

## Pengaruh Kualitas Penyiaran Program Kick Andy terhadap Loyalitas Penonton

Della Renata<sup>1\*</sup>, Guntur F. Prisanto<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Inter Studi, Indonesia

\*[dellaralwie@gmail.com](mailto:dellaralwie@gmail.com)

### Abstract

*One of the successful talk show programs in Indonesia is Kick Andy, hosted by Andy F. Noya. This program is known for its courage in raising various social, political, health, and educational issues with a critical approach and touching the human side. With a unique concept, credible sources, and interesting presentation, Kick Andy has managed to maintain its existence in the world of Indonesian television for many years, despite the onslaught of the digital era and media disruption. This research aims to find out whether there is an influence and how much influence the quality of Kick Andy program broadcasting has on audience loyalty. Broadcasting quality in this case includes aspects of content, delivery, and visual appeal, while audience loyalty is seen from the frequency of viewing, continued interest, and emotional involvement in the program. This research uses a quantitative approach with a survey method. The population in this study were active followers of the @Kickandyshow Instagram account who met the criteria as television viewers. The purposive sampling technique was used in the sample selection, and the data was obtained through distributing questionnaires to 100 respondents. The data were analyzed using SPSS, through validity, reliability, simple linear regression, and hypothesis testing. The results showed that variable X (Broadcasting Quality) had a positive influence on variable Y (Audience Loyalty) with a contribution of 42.4%.*

**Keywords:** Audience Loyalty, Broadcast Quality, Kick Andy, Mass Communication, Television Program

### Abstrak

Program talkshow yang sukses di Indonesia salah satunya adalah Kick Andy yang dipandu oleh Andy F. Noya. Program ini dikenal karena keberaniannya dalam mengangkat berbagai isu sosial, politik, kesehatan, dan pendidikan dengan pendekatan yang kritis dan menyentuh sisi kemanusiaan. Kick Andy tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memberikan inspirasi dan edukasi kepada masyarakat. Dengan konsep yang unik, narasumber yang kredibel, serta penyajian yang menarik, Kick Andy berhasil mempertahankan eksistensinya di dunia pertelevisian Indonesia selama bertahun-tahun, meskipun berada di tengah gempuran era digital dan disrupsi media. Keberhasilan ini juga tidak terlepas dari kualitas penyiaran yang konsisten serta loyalitas penonton yang kuat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh serta seberapa besar pengaruh kualitas penyiaran program Kick Andy terhadap loyalitas penonton. Kualitas penyiaran dalam hal ini mencakup aspek isi, penyampaian, dan daya tarik visual, sedangkan loyalitas penonton dilihat dari frekuensi menonton, ketertarikan berkelanjutan, serta keterlibatan emosional terhadap program. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut aktif akun Instagram @Kickandyshow yang memenuhi kriteria sebagai penonton televisi. Teknik *purposive sampling* digunakan dalam pemilihan sampel, dan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Data dianalisis menggunakan SPSS, melalui uji validitas, reliabilitas, regresi linier sederhana, serta pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel X

(Kualitas Penyiaran) memiliki pengaruh positif terhadap variabel Y (Loyalitas Penonton) dengan kontribusi sebesar 42,4%.

**Kata kunci:** Kick Andy, Komunikasi Massa, Kualitas Penyiaran, Loyalitas Penonton, Program Televisi

### **Pendahuluan**

Kebutuhan informasi kini dapat dengan sangat mudah diakses oleh masyarakat berkat perkembangan teknologi yang semakin inovatif dan membawa dampak positif. Informasi lokal, nasional, dan internasional kini dapat diakses dengan lebih mudah berkat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK). Berbagai informasi tersebut disajikan dalam berbagai format, mulai dari media cetak seperti koran, majalah, dan tabloid hingga media elektronik seperti radio dan televisi. Di antara berbagai media komunikasi yang telah disebutkan, televisi merupakan sarana yang dianggap paling efektif dalam menyampaikan informasi (Rabbani, 2016).

Arnaud Fraed, *Presiden Commercial For Asia* menjelaskan bagaimana Nielsen mengukur jumlah penonton TV di Indonesia melalui Nielsen Panel, yang mencakup lebih dari 12.000 rumah tangga di seluruh Indonesia. Panel ini dilengkapi dengan perangkat bernama *Peoplemeter* yang terhubung ke televisi di rumah-rumah (Marketeers, 2023). Diakses pada Jumat, 18 Oktober 2023 pukul 16.54 WIB Oktober 2023 pukul 18.30 WIB Meskipun data survei snapchart menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam pola konsumsi media masyarakat, televisi tetap menjadi salah satu media yang bisa mencapai audiens dalam jumlah besar dan cepat dengan menyajikan beragam program menarik, seperti *talkshow*. Acara ini menampilkan diskusi antara narasumber mengenai topik tertentu dengan arahan dari seorang pembawa acara (Mariskhana, 2017). Salah satu program talkshow yang paling sukses di Indonesia adalah "Kick Andy," yang dipandu dengan baik oleh Andy F. Noya, program ini dikenal karena keberaniannya dalam mengangkat berbagai isu sosial, politik, kesehatan, dan pendidikan dengan pendekatan yang kritis. Sejak diluncurkan pada tahun 2006, program ini telah menjadi salah satu unggulan dan berhasil bertahan di tengah sengitnya persaingan di dunia televisi.



**Gambar 1.** Program Kick Andy

Namun data survei Snapcart menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam pola konsumsi media masyarakat. Dengan 57% responden yang mengatakan mereka terakhir kali menonton TV lokal beberapa bulan lalu, bisa disimpulkan bahwa televisi lokal mulai kalah saing dengan platform digital. Banyak orang kini lebih memilih layanan streaming dan media sosial yang bisa diakses kapan saja, sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pribadi (Good Stats, 2024). Diakses pada Jumat, 18.

Andy F. Noya, pembawa acara program ini, memiliki kemampuan dalam menyampaikan wawancara dengan topik-topik serius namun tetap dapat membuat penonton merasa nyaman dan terhibur. Pertanyaan-pertanyaan yang dia ajukan, serta caranya yang sopan namun terkadang juga dapat bersifat tajam terhadap narasumber, menjadikan acara "Kick Andy" semakin digemari. Hal ini terbukti dari keberlangsungan program tersebut selama kurang lebih 18 tahun (Patricia, 2024).

Konsistensi program Kick Andy, yang sudah berdiri 18 tahun lamanya dengan menyajikan tema-tema menarik telah membawanya meraih berbagai penghargaan bergengsi, di antaranya adalah pada tahun 2010 dan 2011, program Kick Andy berhasil memenangkan Panasonic Gobel Award for Entertainment Talkshow Presenter, dan di tahun 2009 dan 2012 program Kick Andy memenangkan Panasonic Gobel Award for Favorite News Talkshow Program. (Media Indonesia, 2019) Diakses pada Sabtu, 19 Oktober 2024 pukul 12.36 WIB.

Tayangan talkshow di televisi swasta semakin menarik perhatian audiens dan saling bersaing seiring berkembangnya program acara lain di televisi lain, Bahkan meskipun formatnya tetap sama, judulnya bisa saja berbeda. (Giantika, 2015).

Berdasarkan hasil survei Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) tahun 2022, salah satu program yang sedang diminati pemirsa adalah program tayangan *talkshow*. Survei terakhir menunjukkan bahwa program dalam kategori *talkshow* mencapai indeks sebesar 3,46, menunjukkan bahwa kategori ini telah memenuhi standar kualitas program yang ditetapkan oleh KPI (Komisi Penyiaran Indonesia, 2022). Diakses pada Sabtu, 19 Oktober 2014 pukul 13.47 WIB.



**Gambar 2.** Hasil Indeks Kualitas Program *Talkshow* tahun 2022

Sebelumnya, dalam acara Award KPI tahun 2015, program Kick Andy berhasil memenangkan award sebagai program talkshow terbaik. KPI menilai dari banyaknya aspek. Seperti, kedalaman konten, edukasi serta kontribusi sosial dari setiap program yang menjadi dasar pengukuran kualitas siaran. Dengan pencapaian ini, dapat disimpulkan bahwa tayangan Kick Andy sudah memenuhi standar yang ditetapkan oleh KPI (Patricia, 2024).



**Gambar 3.** Program Kick Andy sebagai program *talkshow* terbaik 2015

Salah satu keunggulan Kick Andy yang membedakannya dari talkshow lainnya adalah segmen Kick Andy Heroes. Program ini secara khusus mengangkat sosok-sosok inspiratif yang telah memberikan kontribusi positif bagi masyarakat Indonesia. Melalui segmen ini, Kick Andy tidak hanya menyajikan hiburan, tetapi juga memberikan nilai sosial yang mendalam dengan membahas isu-isu kemanusiaan dan cerita-cerita inspiratif yang menyentuh hati penonton.



**Gambar 4.** Program Kick Andy Heroes 2023

Di samping kontennya yang kuat, Kick Andy juga memperhatikan kualitas teknis seperti pengeditan visual, pencahayaan, dan audio yang profesional untuk memastikan pengalaman menonton yang nyaman dan berkualitas tinggi. Aspek penyampaian informasi pun tak kalah penting, informasi disampaikan dengan akurat dan objektif, didukung oleh gaya wawancara Andy Noya yang hangat dan mendalam. Kombinasi dari konten yang inspiratif, kualitas produksi yang baik, dan penyampaian yang khas ini diharapkan mampu menciptakan loyalitas di kalangan

penontonnya, bahkan di tengah persaingan yang ketat di era media digital (Gan Giantika, 2015).

Program yang berkualitas memiliki peran krusial dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, yang pada akhirnya akan menghasilkan kepuasan dan loyalitas (Fathurrisqy,2019). Loyalitas adalah rasa komitmen dan kesetiaan yang kuat kepada seseorang, kelompok organisasi atau ide tertentu. Orang yang loyal biasanya memiliki keterikatan emosional dan merasa terhubung secara mendalam dengan sesuatu atau seseorang. Perasaan ini sering terlihat dalam tindakan dan perilaku yang mendukung dan mempertahankan hubungan tersebut, seperti memberikan dukungan konsisten atau tetap setia bahkan dalam situasi sulit (Arya Trisidanto,2024).

Loyalitas penonton sangat penting untuk keberhasilan sebuah program karena hal ini berkontribusi langsung pada popularitas dan keberlanjutan konten tersebut. Penonton yang setia tidak hanya terus menonton program, tetapi juga berpartisipasi aktif dalam mendukung program dengan berbagi di media sosial, dan memberikan kritik yang bermanfaat (Azizah et al., 2024). Mengacu pada Yu & Hang dalam (Widyatama et al., 2021) di era disrupsi, loyalitas penonton televisi bisa berubah dengan cepat. Era ini terjadi ketika inovasi baru menggantikan atau merusak pasar lama. Dalam dunia penyiaran, disrupsi muncul karena internet menciptakan platform media baru, seperti layanan streaming, yang membuat cara lama menonton televisi jadi kurang diminati dan memaksa industri TV konvensional untuk beradaptasi. Disrupsi adalah perubahan besar yang menggantikan cara atau sistem lama dengan inovasi baru, sering kali mengganggu pasar atau industri yang sudah ada.

Konsep ini dikemukakan oleh Clayton Christensen dalam bukunya yang berjudul *The Innovator's Dilemma*, yang menjelaskan bagaimana produk atau layanan baru muncul dan menggantikan pemain lama yang tidak cepat beradaptasi (Widyatama et al., 2021). Penelitian ini akan menjawab pertanyaan mendasar mengenai apakah ada pengaruh kualitas penyiaran program “Kick Andy” terhadap loyalitas penonton. Dalam konteks persaingan program televisi yang semakin ketat, di mana banyak pilihan tersedia bagi penonton, kualitas penyiaran yang tinggi, termasuk konten yang informatif dan penyampaian yang menarik diduga memiliki pengaruh positif terhadap keterikatan penonton. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan bahwa kualitas penyiaran program “Kick Andy” berkontribusi signifikan terhadap loyalitas penonton.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, adakah dan seberapa besar pengaruh kualitas penyiaran program “Kick Andy” terhadap loyalitas penonton ? Dalam penelitian ini, terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas penyiaran program “Kick Andy” terhadap loyalitas penonton. Manfaat penelitian ini, dilihat dari sisi akademis, diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai literatur atau referensi yang berguna bagi civitas akademik dalam memahami kualitas penyiaran program televisi. Penelitian ini juga diharapkan menjadi dasar yang kuat untuk mengkaji dan menganalisis penelitian-penelitian sejenis di bidang media penyiaran dan

pengaruhnya terhadap audiens. Dari segi praktis, penelitian ini mampu membantu stasiun televisi dan pihak terkait dalam memahami pengaruh kualitas penyiaran program Kick Andy terhadap loyalitas penonton. Temuan dari penelitian ini juga dapat dijadikan bahan evaluasi untuk mengembangkan strategi penyiaran yang lebih efektif dan relevan, sehingga program Kick Andy dapat lebih tepat sasaran dalam menjangkau dan mempertahankan audiensnya.

### **Tinjauan Literatur**

Pada bagian ini, terdapat beberapa jurnal acuan yang digunakan penulis sebagai berikut.

Jurnal referensi pertama berjudul “Pengaruh Kualitas Penyiaran dan Pengemasan Program Terhadap Kepuasan Pemirsa Pada Program Musik Inbox SCTV: Studi Kasus pada Mahasiswa BSI Pemuda Rawamangun. “ Penelitian ini menggunakan metode statistik deskriptif dan didasarkan pada sampel sebanyak 50 partisipan, yang kesemuanya adalah mahasiswa BSI kampus Rawamangun. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi tingkat kepuasan penonton terhadap program acara Inbox. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian yang mendalam mengenai program tersebut. Hasil penelitian menunjukkan adanya dampak yang substansial sebesar 88. 3% antara kualitas siaran dan kemasan program terhadap kepuasan pemirsa. Perbedaan utama antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya terletak pada variabel dependen yang digunakan. Sementara penelitian sebelumnya mengukur kepuasan menonton, penelitian ini lebih fokus pada pengukuran loyalitas sebagai variabel dependen.

Kemudian jurnal acuan kedua, “Pengaruh Program Talkshow Mata Najwa di Trans 7 Terhadap Loyalitas Penonton” ditulis oleh Muhammad Fathurrizqy dan A Happy Prasetyawati. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivisme dan metode survei. Hasilnya menunjukkan dampak yang signifikan dari konten media dan kehadiran media terhadap loyalitas audien. Selain itu, ditemukan bahwa kepuasan terhadap konten media berdampak pada program Mata Najwa yang disiarkan di Trans7. Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian terletak pada fokusnya; Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh konten media program Mata Najwa terhadap loyalitas pemirsa Mata Najwa di Trans7, sedangkan penelitian ini lebih berfokus pada mengkaji pengaruh kualitas siaran terhadap loyalitas pemirsa program Kick Andy.

Acuan terakhir berjudul, “Pengaruh Host Program dan Kualitas Penyiaran Terhadap Loyalitas Penonton: Studi Kasus Feni Rose Sebagai Host Program TV “Rumpi No Secret”. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif metode survey. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembawa acara memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas penonton. Di sisi lain, kualitas siaran tidak selalu menunjukkan dampak yang signifikan dalam beberapa kasus. Namun, pada saat yang sama, pembawa acara dan kualitas program juga memiliki pengaruh yang signifikan pada loyalitas penonton. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut adalah variabel terikat dan objek yang dibahas. Variabel terikat penelitian

tersebut adalah host program dan kualitas penyiaran dengan objeknya program Rumpi No Secret. Sedangkan variabel terikat penelitian ini adalah kualitas penyiaran dengan objeknya program Kick Andy.

## A. Kualitas Penyiaran

### Dimensi Kualitas Penyiaran

Dalam bukunya (The McGraw- Hill Companies, 2004). Joseph R. Dominick mengatakan "The broadcast TV industry consists of program suppliers, distributions, and local stations" yang dimana jika dikaitkan dalam definisi kualitas penyiaran, berarti kualitas penyiaran adalah ukuran seberapa baik program televisi yang diproduksi oleh pemasok program, didistribusikan dengan lancar, dan disiarkan oleh stasiun TV lokal sehingga dapat diterima dengan baik oleh pemirsa dari segi konten, teknis, dan relevansi.

Dominick juga menjelaskan bahwa ada sejumlah dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas siaran, sebagai berikut (The McGraw-Hill Companies, 2004):

#### 1. Objektivitas :

Siaran harus bebas dari bias. Informasi disampaikan secara seimbang, tanpa mendukung pihak tertentu, dan melaporkan fakta secara objektif.

#### 2. Akurasi :

Mengacu pada ketepatan dan kebenaran fakta yang disajikan. Informasi dalam siaran harus diverifikasi dan benar, sehingga menghindari kesalahan yang dapat menyesatkan penonton.

#### 3. Relevansi :

Berkaitan dengan seberapa penting dan sesuai suatu konten dengan kebutuhan dan minat audiens.

#### 4. Kualitas produksi :

Mencakup aspek-aspek teknis seperti kejernihan audio, kualitas video, pencahayaan optimal, serta penyuntingan yang rapi. Produksi yang berkualitas tinggi akan memberikan kenyamanan bagi penonton.

#### 5. Kedalaman Konten :

Merujuk pada sejauh mana suatu topik dibahas secara mendetail. Pembahasan yang mendalam memungkinkan audiens untuk lebih memahami topik tersebut.

#### 6. Gaya Penyajian :

Mengacu pada cara presenter atau pembawa acara menyampaikan informasi. Gaya penyajian yang efektif harus menarik dan komunikatif.

## B. Loyalitas

Kesetiaan berasal dari kata "setia," yang berarti loyalitas. Secara fundamental, kesetiaan adalah sebuah wujud dari dedikasi, komitmen, dan Kepercayaan yang diberikan kepada individu atau organisasi berasal dari rasa cinta yang mendalam dan komitmen untuk memberikan kualitas layanan dan perilaku terbaik. (Praptini, 2015).

Loyalitas biasanya mengacu pada komitmen pelanggan untuk memilih dan menggunakan produk atau layanan tertentu secara teratur dibandingkan dengan produk atau layanan pesaing. (Watson et al., 2015) menyatakan bahwa loyalitas terdiri dari berbagai sikap dan perilaku yang menyebabkan preferensi konsisten terhadap satu entitas tertentu. Loyalitas bukan hanya hasil dari kepuasan pelanggan; itu juga mencakup ketahanan pelanggan terhadap pengaruh pesaing dan keinginan untuk mempertahankan hubungan dengan suatu barang atau jasa.

#### Dimensi Loyalitas

Menurut Nazwirman dan Zain (2017) dalam (Jeany, 2020) menyatakan ada 4 dimensi loyalitas :

##### 1. *Makes regular purchase*

Konsumen secara konsisten membeli atau menggunakan produk/layanan yang sama berulang kali

Kaitannya dengan loyalitas penonton : Dalam konteks loyalitas penonton, dimensi ini terlihat dalam kebiasaan penonton untuk menonton program tertentu secara teratur. Penonton yang setia tidak pernah melewatkan episode atau jadwal tayang program favoritnya, baik itu mingguan, harian, atau sesuai jadwal siaran langsung.

##### 2. *Purchase across product and service lines*

Konsumen tidak terbatas pada satu jenis produk atau layanan saja, mereka sering kali menjelajahi berbagai penawaran lain dari perusahaan yang sama.

Kaitannya dengan loyalitas penonton : Dalam konteks loyalitas penonton, dimensi ini ditunjukkan oleh bagaimana penonton terlibat dengan konten tambahan yang terkait dengan program utama. Misalnya, mereka dapat menonton episode utama, tayangan *behind the scenes*, dan mengikuti aktivitas *host* atau talentnya melalui konten digital dan media sosial yang terkait dengan program. Hal ini menunjukkan bahwa kesetiaan penonton tidak hanya terbatas pada acara utama tetapi juga pada elemen lain yang mendukung program.

##### 3. *Refers others*

Konsumen yang puas merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain, seperti keluarga atau teman.

Kaitannya dengan loyalitas penonton : Dalam konteks loyalitas penonton, penonton yang setia sering merekomendasikan program favorit mereka kepada orang lain, baik itu teman, keluarga, atau teman online.

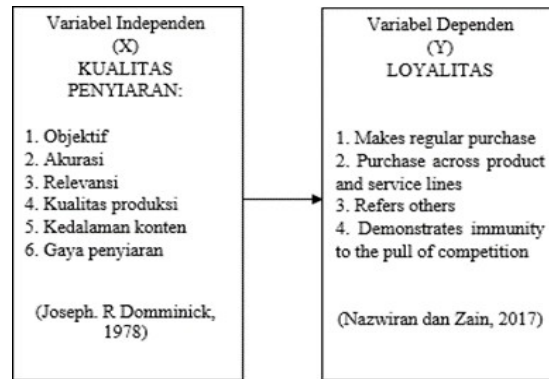
##### 4. *Demonstrates immunity to the pull of competition*

Kaitannya dengan loyalitas penonton : Dalam konteks loyalitas penonton, aspek ini ditunjukkan oleh komitmen penonton untuk melanjutkan menonton acara favorit mereka meskipun ada acara serupa yang tersedia di saluran lain . Penonton yang setia akan tetap setia pada acara favorit mereka dan tidak mudah terpengaruh oleh tayangan lain yang menawarkan konten serupa.

#### Kerangka Pemikiran

Peneliti dapat menggunakan kerangka pemikiran, yang juga dikenal sebagai kerangka teoritis atau kerangka berpikir, sebagai panduan utama dalam penelitian.

Kerangka ini berfungsi sebagai landasan yang mencakup teori-teori relevan dengan hipotesis penelitian serta mempertimbangkan aspek filosofis, epistemologis, metodologis, dan analitis. Dengan adanya kerangka berpikir, penelitian dapat dilakukan secara lebih sistematis dan terstruktur, sehingga memungkinkan peneliti memperoleh hasil yang optimal. (Iba & Wardhana, 2024)



**Gambar 5.** Kerangka Pemikiran

### Hipotesis Teori

Hipotesis adalah prediksi kemungkinan hasil penelitian. Selanjutnya dikatakan bahwa hipotesis tidak selalu benar. Hipotesis hanyalah jawaban awal untuk pertanyaan penelitian. Apakah suatu hipotesis benar atau tidak tergantung pada hasil uji data empiris. (Fitriyah, Nurcahyo, & Septiana, 2018).

Berdasarkan landasan teori dan referensi dari berbagai jurnal yang menjadi acuan dalam penelitian ini, serta kerangka yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti mengidentifikasi kualitas penyiaran sebagai variabel independen dan loyalitas sebagai variabel dependen. Berdasarkan hal tersebut, berikut ini dirumuskan hipotesis penelitian.

Ho: Kualitas penyiaran tidak berpengaruh terhadap loyalitas penonton

Ha: Kualitas penyiaran berpengaruh terhadap loyalitas penonton

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian eksplanatif yang bertujuan menjelaskan pengaruh variabel kualitas penyiaran terhadap loyalitas penonton program *Kick Andy*. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu mengukur fenomena secara objektif melalui data numerik dan analisis statistik. Metode pengumpulan data dilakukan melalui survei menggunakan kuesioner berbasis Google Form yang disusun berdasarkan indikator kualitas penyiaran, yaitu objektivitas, akurasi, relevansi, kualitas produksi, kedalaman konten, dan gaya penyajian, serta indikator loyalitas penonton yang mencakup kebiasaan menonton, ketertarikan terhadap berbagai format konten, kemauan

merekomendasikan, dan ketahanan terhadap program kompetitor. Populasi penelitian adalah seluruh pengikut aktif akun Instagram @kickandysshow, sejumlah 320.000 akun, yang dianggap sebagai audiens potensial program. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling dengan syarat responden berusia minimal 17 tahun, menonton program melalui televisi, dan mengikuti tayangan *Kick Andy* minimal tiga kali dalam satu bulan terakhir. Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 100 responden. Seluruh data dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26, melalui serangkaian uji statistik yang meliputi uji validitas untuk menilai ketepatan instrumen, uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi internal kuesioner, serta uji regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai signifikansi dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) guna memastikan apakah kualitas penyiaran memberikan kontribusi yang signifikan terhadap loyalitas penonton. Hasil analisis ini digunakan sebagai dasar untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara kualitas penyiaran dan tingkat loyalitas audiens terhadap program *Kick Andy*.

### **Hasil dan Pembahasan**

Berdasarkan data responden, mayoritas penonton program *Kick Andy* didominasi oleh perempuan dengan persentase sebesar 54%, sementara laki-laki menyumbang 46% dari total penonton. Perbedaan ini menunjukkan bahwa meskipun program ini diminati oleh kedua gender, perempuan memiliki kecenderungan sedikit lebih tinggi untuk menonton karena program *Kick Andy* dapat dikaitkan dengan konten program yang seringkali mengangkat kisah-kisah inspiratif dari tokoh-tokoh perempuan. *Kick Andy* secara konsisten menampilkan narasumber wanita dengan latar belakang yang beragam—mulai dari pejuang hak perempuan, ibu rumah tangga yang berwirausaha, tokoh pendidikan, hingga aktivis sosial—yang kisah hidupnya menggugah dan memberi motivasi. Selain itu, adanya narasi positif terhadap perempuan yang berhasil menginspirasi masyarakat atau membuat perubahan, turut membangun keterikatan emosional yang mendalam bagi penonton wanita. Hal ini memperkuat loyalitas mereka terhadap program, karena mereka merasa mendapatkan motivasi, nilai, dan pembelajaran dari kisah-kisah nyata yang ditampilkan. (Eri Dia, 2019)

Dari segi usia, penonton *Kick Andy* tersebar mulai dari usia 17 hingga 60 tahun. Kelompok usia dewasa awal (26-35 tahun) merupakan penonton terbanyak, mencapai 30% dari total responden. Diikuti oleh kelompok usia dewasa menengah (36-45 tahun) sebanyak 28%, usia dewasa akhir (46-60 tahun) sebesar 20%, dan usia remaja akhir hingga dewasa muda (17-25 tahun) sebanyak 22%. Distribusi ini mencerminkan bahwa *Kick Andy* memiliki daya tarik yang luas, khususnya bagi kalangan dewasa yang aktif dan produktif, yang lebih tertarik dengan konten yang informatif dan menginspirasi.

### A. Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas adalah untuk menentukan apakah pernyataan-pernyataan dalam kuesioner memiliki tingkat validitas yang memadai. Untuk menetapkan validitas, nilai rhitung dibandingkan dengan nilai rtabel. Validitas ditentukan dengan perbandingan ini. Ketika rhitung melampaui rtabel, item tersebut dianggap valid. Sebaliknya, jika rhitung sama dengan atau lebih rendah dari rtabel, maka diklasifikasikan sebagai tidak valid. Dalam penelitian ini, ada 100 responden dan jika dilihat pada distribusi rtabel adanya nilai 0,195

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas Variabel X

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Sig.	Keterangan
X.1	0,580	0,195	0,001	VALID
X.2	0,562	0,195	0,001	VALID
X.3	0,636	0,195	0,001	VALID
X.4	0,571	0,195	0,001	VALID
X.5	0,650	0,195	0,001	VALID
X.6	0,627	0,195	0,001	VALID
X.7	0,517	0,195	0,001	VALID
X.8	0,569	0,195	0,001	VALID
X.9	0,592	0,195	0,001	VALID
X.10	0,527	0,195	0,001	VALID
X.11	0,535	0,195	0,001	VALID
X.12	0,626	0,195	0,001	VALID

Berdasarkan hasil dari uji validitas variabel X yaitu kualitas penyiaran, terlihat bahwa setiap indikator dinyatakan *valid*, dibuktikan dengan nilai signifikansi yang  $< 0,05$  dan nilai rhitung  $>$  rtabel.

**Tabel 2.** Hasil Uji Validitas Variabel Y

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Sig.	Keterangan
X.1	0,552	0,195	0,001	VALID
X.2	0,651	0,195	0,001	VALID
X.3	0,764	0,195	0,001	VALID
X.4	0,672	0,195	0,001	VALID
X.5	0,487	0,195	0,001	VALID
X.6	0,469	0,195	0,001	VALID
X.7	0,560	0,195	0,001	VALID
X.8	0,601	0,195	0,001	VALID

Berdasarkan hasil dari uji validitas variabel Y yaitu terlihat bahwa setiap indikator dinyatakan *valid*, dibuktikan dengan nilai signifikansi yang  $< 0,05$  dan nilai rhitung  $>$  r tabel.

## B. Uji Reliabilitas

**Tabel 3.** Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	N of Item	Kriteria	Keterangan
Kualitas Penyiaran	0,823	12	0,6	Reliabel
Loyalitas	0,737	8	0,6	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas, nilai Cronbach's Alpha untuk variabel X menunjukkan angka 0,823, yang lebih Berdasarkan tabel di atas, nilai Cronbach's Alpha untuk variabel X melebihi ambang batas minimum yang ditetapkan yaitu 0.6. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner yang berkaitan dengan variabel X dapat dikatakan reliabel. Sebaliknya, hasil uji reliabilitas untuk variabel Y (loyalitas) menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.737. Karena nilai ini melebihi 0.6, maka hal ini menunjukkan bahwa semua indikator dalam variabel loyalitas dapat dianggap reliabel.

Dari analisis di atas, kedua variabel (variabel kualitas penyiaran dan loyalitas) serta indikator-indikator di dalam variabel tersebut dapat disimpulkan memenuhi syarat reliabilitas sebagai instrumen penelitian.

## C. Uji Regresi Linear Sederhana

**Tabel 4.** Variabel Entered

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Penayangan <sup>b</sup>	-	Enter

a. Dependent Variable: *Loyalitas Penonton*

b. All requested variables entered.

Uji regresi dilakukan dengan regresi linier sederhana dengan menguji variabel X (kualitas penyiaran) dengan SPSS terhadap variabel Y (loyalitas). Dalam tabel variabel yang dimasukkan, dijelaskan bahwa variabel Kualitas Penyiaran adalah variabel independen (X) dan variabel loyalitas adalah variabel dependen (Y) dan metode yang digunakan adalah *entered*.

**Tabel 5.** Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.651 <sup>a</sup>	.424	.418	3.82992

a. Predictors: (Constant), Kualitas Penayangan

Tabel Model Summary menunjukkan nilai korelasi (R) sebesar 0.651. Berdasarkan data tersebut, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah sebesar 0.424, yang berarti variabel Kualitas Penyiaran berpengaruh terhadap loyalitas penonton sebesar 42,4%. Sementara itu, 57,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Pada dasarnya, audiens tidak hanya mempertimbangkan kualitas penyiaran, tetapi juga faktor lain, seperti popularitas dan relevansi bintang tamu dengan tema acara, keterlibatan emosional, kebiasaan

menonton, serta faktor sosial. Seperti yang ditemukan dalam penelitian "Pengaruh Host Program Rumpi No Secret di Trans TV terhadap Loyalitas Penonton," elemen pribadi dalam sebuah acara, termasuk pembawa acara dan bintang tamu, memiliki dampak yang signifikan pada loyalitas penonton. Ini menunjukkan bahwa daya tarik individu dalam program televisi mungkin menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan kesetiaan penonton.

**Tabel 6. ANOVA**

Model	Source	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	431.147	1	431.147	25.064	< .001 <sup>b</sup>
	Residual	1685.763	98	17.202		
	Total	2116.910	99			

a. Dependent Variable: *Loyalitas penonton*

b. Predictors: (Constant), *kualitas penyiaran*

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel, nilai F-hitung tercatat sebesar 25.064, disertai dengan tingkat signifikansi (Sig.) sebesar <0.001. Nilai signifikansi yang jauh lebih kecil dari 0.05 menunjukkan bahwa hasil pengujian ini memenuhi kriteria validitas. Oleh karena itu, model regresi yang digunakan dapat dipastikan efektif dalam memprediksi variabel loyalitas, yang menunjukkan bahwa variabel Kualitas Penyiaran (X) secara signifikan berpengaruh terhadap variabel loyalitas (Y).

Hal tersebut menunjukkan bahwa  $H_0$  yang menyatakan adanya pengaruh antara variabel Kualitas Penyiaran program kick andy terhadap Loyalitas penonton diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa indikator-indikator yang ada dalam variabel kualitas penyiaran memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu loyalitas penonton karena memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05.

**Tabel 7. Output Coefficients**

Model	Variable	Unstandardized B	Std. Error	Standardized Beta	t	Sig.
1	(Constant)	23.741	1.695	–	14.006	< .001
	Kualitas penyiaran	.203	.041	.451	5.006	< .001

a. Dependent Variable: *Loyalitas penonton*

Diketahui bahwa nilai Constant adalah 23,741, sementara nilai kualitas penyiaran sebesar 0,203. Dengan demikian, persamaan regresi dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 23.741 + 0,203X$$

Maka interpretasinya adalah nilai konstanta sebesar 23.741 memiliki arti nilai variabel loyalitas penonton adalah 0,203. Koefisien regresi X sebesar 0,203 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% Kualitas Penyiaran, maka Loyalitas

Penonton bernilai positif. Nilai signifikansi dari tabel *coefficient* diperoleh nilai <0,001 kurang dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa Kualitas Penyiaran memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Penonton.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Penyiaran Program Kick Andy terhadap Loyalitas Penonton", dapat disimpulkan bahwa kualitas penyiaran yang ditampilkan dalam program Kick Andy memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas penontonya. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kualitas penyiaran dengan loyalitas penonton. Artinya, semakin baik kualitas penyiaran yang disuguhkan, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas penonton terhadap program ini. Selain itu, kualitas penyiaran juga terbukti memberikan kontribusi yang cukup besar dalam membentuk loyalitas penonton, meskipun masih terdapat faktor lain di luar variabel penelitian yang turut memengaruhi.

Berdasarkan hasil kuesioner pada salah satu indikator loyalitas, yaitu refers others atau kesediaan penonton untuk merekomendasikan program kepada orang lain, ditemukan bahwa pernyataan terkait ajakan kepada orang lain untuk menonton program Kick Andy mendapatkan nilai persetujuan yang rendah. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun penonton merasa kualitas tayangan baik, mereka belum sepenuhnya terdorong untuk membagikan atau merekomendasikannya kepada lingkungan sekitar. Oleh karena itu, disarankan agar pihak penyelenggara program tidak hanya menjaga kualitas penyiaran, tetapi juga memperkuat strategi komunikasi yang mendorong keterlibatan emosional dan rasa bangga penonton agar mereka terdorong untuk merekomendasikan program ini secara aktif kepada orang lain.

### **Daftar Pustaka**

- Ames, H., Glenton, C., & Lewin, S. (2019). Purposive sampling in a qualitative evidence synthesis: A worked example from a synthesis on parental perceptions of vaccination communication. *BMC Medical Research Methodology*, 19(1). <https://doi.org/10.1186/s12874-019-0665-4>
- Azizah, M., Aryani, B., & Hidayati, A. (2024). Kualitas program dan reliability sebagai kunci kepuasan dan loyalitas pelanggan media televisi. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 10(2), 221–242. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v10i2.10462>
- Dia, E. E. (2019). Compound sentences in the talk show *Kick Andy* for the success story of the strongest Indonesian women on Metro TV. *Sastra*, 2(2). <http://ejournal.stkipjb.ac.id/index.php/sastra61418>
- Fathurrizqy, M., & Prasetyawati, H. (2019). Pengaruh program talkshow *Mata Najwa* di Trans7 terhadap loyalitas penonton. <https://doi.org/10.29313/v7i1.27175>

- Giantika, G. V. (2015). Pengaruh kualitas penyiaran dan kemasan program terhadap kepuasan menonton program musik *Inbox* SCTV (Studi kasus mahasiswa BSI Pemuda Rawamangun). *Jurnal Komunikasi*, 2.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Metode penelitian*. CV Eureka Media Aksara.
- Jeany, S., & Siagian, M. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada BPR Artha Prima Perkasa.
- Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. (2015). Likert scale: Explored and explained. *British Journal of Applied Science & Technology*, 7(4), 396–403. <https://doi.org/10.9734/bjast/2015/14975>
- Trisdianto, A., Wira, C., Asprilla, E., Nastain, M., & Fariha, N. F. (2024). Pengaruh kualitas siaran MPL Indonesia terhadap loyalitas penonton di RRQ Kingdom Yogyakarta. *Kohesi: Jurnal Saintek*, 2(2), 11–25. <https://ejournal.warunayama.org/kohesi>
- Mariskhana. (2017). Pengaruh televisi dan gadget terhadap prestasi belajar anak. *XV*(2).
- Marpaung, J. L., Sutrisno, A., & Lumintang, R. (2017). Penerapan metode ANOVA untuk analisis sifat mekanik komposit serabut kelapa.
- Park, Y. S., Konge, L., & Artino, A. R. (2020). The positivism paradigm of research. *Academic Medicine*, 95(5), 690–694. <https://doi.org/10.1097/ACM.0000000000003093>
- Patricia, D. (2024). Pengaruh host program dan kualitas penyiaran terhadap loyalitas penonton: Studi kasus Andy Noya sebagai host program TV *Kick Andy*. 2(1). <https://jurnalmahasiswa.com/index.php/jurikum>
- Rabbani, D. A. (2016). Pengaruh perkembangan teknologi terhadap kehidupan dan interaksi sosial masyarakat Indonesia.
- Watson, G. F., Beck, J. T., Henderson, C. M., & Palmatier, R. W. (2015). Building, measuring, and profiting from customer loyalty. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(6), 790–825. <https://doi.org/10.1007/s11747-015-0439-4>
- Widyatama, R., AW, S., & Mahbob, M. H. (2021). The determinant factors of television's audience in choosing TV channel in the disruptive era. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 14(2), 151–170. <https://doi.org/10.14421/pjk.v14i2.2372>