

## Daya Tarik, Minat dan Kepuasan Penonton Program Take Me Out di MNC TV bagi Remaja RW.01 Kelurahan Kalideres Jakarta Barat

Ardi Yansyach Fachri<sup>1\*</sup>, Arifin Saleh Harahap<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Esa Unggul, Indonesia

\*[ardiyansyachfachri02@gmail.com](mailto:ardiyansyachfachri02@gmail.com)

### Abstract

*This study aims to determine the level of appeal, interest in watching, and level of audience satisfaction towards the reality show program Take Me Out broadcasted by MNC TV, especially among teenagers in RW 01, Kalideres Village, West Jakarta. The program Take Me Out is a partner-finding entertainment program that combines elements of social interaction, romance stories, and relaxed entertainment, so it is considered appropriate to the nature and interests of teenagers as active viewers. This study is based on the Uses and Gratifications theory, which considers audiences as individuals who actively choose media to fulfill their various needs, such as entertainment, personal identity formation, social integration, and seeking escape. This study uses a quantitative approach with a survey method. The data collection technique was carried out by distributing closed questionnaires using a Likert scale to 59 respondents. The respondents were teenagers aged between 13 and 23 years and living in RW 01, Kalideres Village. The variables in this study include the appeal of the program, interest in watching, and audience satisfaction. Data analysis was conducted descriptively to describe the trends in respondents' answers, and supported by validity and reliability tests of the instruments used. Research shows that the Take Me Out program on MNC TV has a high appeal among teenagers, especially in terms of material and content, visualization and production techniques, presenters, and delivery methods. This appeal plays a role in the emergence of interest in watching, which is shown through attention, enjoyment, voluntary involvement, intrinsic motivation, and emotional bonding. In addition, most respondents also felt satisfied after watching the Take Me Out program, especially in fulfilling the needs for entertainment, social interaction, self-identity, and enjoyment. This research shows that the appeal of the program has an important role in increasing interest in watching, which ultimately affects the level of satisfaction of teenage viewers.*

**Keywords:** Attraction, Viewing Interest, Viewer Satisfaction, Take Me Out, Teenagers.

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat daya tarik, minat dalam menonton, serta tingkat kepuasan penonton terhadap program reality show *Take Me Out* yang ditayangkan oleh MNC TV, khususnya pada kalangan remaja di RW 01 Kelurahan Kalideres, Jakarta Barat. Program *Take Me Out* adalah tayangan hiburan berbasis pencarian pasangan yang menggabungkan unsur interaksi sosial, cerita romansa, dan hiburan yang santai, sehingga dianggap sesuai dengan sifat dan minat para remaja sebagai penonton aktif. Penelitian ini didasarkan pada teori Uses and Gratifications, yang menganggap audiens sebagai individu yang secara aktif memilih media untuk memenuhi berbagai kebutuhan mereka, seperti hiburan, pembentukan identitas pribadi, integrasi sosial, serta mencari pelarian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner tertutup yang menggunakan skala Likert kepada 59 responden. Responden tersebut adalah remaja yang berusia antara 13 hingga 23 tahun dan tinggal di RW 01 Kelurahan Kalideres. Variabel dalam penelitian ini mencakup daya tarik tayangan, minat menonton, serta kepuasan penonton. Analisis data dilakukan

secara deskriptif untuk menggambarkan tren jawaban dari responden, dan didukung oleh uji validitas serta reliabilitas instrumen yang digunakan. Penelitian menunjukkan bahwa program *Take Me Out* di MNC TV memiliki daya tarik yang tinggi di kalangan remaja, khususnya pada aspek materi dan konten, visualisasi serta teknik produksi, pembawa acara, dan cara penyampaiannya. Daya tarik tersebut berperan dalam munculnya minat untuk menonton yang ditunjukkan melalui perhatian, kesenangan, keterlibatan sukarela, motivasi yang berasal dari dalam, serta ikatan emosional. Selain itu, sebagian besar responden juga merasa puas setelah menonton program *Take Me Out*, terutama dalam memenuhi kebutuhan akan hiburan, interaksi sosial, identitas diri, serta kesenangan. Penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik tayangan memiliki peran penting dalam meningkatkan minat menonton, yang pada akhirnya memengaruhi tingkat kepuasan penonton yang berusia remaja.

**Kata kunci:** Daya Tarik konten, Minat Menonton, Kepuasan Menonton, Program *Take Me Out* Indonesia.

## Pendahuluan

Komunikasi berasal dari bahasa latin *communis*, yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Dalam hal lain, yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan. Proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu untuk menghasilkan efek ataupun tujuan dengan mengharapkan (feedback) atau umpan balik. Jadi, dalam pengertian lain, komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi yang dilakukan dua orang atau lebih untuk menghasilkan sebuah pesan. Komunikasi massa mampu untuk menciptakan opini publik, menentukan isu, memberikan kesamaan dalam kerangka berpikir serta menyusun urutan-urutan hal yang menjadi perhatian di publik. Komunikasi massa pada awalnya merupakan suatu tipe komunikasi manusia yang lahir bersamaan dengan mulai digunakannya alat-alat mekanik yang mampu melipat gandakan pesan-pesan komunikasi dan dikenal dengan istilah publisitik. Istilah publisitik dimulai satu setengah abad setelah ditemukannya mesin cetak oleh Johannes Gutenberg pada tahun 1440 di Mainz, Jerman (McLuhan, 1962; Sobur, 2024) Sekitar satu setengah abad kemudian, tepatnya sekitar tahun 1590-an, mulai dikenal istilah “publisitik” yang berasal dari bahasa Latin *publicare*, yang berarti menyebarkan kepada publik. Istilah ini berkembang seiring dengan maraknya praktik publikasi melalui media cetak seperti pamflet dan surat kabar di Eropa (Effendy, 2003; Sobur, 2004)

Program *Take Me Out* di MNC TV merupakan salah satu contoh tayangan reality show yang mengusung tema pencarian pasangan dengan format hiburan interaktif. Tayangan ini menampilkan interaksi spontan, gaya berbicara khas, serta unsur humor dan romansa, yang dikemas secara menarik untuk menghibur sekaligus memancing perhatian khalayak. Bagi remaja, masa transisi antara anak-anak dan dewasa, media televisi memainkan peran signifikan dalam membentuk persepsi, emosi, dan minat terhadap suatu tayangan. Remaja berada dalam fase pencarian identitas, dan seringkali menjadikan media sebagai sarana ekspresi dan referensi sosial (Santrock, 2003). Minat menonton remaja sangat dipengaruhi oleh daya tarik tayangan, baik dari segi visual, tokoh, maupun kontennya (Slameto,

2003). Sementara itu, kepuasan penonton mencerminkan tingkat keberhasilan media dalam memenuhi harapan dan kebutuhan penontonya (Kotler & Keller, 2009).

Lingkungan RW 01 Kelurahan Kalideres, Jakarta Barat merupakan salah satu kawasan urban yang dihuni oleh banyak remaja dengan akses yang tinggi terhadap media televisi. Program-program televisi seperti *Take Me Out* menjadi konsumsi hiburan yang lumrah, namun perlu diteliti lebih lanjut sejauh mana tayangan tersebut. Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji Daya tarik program, Minat dan Kepuasan penonton remaja terhadap tayangan *Take Me Out* di MNC TV, khususnya pada remaja RW 01 Kalideres. Penelitian ini berfokus pada kajian mengenai pengaruh daya tarik program *Take Me Out* Indonesia terhadap minat menonton dan kepuasan penonton. Perkembangan program hiburan televisi menuntut adanya tayangan yang mampu menarik perhatian audiens serta memberikan kepuasan setelah menonton. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji bagaimana daya tarik program dapat mempengaruhi minat menonton yang selanjutnya berdampak pada tingkat kepuasan penonton. Adapun hal-hal pokok yang dibahas dalam penelitian ini meliputi tingkat daya tarik program, minat menonton audiens, serta kepuasan penonton terhadap tayangan *Take Me Out* Indonesia, serta hubungan antar variabel tersebut berdasarkan pendekatan kuantitatif korelasional. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis daya tarik program *Take Me Out* Indonesia, tingkat minat menonton audiens, serta kepuasan penonton, sekaligus menguji hubungan antara daya tarik program dengan minat menonton dan kepuasan penonton.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivisme yang bertujuan untuk menguji hubungan antara daya tarik konten program *Take Me Out* di MNC TV dengan minat serta kepuasan menonton pada remaja di RW 01 Kelurahan Kalideres, Jakarta Barat. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran variabel secara objektif, sistematis, dan terstruktur, serta memungkinkan pengujian hipotesis melalui analisis statistik guna memperoleh kesimpulan yang bersifat generalisasi.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara empiris tingkat daya tarik program, minat menonton, dan kepuasan penonton berdasarkan data yang diperoleh dari responden. Data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel penelitian, kemudian disebarkan kepada sampel yang telah ditentukan dari populasi remaja di lokasi penelitian. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara probabilitas (acak) agar setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai responden. Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif dan inferensial untuk mengidentifikasi pola hubungan antarvariabel serta menguji hipotesis penelitian. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang akurat mengenai pengaruh daya tarik konten program

terhadap minat dan kepuasan menonton, sehingga hasil penelitian dapat merepresentasikan kondisi aktual di lapangan secara objektif dan terukur.

### Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat, khususnya remaja di RW 01 Kelurahan Kalideres, Jakarta Barat, dengan jumlah responden sebanyak 59 orang, tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur Daya Tarik tayangan *Take Me Out* terhadap Minat dan Kepuasan penonton remaja RW 01 Kelurahan Kalideres Jakarta Barat. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh temuan dari hasil kuesioner yang dijawab oleh 59 responden. Data analisis disajikan dalam sebuah tabel dan digambarkan secara kuantitatif untuk setiap instrumen variabel. Selanjutnya, didapatkan gambaran mengenai tingkat daya tarik program *Take Me Out*, sejauh mana minat remaja untuk menonton acara tersebut, serta tingkat kepuasan penonton terhadap program tersebut. Melalui pengolahan data kuesioner ini, peneliti berhasil memperoleh gambaran umum mengenai hubungan antara daya tarik, minat menonton, dan kepuasan penonton tayangan *Take Me Out* terhadap perilaku menonton di kalangan remaja RW 01 Kelurahan Kalideres, Jakarta Barat.

**Tabel 1.** Hasil Uji Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Daya Tarik	59	32	75	53,78	9,214
Minat menonton	59	30	74	54,89	8,973
Kepuasan	59	33	76	56,47	8,552
Valid N (listwise)	59				

Tidak Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada Tabel 4.41 di atas, diperoleh nilai n sebesar 59, yang menunjukkan jumlah data primer dan sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari jawaban 59 responden. Adapun deskripsi pada tabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut: (1) Variabel Daya Tarik berdasarkan hasil analisis deskriptif, menunjukkan nilai minimum sebesar 32 dan maksimum sebesar 75, dengan rata-rata (mean) 53,78 serta standar deviasi 9,214. Nilai rata-rata yang relatif tinggi ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden menilai presenter dan penyajian acara *Take Me Out* memiliki daya tarik yang signifikan, baik dari aspek fisik, non-fisik, maupun emosional. (2) Variabel Minat Menonton memiliki rentang nilai minimum 30 hingga maksimum 74, dengan rata-rata (mean) sebesar 54,89 dan standar deviasi 8,973. Temuan tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat minat menonton yang tinggi terhadap program *Take Me Out*, yang berarti acara ini dianggap menarik, menghibur, serta sesuai dengan motivasi intrinsik dan kebiasaan menonton responden.

Variabel Kepuasan mencatat nilai minimum 33 dan maksimum 76, dengan rata-rata (mean) 56,47 serta standar deviasi 8,552. Hasil ini menggambarkan bahwa tingkat kepuasan penonton terhadap program *Take Me Out* termasuk tinggi, di mana

responden merasa acara tersebut mampu memberikan hiburan, memenuhi kebutuhan informasi, serta berperan sebagai media refleksi dan interaksi sosial yang positif

Pembahasan Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dari data yang terkumpul, dilakukan pengolahan data terhadap 59 responden melalui penyebaran kuesioner guna mengidentifikasi tingkat Daya Tarik, Minat, dan Kepuasan Penonton Program *Take Me Out* di MNC TV pada Remaja RW 01 Kelurahan Kalideres, Jakarta Barat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki karakteristik kuantitatif deskriptif. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan pendekatan kuantitatif serta menggunakan rumus statistik untuk membantu menganalisis data dan fakta yang dikumpulkan. Metode survei diterapkan kepada remaja RW 01 Kelurahan Kalideres, Jakarta Barat, dengan tujuan memperoleh informasi secara langsung dan alami. Sasaran utamanya adalah untuk mengumpulkan data mengenai jumlah responden yang mewakili populasi. Penelitian ini mengadopsi dua konsep teori, yaitu teori pertama berdasarkan teori *uses and gratifications* dan teori kedua berupa *the expectancy value theory* sebagai teori pendukung. Dalam penelitian ini, digunakan teknik *simple random sampling* serta rumus Slovin untuk menentukan ukuran sampel. Populasi yang dijadikan objek penelitian adalah seluruh remaja di RW 01 Kelurahan Kalideres, Jakarta Barat, sebanyak 144 orang ( $N=144$ ), dengan tingkat kesalahan (toleransi) sebesar 0,1 (10%). Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh nilai 59,02, sehingga ukuran sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sekitar 59 orang remaja RW 01 Kelurahan Kalideres, Jakarta Barat.

Dalam penelitian ini diterapkan teknik *Simple Random Sampling*, dikarenakan setiap anggota populasi memiliki peluang yang setara untuk dipilih sebagai sampel. Populasi yang digunakan bersifat homogen, yakni seluruh remaja di RW 01 Kelurahan Kalideres, Jakarta Barat, sehingga tidak diperlukan pembagian sampel secara proporsional maupun disproporsional. Besaran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan jumlah populasi sebanyak 144 orang dan tingkat kesalahan ( $e$ ) sebesar 10%, sehingga didapatkan sebanyak 59 responden.

Karakteristik berdasarkan kategori usia yakni, terdiri dari remaja berusia antara 13 hingga 23 tahun. Sebagian besar responden berada pada kelompok usia 19–21 tahun, yakni sebanyak 20 orang (33,9%), diikuti oleh kelompok usia 16–18 tahun sebanyak 18 orang (30,5%). Selanjutnya, kelompok usia 13–15 tahun berjumlah 10 orang (16,9%), sedangkan yang paling sedikit adalah kelompok usia 22–23 tahun, yaitu 11 orang (18,7%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden penelitian berada pada rentang usia pertengahan hingga akhir masa remaja (16–21 tahun), yaitu periode di mana minat terhadap tayangan hiburan televisi seperti *Take Me Out* cukup tinggi. Hal tersebut sejalan dengan pandangan BKKBN (2012) yang menyatakan bahwa masa remaja merupakan fase transisi yang ditandai dengan peningkatan rasa ingin tahu, kebutuhan akan hiburan, serta ketertarikan terhadap kegiatan sosial dan media massa.

Selanjutnya karakteristik berdasarkan kategori pekerjaan yang telah mengisi kuesioner penelitian ini, responden dalam penelitian ini terdiri dari remaja berusia

antara 13 hingga 23 tahun. Sebagian besar responden berada pada kelompok usia 19–21 tahun, yakni sebanyak 20 orang (33,9%), diikuti oleh kelompok usia 16–18 tahun sebanyak 18 orang (30,5%). Selanjutnya, kelompok usia 13–15 tahun berjumlah 10 orang (16,9%), sedangkan yang paling sedikit adalah kelompok usia 22–23 tahun, yaitu 11 orang (18,7%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden penelitian berada pada rentang usia pertengahan hingga akhir masa remaja (16–21 tahun), yaitu periode di mana minat terhadap tayangan hiburan televisi seperti *Take Me Out* cukup tinggi. Hal tersebut sejalan dengan pandangan BKKBN (2012) yang menyatakan bahwa masa remaja merupakan fase transisi yang ditandai dengan peningkatan rasa ingin tahu, kebutuhan akan hiburan, serta ketertarikan terhadap kegiatan sosial dan media massa. Dengan demikian, hasil rekapitulasi penelitian yang diperoleh dari 59 responden terhadap butir-butir pernyataan mengenai daya tarik program *Take Me Out* di MNC TV menunjukkan bahwa secara kuantitatif, daya tarik tersebut berada pada kategori tinggi, di mana 71,2% responden menyatakan ketertarikan terhadap program tersebut.

Selanjutnya, pada variabel minat menonton, hasil analisis juga mengindikasikan bahwa minat responden termasuk dalam kategori tinggi, dengan persentase sebesar 74,6% responden menyatakan ketertarikan dan keinginan untuk terus menyaksikan program *Take Me Out*. Sementara itu, untuk variabel kepuasan penonton, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan berada pada kategori tinggi dengan nilai persentase sebesar 78,3%, yang mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa puas terhadap isi, format acara, serta penampilan pembawa acara dan peserta dalam program tersebut.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa program *Take Me Out* di MNC TV memiliki daya tarik yang tinggi, baik dari aspek daya tarik fisik (penampilan dan visualisasi acara), daya tarik nonfisik (konsep, interaksi, dan penyajian pembawa acara), maupun daya tarik emosional (unsur hiburan dan kedekatan psikologis dengan penonton). Hal ini memberikan dampak positif terhadap minat menonton dan kepuasan penonton, khususnya di kalangan remaja RW 01 Kelurahan Kalideres, Jakarta Barat.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, penelitian ini menyimpulkan bahwa program *Take Me Out* di MNC TV memiliki tingkat daya tarik, minat menonton, dan kepuasan penonton yang tergolong tinggi pada remaja di RW 01 Kelurahan Kalideres, Jakarta Barat. Daya tarik fisik menunjukkan kategori tinggi dengan 68% responden menyatakan ketertarikan, terutama pada aspek visual seperti penampilan host, peserta, serta penyajian acara yang dinamis. Daya tarik nonfisik juga berada pada kategori tinggi (73,6%), yang dipengaruhi oleh gaya komunikasi pembawa acara yang santai, interaktif, dan mudah dipahami, serta konsep acara yang ringan dan menghibur. Selain itu, daya tarik emosional turut memberikan kontribusi signifikan dengan persentase 70%, di mana responden merasakan keterlibatan emosional melalui unsur hiburan, interaksi spontan, dan penggunaan musik yang mendukung suasana acara.

Lebih lanjut, minat menonton remaja terhadap program ini juga tergolong tinggi dengan rata-rata 74,6%, menunjukkan adanya ketertarikan yang kuat untuk mengikuti tayangan secara rutin. Hal ini didukung oleh faktor hiburan, interaksi antar peserta, serta variasi konsep acara yang tidak monoton, bahkan sebagian responden menjadikan program ini sebagai salah satu tayangan favorit. Dari aspek kepuasan, indikator kepuasan informasi memperoleh nilai tertinggi (81,7%), diikuti kepuasan identitas pribadi (75,3%), dan kepuasan integrasi serta interaksi sosial (74,9%). Temuan ini menunjukkan bahwa program *Take Me Out* tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga mampu memenuhi kebutuhan informasi, membangun refleksi diri, serta mendorong interaksi sosial di kalangan remaja. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa daya tarik program secara keseluruhan berkontribusi positif terhadap peningkatan minat dan kepuasan menonton pada audiens remaja.

### Daftar Pustaka

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Awan, A. A. (2013). *Pengaruh tayangan The Voice Indonesia di Indosiar terhadap minat menyanyi pada siswa SMAN 78 Jakarta Barat* (Skripsi). Universitas Mercu Buana.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2012). *Mass communication theory: Foundations, ferment, and future*. Wadsworth Cengage Learning.
- Blumler, J. G., & Katz, E. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Sage Publications.
- Irawan, H. (2002). *10 prinsip kepuasan pelanggan*. Elex Media Komputindo.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Sage Publications.
- Larwuy, S. (2021). *Pengaruh tayangan Backpacker terhadap minat mahasiswa Universitas Mercu Buana berwisata ke luar negeri* (Skripsi). Universitas Mercu Buana.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Putri. (2018). *Minat mahasiswa terhadap tayangan reality show televisi* (Skripsi). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Rahmat. (2020). *Pengaruh reality show terhadap gaya hidup remaja* (Skripsi). Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Salamah. (2019). Kepuasan penonton terhadap tayangan televisi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Setyobudi, I. (2005). *Pengantar ilmu komunikasi*. Graha Ilmu.
- Shara, Y. P. (2017). *Pengaruh tayangan Para Petualang Cantik terhadap minat mahasiswa dalam kegiatan alam bebas* (Skripsi). Universitas Komputer Indonesia.

Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.