangkat dibuat dengan menarik dan segmen yang baik pula diguguhkan dalam talkshow “*Dr. OZ Indonesia Trans TV*”. Hal ini terlihat matangnya topik *talkshow* dan segmen yang dibuat oleh tim kreatif dalam setiap episodenya untuk dapat membangkitkan rasa ingin tahu penontonnya untuk selalu menonton *talkshow* dengan topik yang berbeda setiap episodenya. Dalam *talkshow* selain ada segmen yang memperbincangkan masalah kesehatan, juga terdapat segmen simulasi atau peragaan yang dilakukan oleh *host talkshow* tersebut yaitu seorang dokter juga yakni dr. Ryan Thamrin yang memperagakan dengan baik. Hal ini jika dikaitkan oleh teori komunikasi massa yang ada bahwa setelah mendapatkan rangsangan dari media (segmen-segmen yang disuguhkan dalam *talkshow*) akan menimbulkan perhatian, pengertian, dan pemahaman dalam diri penontonnya dalam hal ini responden. Dalam indikator ini meliputi memahami informasi dari topik yang diangkat dalam *talkshow* karena mengangkat masalah kesehatan penyakit yang sering terjadi dalam kehidupan manusia, menyukai gaya tampilan tayangan yang atraktif dan menghibur, diskusi yang diperbincangkan mudah dipahami responden, dan bertemakan kesehatan yang menjadi unggulan dalam *talkshow* “*Dr. OZ Indonesia Trans TV*”. Topik mengenai masalah kesehatan yang di angkat juga sangat menarik. Hal ini sangat sesuai dengan hasil jawaban responden Kelurahan Sempaja Selatan Kecamatan Samarinda Utara yang memilih jawaban setuju lebih banyak dari jawaban lainnya yakni sebesar 68,52%.

**Perilaku hidup sehat**, yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini adalah perilaku hidup responden yang lebih memperhatikan segala aspek kondisi kesehatan dalam artian responden yang dulunya tidak memperhatikan masalah kesehatan seperti tidak sering mengkonsumsi makanan yang memenuhi standar kesehatan (sayur dan buah) setiap harinya, tidak meluangkan waktunya untuk berolahraga, serta tidak disiplin mengatur jam istirahat (jam tidur) kini responden menjadi lebih memperhatikan segala aspek mengenai kesehatan, dengan mengkonsumsi sayur dan buah setiap hari, meluangkan waktu untuk berolahraga setiap minggunya, kemudian disiplin mengatur jam istirahat (jam tidur) yang ideal. Melalui hasil jawaban responden pada kuesioner pada indikator perilaku hidup sehat masyarakat ini tidak cukup kuat mempengaruhi responden Kelurahan Sempaja Selatan Samarinda yaitu 68,02% atau sebesar 16% nilai dari hasil uji signifikansi pengaruh tayangan *talkshow* terhadap perilaku hidup sehat yang dilakukan masyarakat Kelurahan Sempaja Selatan Kecamatan Samarinda Utara.

Efek media massa yang terdapat dalam penelitian ini yaitu efek kognitif berupa informasi mengenai masalah-masalah kesehatan. Melalui tayangan-tayangan *talkshow* yang disuguhkan, masyarakat bisa mempelajari bagaimana masyarakat menjaga perilaku hidup sehat dan kemudian perilaku hidup sehat tersebut diterapkan dalam lingkungan keluarga maupun lingkungan rumah. Hal ini bisa dilihat dari hasil penelitian yang sudah dibahas

sebelumnya. Menurut *Mc Luhan* sendiri, media massa adalah perpanjangan alat indra kita. Dengan media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita lihat atau belum pernah kita kunjungi secara langsung.

Dari hasil penelitian yang diperoleh dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara menonton tayangan *talkshow* “*Dr. OZ Indonesia Trans TV*” terhadap perilaku hidup sehat masyarakat menjadi lebih mengerti tentang kesehatan akibat menonton tayangan *talkshow* pada masyarakat Kelurahan Sempaja Selatan Kecamatan Samarinda Utara. Sebagaimana ditunjukkan oleh angka koefisien korelasi sebesar 0,400. Keadaan ini berarti bahwa semakin tinggi pengaruh tayangan *talkshow* “*Dr. OZ Indonesia Trans TV*” maka perilaku hidup sehat masyarakat juga akan semakin tinggi. Sebaliknya, jika pengaruh tayangan *talkshow* rendah maka perilaku hidup sehat masyarakat juga rendah. Hasil analisis menunjukkan secara statistik, hipotesis yang diajukan peneliti, yang menyatakan adanya pengaruh antara tayangan *talkshow* “*Dr. OZ Indonesia Trans TV*” televisi dan perilaku hidup sehat masyarakat dapat diterima.

Hasil penelitian yang ditunjukkan oleh angka sumbangan efektif sebesar 16% mengidentifikasi bahwa variabel tayangan *talkshow* “*Dr. OZ Indonesia Trans TV*” di televisi bukan faktor dominan yang mempengaruhi perilaku hidup sehat masyarakat. Meskipun tidak dominan, tayangan *talkshow* “*Dr. OZ Indonesia Trans TV*” salah satu faktor penyebab perilaku hidup sehat masyarakat. Ditinjau dari teori yang ada, *Cultivation Theory* yakni melihat televisi sebagai sebuah kekuatan dominan yang bentuk pandangan masyarakat tentang dunia. Dimana televisi memberikan gambaran-gambaran nyata tentang apa yang terjadi dalam masyarakat, apa yang penting dan apa yang benar serta bagaimana pengaruhnya pada penonton televisi, khususnya pandangan mereka tentang dunia. Televisi adalah bagian yang menyatu dengan kehidupan sehari-hari kita. Dramanya, iklannya, beritanya, dan acara lain membawa dunia yang relatif koheren dari kesan umum dan mengirimkan pesan kesetiap rumah, teori kultivasi sangat menonjol dalam kajian mengenai efek media televisi terhadap khalayak, dibandingkan media massa yang lain televisi mendapatkan tempat yang sedemikian signifikan dalam kehidupan sehari-hari sehingga mendominasi lingkungan simbolik kita, dengan cara menggantikan pesannya tentang realitas bagi pengalaman pribadi dan sarana mengetahui dunia lainnya (McQuail, 1996 : 254).

## **Kesimpulan**

Berdasarkan pada penyajian data, analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Terdapat Pengaruh yang positif dan signifikan antara pengaruh tayangan *talkshow* “*Dr. OZ Indonesia Trans TV*” terhadap perilaku hidup sehat masyarakat yaitu perilaku masyarakat menjadi lebih memperhatikan aspek kondisi kesehatan dalam artian karena responden mulai lebih memperhatikan aspek mengenai kesehatan terlihat dari jumlah seringnya

responden mengkonsumsi sayur dan buah setiap hari, meluangkan waktu untuk berolahraga setiap minggunya, kemudian disiplin mengatur jam istirahat (jam tidur) yang ideal dengan jumlah presentase uji signifikansi yaitu sebesar 16% dengan kata lain  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima.

2. Media massa dapat memberikan efek yang kuat yaitu efek kognitif kepada *audiencenya* melalui tayangan-tayangan *talkshow* yang disuguhkan apalagi mengingat bahwa tayangan *talkshow* memiliki jumlah episode-episode yang tidaklah pendek dengan jam tayang dua kali seminggu yang akan secara bebas memberikan pengaruh positif bagi responden yang menontonnya secara terus menerus setiap jadwal tayangnya.
3. Tingginya tingkat masyarakat yang menonton tayangan *talkshow* dipengaruhi oleh adanya suatu pemenuhan kebutuhan yaitu ilmu tentang kesehatan. Hal ini terlihat dari besarnya persentase jumlah masyarakat yang menyukai tayangan *talkshow* yaitu sebesar 75,93%.

### Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan setelah melihat hasil dari penelitian ini, maka peneliti memberi saran sebagai berikut :

1. Diharapkan kepada Trans TV sebagai stasiun televisi swasta yang menayangkan acara *talkshow* “Dr. OZ Indonesia”, agar menyiarkan tayangan *talkshow* “Dr. OZ Indonesia” disiarkan secara langsung (*Live*).
2. Diharapkan kepada masyarakat yang menonton tayangan *talkshow* “Dr. OZ Indonesia Trans TV” agar menerapkan efek positif dari tayangan yang disuguhkan melalui topik (tema), diskusi antara *host* dengan bintang tamu (narasumber), serta segmen-segmen yang banyak memberi manfaat dan bagi kehidupan masyarakat yang sehat dan bahagia.

### DAFTAR PUSTAKA

- Uchajana Effendy, Onong. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Cipta Aditya Bakti.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Morrison. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta : Kencana.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Notoatmojo, Sukijo. 1993. *Pengantar pendidikan kesehatan dan ilmu perilaku kesehatan*. Jakarta : Andi Offset.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Morrison dkk. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor : PT. Ghalia Indonesia.