

Pengaruh *Host* Program Dan Kualitas Penyiaran Terhadap Loyalitas Penonton: Studi Kasus Andy Noya Sebagai *Host* Program Tv “Kick Andy”

Donna Patricia^{1*}

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bunda Mulia, Jakarta, Indonesia

Email : ^{1*}Donnapatricia64@gmail.com

(* : coresponding author)

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kehadiran host program "Kick Andy" dan kualitas penyiaran terhadap loyalitas penonton. Dengan paradigma positivisme dan pendekatan kuantitatif, survei dilakukan selama lima bulan di wilayah Jabodetabek, menargetkan penikmat acara "Kick Andy" sebagai populasi. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert, dan analisis dilakukan menggunakan teknik statistik. Sebanyak 100 responden menjadi subjek penelitian. Hasil menunjukkan bahwa kedua variabel, baik host program maupun kualitas penyiaran, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas penonton. Persamaan regresi berganda menunjukkan bahwa peningkatan satu persen dalam host program atau kualitas penyiaran akan menyebabkan peningkatan yang signifikan dalam loyalitas penonton. Hasil uji F juga menegaskan signifikansi model regresi, sementara uji t menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki pengaruh yang signifikan secara individual. Penelitian ini mengonfirmasi pentingnya pemilihan host yang tepat dan peningkatan kualitas penyiaran untuk meningkatkan loyalitas penonton terhadap program.

Kata Kunci : Host Program, Kualitas Penyiaran, Loyalitas Penonton

Abstract - This research aims to determine the effect of the presence of the host of the "Kick Andy" program and the quality of broadcasting on audience loyalty. Using a positivism paradigm and quantitative approach, the survey was conducted for five months in the Jabodetabek area, targeting viewers of the show "Kick Andy" as a population. Data was collected through a closed questionnaire with a Likert scale, and analysis was carried out using statistical techniques. A total of 100 respondents became research subjects. The results show that both variables, both program host and broadcast quality, have a significant influence on audience loyalty. The multiple regression equation shows that a one percent increase in program hosts or broadcast quality will lead to a significant increase in audience loyalty. The F test results also confirm the significance of the regression model, while the t test shows that the two variables have a significant influence individually. This research confirms the importance of choosing the right host and improving broadcast quality to increase audience loyalty to the program.

Keywords: Program Host, Broadcast Quality, Audience Loyalty

1. PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan elemen vital dalam kehidupan sehari-hari, dengan berbagai media yang digunakan oleh individu dari pagi hingga malam hari. Media komunikasi ini mencakup media konvensional seperti surat kabar dan majalah, serta media elektronik seperti televisi, radio, internet, dan ponsel. Televisi, sebagai salah satu media elektronik komunikasi massa, telah mengalami perkembangan signifikan karena kemampuannya dalam menyajikan konten audiovisual yang menarik perhatian audiens lebih banyak dibandingkan dengan media lainnya (Yusanto & Esfandari, 2021). Sejarah televisi dimulai dari piringan pemindai yang ditemukan oleh insinyur Jerman, Paul Nipkow. Televisi memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, aktual, dan akurat dari berbagai penjuru dunia, sehingga mengurangi persepsi jarak antar wilayah (Halim, 2019). Perkembangan televisi selalu mengikuti dinamika sosial masyarakat (Ginting & Manao, 2020). Survei mengenai pola konsumsi media massa di Indonesia menunjukkan bahwa televisi masih menjadi media dominan dengan penggunaannya mencapai 95%, diikuti oleh internet (33%), radio (20%), surat kabar (12%), tabloid (6%), dan majalah (5%) (Haqu, 2020). Keunggulan televisi tidak hanya terletak pada kemampuan menjangkau audiens luas dalam waktu singkat, tetapi juga dalam menyajikan berbagai program yang menarik dan bervariasi, seperti talk show atau acara bincang-bincang. Program ini melibatkan diskusi antara narasumber tentang topik tertentu dan dipandu oleh

seorang host atau pembawa acara yang memainkan peran penting dalam menarik perhatian penonton (Fauzi & Ismandianto, 2021).

Salah satu contoh program talk show yang sukses di Indonesia adalah "Kick Andy" yang dipandu oleh Andy F. Noya. Program ini dikenal karena keberaniannya dalam mengangkat isu-isu sosial, politik, kesehatan, dan pendidikan dari sudut pandang kritis, menjadikannya program unggulan yang telah bertahan sejak tahun 2006 (Rasyidi et al., 2022). Andy F. Noya, sebagai host, memiliki peran signifikan dalam keberhasilan program ini, menarik perhatian penonton melalui kredibilitas dan kepiawaiannya dalam menyajikan acara (Shony & Dwi, 2019).



Gambar 1. Program “kick Andy”

Andy Flores Noya, seorang pembawa acara talk show legendaris di televisi Indonesia, telah mengudara dari tahun 2006 hingga 2020. Ia dikenal karena mengangkat suara dan kisah hidup mereka yang kurang terwakili, menjadikannya sebagai inspirasi di masyarakat. Pada tahun yang sama, ia menerima penghargaan Satya Lencana Wira Karya dan Satya Lencana Pembangunan dari Presiden Joko Widodo atas kontribusinya dalam bidang komunikasi dan informasi. Pada tahun 2023, sebagai CEO dan Pendiri *benihbaik.com*, Noya dianugerahi penghargaan *Man of The Year 2023* oleh Yayasan Duta Indonesia Maju atas inspirasinya dalam konteks kemanusiaan.



Gambar 2. Andy Noya dan Desi Fitriani Memenangkan Piala

Kualitas penyiaran juga memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas penonton. Gambar yang stabil, jelas, dan bebas dari bayangan sangat penting untuk meningkatkan pengalaman menonton (Oktavianti, 2022). Oleh karena itu, kesuksesan program televisi tidak hanya ditentukan oleh materi yang disajikan, tetapi juga oleh kualitas penyiaran dan peran host dalam membentuk kesan keseluruhan program acara (Susanti, 2021). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana pengaruh host program "Kick Andy" dan kualitas penyiaran

terhadap loyalitas penonton. Fenomena ini penting untuk dipahami mengingat host dan kualitas penyiaran merupakan faktor kunci yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas penonton terhadap suatu program televisi.

1.1 Teori *Uses and Gratification*

Teori Penggunaan dan Pemuasan Kebutuhan (*Uses and Gratification Theory*) berfokus pada peran aktif khalayak dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dikembangkan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch, teori ini menekankan bahwa audiens memiliki dorongan psikologis dan sosial untuk memilih konten media yang sesuai dengan tujuan dan kebutuhan mereka (Kurniawan, 2023). McQuail mengidentifikasi empat kategori motif konsumsi media: motif informasi (keinginan mengetahui peristiwa dan kondisi sekitar), motif identitas pribadi (upaya menemukan dukungan nilai yang sesuai dengan identitas pribadi), motif integrasi dan interaksi sosial (mendapatkan pengetahuan terkait empati sosial dan interaksi dengan orang lain), dan motif hiburan (menghibur diri dan melarikan diri dari permasalahan). Pemenuhan kebutuhan dievaluasi melalui tingkat kepuasan yang dirasakan audiens setelah kebutuhan mereka terpenuhi (Kustiawan et al., 2022). Dalam konteks ini, penonton tidak hanya konsumen pasif tetapi aktif dalam memilih media yang mereka konsumsi. Misalnya, mereka memilih menonton program seperti "Kick Andy" untuk memenuhi kebutuhan hiburan dan informasi. Dengan demikian, *Uses and Gratification Theory* menggambarkan penonton sebagai pengguna sadar yang memilih media dan program televisi sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.

1.2 Host Program

Host atau presenter sering kali menjadi simbol utama sebuah stasiun televisi dan menjadi faktor penentu dalam pemilihan acara oleh penonton. Daya tarik visual dan kredibilitas presenter dianggap sebagai aset yang sangat berharga, dengan kemampuan memicu minat penonton dan memberikan hiburan yang efektif (Rachmawati, 2022; Prasetyo et al., 2019). Menurut Askurifai Baksin, kemampuan seorang host dalam membawakan acara secara menarik sangat berpengaruh pada kesuksesan program televisi, karena mereka memandu jalannya acara dan menciptakan interaksi yang kuat dengan penonton (Burhanuddin & Januar, 2022). Untuk menjadi host yang baik, seorang presenter harus menjaga penampilan fisik, memiliki pengalaman dan pemahaman luas, menunjukkan kecerdasan dan kemahiran berbicara, serta menampilkan sikap yang sopan dan wibawa (Rachmawati, 2022). Penelitian ini mengukur peran host sebagai variabel independen melalui tiga dimensi utama: daya tarik, kredibilitas, dan kekuatan presenter, yang semuanya memengaruhi persepsi dan sikap khalayak terhadap program televisi.

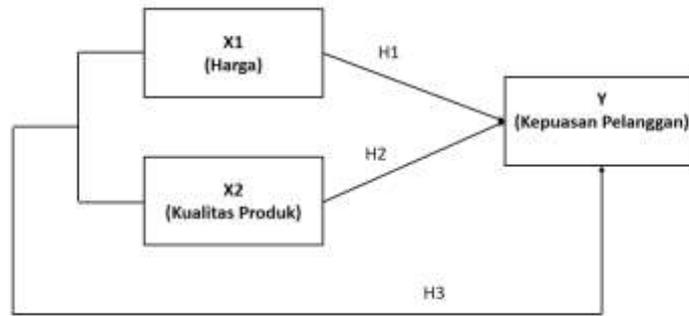
1.3 Kualitas Penyiaran

Kualitas siaran adalah tingkat kepuasan pemirsa terhadap program yang disajikan oleh lembaga penyiaran. Menurut UU No. 32 tahun 2002, siaran mencakup pesan dalam bentuk suara, gambar, atau kombinasi keduanya yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran. Faktor-faktor yang memengaruhi kualitas siaran meliputi isi program, format, teknik penyiaran, serta kualitas gambar dan suara (Trisdianto et al., 2024). Kualitas penyiaran mencakup standar gambar dan warna yang dihasilkan oleh sistem pemancar televisi, yang berdampak pada kepuasan dan loyalitas pemirsa (Oktavianti, 2022). Optimalnya kualitas penyiaran tergantung pada proses produksi yang melibatkan berbagai unit kerja. Sistem penyiaran digital memastikan gambar tetap jernih tanpa penurunan kualitas meskipun jaraknya jauh dari pemancar. Televisi digital terestrial menyediakan siaran gratis, dan penggunaan perangkat Digital Set Top Box (STB) diperlukan untuk televisi analog (Oktavianti, 2022). Ada dua dimensi dalam kualitas penyiaran: daya pancar, yang meliputi kualitas visual dan kejelasan suara, serta pola acara, yang menilai konsistensi dan ketepatan waktu tayang program (Oktavianti, 2022).

1.4 Loyalitas Penonton

Loyalitas penonton mencakup konsep kesetiaan dan kerjasama yang berkembang melalui interaksi antara dua pihak. Menurut Usep & Suriyanto (2018), loyalitas dipengaruhi oleh pemenuhan kebutuhan dasar manusia, meliputi komitmen, kesetiaan, ketaatan, serta perasaan kepemilikan dan dukungan. Griffin mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai kebiasaan untuk secara berkelanjutan

memilih produk atau layanan yang sama, dengan empat tahap: pemahaman, emosi, keinginan bertindak, dan tindakan nyata (Trisdianto et al., 2024). Media memenuhi kebutuhan penonton, yang menyebabkan kepuasan dan kesetiaan (Fathurriqy & Prasetyawati, 2021). Loyalitas terdiri dari dua dimensi utama: Behavioral Loyalty, yang menilai loyalitas konsumen dari perilaku dan kebiasaan dalam mengonsumsi produk atau layanan, serta Emotional Loyalty, yang menilai keterlibatan emosional penonton dengan konten atau penyiaran, mencerminkan perasaan positif dan kepuasan emosional (Rachmawati, 2022).



Gambar 3. Hipotesis Penelitian

Hipotesis :

Ha1 : Host berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas penonton

H02 : Host tidak berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas penonton

Ha2 : Kualitas penyiaran positif signifikan terhadap loyalitas penonton

H02 : Kualitas penyiaran tidak berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas penonton

Ha3 : Host dan kualitas penyiaran berpengaruh secara simultan positif signifikan terhadap loyalitas penonton

H03 : Host dan kualitas penyiaran secara simultan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas penonton

2. METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan paradigma positivisme, mengutamakan pengukuran empiris. Survei dilakukan melalui kuesioner tertutup untuk mengumpulkan data dari sampel yang representatif. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang menggunakan filosofi positivisme, dengan analisis data menggunakan teknik statistik. Dilakukan selama lima bulan dari Februari hingga Juni 2024 di wilayah Jabodetabek, menargetkan penikmat acara "Kick Andy" sebagai populasi. Sampel dipilih menggunakan purposive sampling dengan jumlah minimal 100 responden yang merupakan penonton yang mengenal Andy Noya sebagai host. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert. Teknik analisis data meliputi uji validitas, reliabilitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, koefisien determinasi, regresi linear berganda, serta uji F dan uji t untuk menilai signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan dan individu.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Host Program dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan terkait variabel Host Program memiliki hasil lebih dari 0,198, maka dapat dinyatakan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuesioner Host Program adalah valid untuk digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji validitas variabel Kualitas Penyiaran dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan

terkait variabel Kualitas Penyiaran memiliki hasil lebih dari 0,196 , maka dapat dinyatakan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuesioner Kualitas Penyiaran adalah valid untuk digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji validitas variabel Loyalitas Penonton dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan terkait variabel Loyalitas Penonton memiliki hasil lebih dari 0,196 , maka dapat dinyatakan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuesioner Loyalitas Penonton adalah valid untuk digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 1. Tes Validitas

	K1.1	K1.2	K1.3	K1.4	K1.5	Item 1
K1.1 Pearson Correlation	1	.258**	.187*	.220*	.171*	.288**
K1.1 Sig. (2-tailed)		.007	.119	.033	.089	<.001
N	100	100	100	100	100	100
K1.2 Pearson Correlation	.258**	1	.444**	.225*	.319**	.486**
K1.2 Sig. (2-tailed)	.007		<.001	.034	<.001	<.001
N	100	100	100	100	100	100
K1.3 Pearson Correlation	.187*	.444**	1	.444**	.356**	.457**
K1.3 Sig. (2-tailed)	.119	<.001		<.001	<.001	<.001
N	100	100	100	100	100	100
K1.4 Pearson Correlation	.220*	.225*	.444**	1	.356**	.487**
K1.4 Sig. (2-tailed)	.033	.034	<.001		<.001	<.001
N	100	100	100	100	100	100
K1.5 Pearson Correlation	.171*	.319**	.356**	.444**	1	.736**
K1.5 Sig. (2-tailed)	.089	<.001	<.001	<.001		<.001
N	100	100	100	100	100	100
Item 1 Pearson Correlation	.288**	.486**	.457**	.487**	.736**	1
Item 1 Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
N	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : SPSS

Berdasarkan analisis tabel 1, semua indikator dan semua lampu penelitian memperoleh hasil r yang dihitung lebih besar dari r tabel. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa setiap alat ukur penelitian adalah valid.

Tabel 2. Tes Reliabilitas

Reliability Statistics		Reliability Statistics		Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items
.905	29	.686	5	.857	9

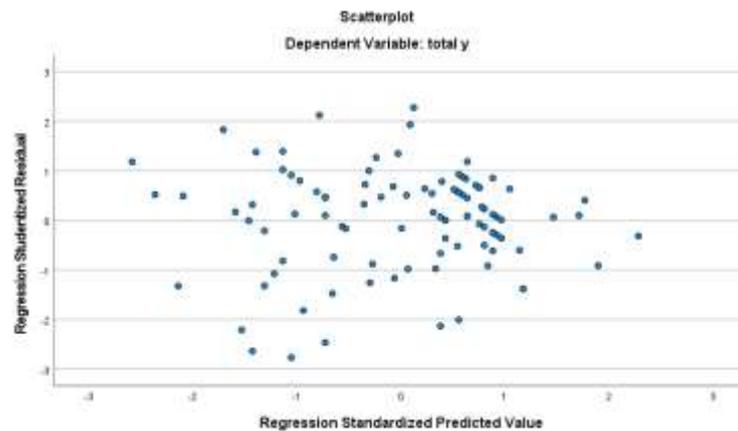
Sumber : SPSS

Berdasarkan analisis dari tabel di atas, semua variabel dalam penelitian memperoleh nilai alpha Cronbach yang lebih tinggi dari 0.600. Dengan demikian, setiap variabel penelitian dapat diandalkan.

3.1 Uji Asumsi Klasik

Uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik scatterplot dapat dilakukan dengan cara melihat pola titik-titik pada scatter plots regresi. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa tidak adanya pola tertentu dan titik-titik menyebar. Artinya seluruh variabel independen layak digunakan karena tidak terdapat korelasi antar variabel independen.

Table 3. Uji Heteroskedastisitas



Uji multikolinearitas merupakan suatu tindakan menguji data untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi korelasi antar variabel independen. Hasil Uji Multikolinearitas dapat ditunjukkan pada gambar di bawah ini.

Table 4. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-9.727	3.543		-2.745	.007		
	totalx1	.301	.036	.646	8.294	<.001	.600	1.667
	total x2	.475	.167	.222	2.849	.005	.600	1.667

a. Dependent Variable: total y

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen mempunyai toleransi diatas 0,1 dan nilai VIF < 10 yaitu variabel Host Program mempunyai nilai toleransi sebesar 0,6 dan nilai VIF sebesar 1,667 sedangkan variabel Kualitas Penyiaran juga mempunyai nilai toleransi sebesar 0,6 dan nilai VIF sebesar 1,667. Artinya seluruh variabel independen layak digunakan karena tidak terdapat korelasi antar variabel independen.

Table 5. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.805 ^a	.647	.640	2.752

a. Predictors: (Constant), total x2, totalx1

b. Dependent Variable: total y

Hasil dari analisis koefisien determinasi yang ditampilkan pada gambar 4.9 menunjukkan bahwa nilai Adjusted R² sebesar 0,647. Artinya, secara statistik sebesar 64,7% variasi variabel dependen (Loyalitas Penonton) dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen (Host Program dan Kualitas Penyiaran). Sedangkan sisanya sebesar 35,3% dijelaskan oleh variasi variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model regresi penelitian.

Table 6. Uji Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-9.727	3.543		-2.745	.007		
	totalx1	.301	.036	.646	8.294	<.001	.600	1.667
	total x2	.475	.167	.222	2.849	.005	.600	1.667

a. Dependent Variable: total y

Berdasarkan hasil permasalahan regresi berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = -9,727 + 0,301X_1 + 0,475X_2 + e$. Dari persamaan tersebut, nilai konstanta (a) sebesar -9,727 menunjukkan tidak adanya variabel bebas dalam penelitian ini. Koefisien regresi untuk variabel Host Program (X1) sebesar 0,301, menunjukkan bahwa kenaikan 1% dalam Host Program akan menyebabkan kenaikan sebesar 0,301 dalam Loyalitas Penonton, dengan asumsi variabel lainnya konstan. Demikian pula, koefisien regresi untuk variabel Kualitas Penyiaran (X2) sebesar 0,475, menandakan bahwa kenaikan 1% dalam Kualitas Penyiaran akan menghasilkan kenaikan sebesar 0,475 dalam Loyalitas Penonton, dengan asumsi variabel lainnya konstan. Ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan searah antara variabel independen dan variabel dependen.

Dalam sebuah penelitian, untuk melihat apakah penelitian tersebut memiliki model regresi yang layak atau tidak layak untuk digunakan dalam pengujian data maka digunakan uji F. Hasil dari uji F pada penelitian ini dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.

Tabel 7. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1349.308	2	674.654	89.050	<.001 ^b
	Residual	734.882	97	7.576		
	Total	2084.190	99			

a. Dependent Variable: total y

b. Predictors: (Constant), total x2, totalx1

Hasil uji F menunjukkan bahwa model regresi mempunyai nilai signifikansi sebesar 0.001 lebih kecil dari 0,05, artinya model regresi tersebut layak untuk penelitian ini. F hitung lebih besar dari f tabel sehingga X1 dan X2 berpengaruh secara simultan dengan nilai Sig Tabel = < 0,005 dan Sig Hitung = < 0.001, maka Sig hitung lebih kecil dari Sig tabel sehingga X1 dan X2 berpengaruh secara simultan.

Uji t bertujuan untuk melihat seberapa jauh pengaruh dari suatu variabel independen secara individual dalam memperjelas variabel dependen. Hasil dari uji t pada penelitian ini dapat dilihat dalam tab dibawah ini:

Tabel 8. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-9.727	3.543		-2.745	.007		
	totalx1	.301	.036	.646	8.294	<.001	.600	1.667
	total x2	.475	.167	.222	2.849	.005	.600	1.667

a. Dependent Variable: total y

Berdasarkan gambar diatas, maka diperoleh hasil T hitung total variabel Host Program yaitu (8,294) lebih besar dari T tabel (1,984) dan nilai signifikansi sebesar 0.001 lebih kecil dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa Host Program berpengaruh terhadap Loyalitas Penonton. Sedangkan variabel Kualitas Penyiaran mempunyai T hitung total x2 (2,849) lebih besar dari T tabel (1,984) dan signifikansi sebesar 0.005 yaitu setara dengan 0.005, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Penyiaran berpengaruh terhadap Loyalitas Penonton.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kehadiran Andy Noya sebagai Host acara "Kick Andy" di Trans TV dan kualitas penyiaran terhadap loyalitas penonton. Hasil uji linear berganda dan uji F menegaskan bahwa peran host dan kualitas penyiaran memiliki peran penting dalam memengaruhi loyalitas penonton terhadap suatu program televisi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pemilihan host yang tepat dan peningkatan kualitas penyiaran dapat meningkatkan loyalitas penonton terhadap suatu program televisi.

REFERENCES

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Muhammad Zaini.
- Arsi, A., & Herianto. (2021). *Langkah-langkah Uji Validitas Dan Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan SPSS*. OSF Preprints.
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Burhanuddin, & Januar. (2022). Membangun Karakter Presenter Hotman Paris Hutapea Dalam Mengkolaborasikan Kreatif Gimmick Acara Talkshow (Studi Kasus Episode Musibah Membawa Nikmat). *Jurnal Komunikasi Daruna*, 37–49.
- Fathurriqy, M., & Prasetyawati, H. (2021). Pengaruh Program Talkshow Mata Najwa di Trans7 terhadap Loyalitas Penonton. *Prosiding Jurnalistik*, 7(1), 185–191.
- Fauzi, M., & Ismandianto, I. (2021). ANALISIS WACANA KRITIS PROGRAM ACARA KICK ANDY EPISODE PENGAKUAN JOHN KEI DARI BALIK NUSAKAMBANGAN. *Medium*, 8(2), 21–32. [https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(2\).5631](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(2).5631)
- Ginting, S., & Manao, E. H. (2020). HUBUNGAN PERSEPSI DENGAN MINAT MENONTON PROGRAM TALKSHOW KICK ANDY PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI & ILMU SOSIAL USM-INDONESIA: Studi Korelasional Tentang Hubungan Persepsi dengan Minat Menonton Talkshow Kick Andy di Metro TV Pada Mahasiswa FEIS USM-Indonesia. *JURNAL TEKNOLOGI KESEHATAN DAN ILMU SOSIAL (TEKESNOS)*, 2(2), 255–261.
- Halim, S. (2019). *Reportase: Panduan praktis reportase untuk media televisi*. Kencana.
- Haquq. (2020). Uji uses and gratifications dalam intensitas menonton program *talk show* melalui televisi. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(2), 11–18.
- Jailani. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Kurniawan, I. dkk. (2023). *Hakikat, Etika, Dan Filsafat Komunikasi Dalam Dinamika Sosial*. PT Mahakarya Citra Utama Group.
- Kustiawan, W., Siregar, A. S. M. M., Nabila, F., Harahap, K. H., Aini, L., Pulungan, N. L., & Faidah, Y. (2022). Teori-Teori dalam Komunikasi Massa. *Jutkel: Jurnal Telekomunikasi, Kendali Dan Listrik*, 3(2), 41–45.
- Latief, R. (2020). *Panduan Produksi Acara Televisi Nondrama*. Prenada Media.
- Lenaini. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39.
- Maidiana. (2021). Penelitian survey. *ALACRITY: Journal of Education*, 20–29.
- Oktavianti, P. R. M. (2022). STRATEGI KEMASAN DAN KUALITAS PENYIARAN TERHADAP LOYALITAS PEMIRSA TV ONE DAN METRO TV. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 7(2), 163–172.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137.
- Prasetyo, K., Basoeki, B., & Arrunadi, A. Y. (2019). Pengaruh Gaya Komunikasi Presenter Talkshow “Rumpi No Secret” Di Trans Tv Terhadap Audience Satisfaction. *Jurnal Visi Komunikasi*, 18.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.

- Rachmawati. (2022). Pengaruh Host Program Rumpi No Secret di Trans TV Terhadap Loyalitas Penonton. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, 3(1), 77–100.
- Rasyidi, A., Syahputra, H. E., & Suparni, S. (2022). Hirarki Pengaruh Pada Talkshow Kick Andy Double Check Metro TV Program Guiteeres Pahlawan. *Journal of Political Issues*, 4(1), 1–9.
- Shony, & Dwi, S. (2019). *Peran Host dalam Program Acara pada Penyutradaraan Program Televisi Feature" Culinary Trip" Episode" Gagego Ning Pati"* .
- Sihotang, H. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. UKI Press.
- Situmeang, K. (2020). Pengaruh Program Acara Konser Tombo Kangen In Memoriam Didi Kempot dan Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Melaksanakan Donasi. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 13–23.
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Fitri, A., Sastri, L., Falani, I., Aswan, N., Hasibuan, F. A., & Lestari, H. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Sundaro. (2022). Positivisme Dan Post Positivisme: Refleksi Atas Perkembangan Ilmu Pengetahuan Dan Perencanaan Kota Dalam Tinjauan Filsafat Ilmu Dan Metodologi Penelitian. *Modul*, 22(1), 21–30.
- Suriani, & Jailani. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36.
- Susanti, I. (2021). *Seputar Naskah Televisi, Pengetahuan Dasar Untuk Pemula*. Deepublish.
- Susanti, I., & Saumi, F. (2022). PENERAPAN METODE ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA UNTUK MENGATASI MASALAH MULTIKOLINEARITAS PADA KASUS INDEKS PEMBANGUNAN MANUSIA (IPM) DI KABUPATEN ACEH TAMIANG. *Jurnal Gamma-PI*, 4(2), 10–17.
- Trisdianto, A., Wira, C., Asprilla, E., Nastain, & Fariha, N. F. (2024). PENGARUH KUALITAS SIARAN MPL INDONESIA TERHADAP LOYALITAS PENONTON DI RRQ KINGDOM Yogyakarta. *Kohesi: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 2(2), 11–20.
- Uno, H. B. (2020). Paradigma Penelitian. *E-PROSIDING PASCASARJANA UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO*.
- Usep, S., & Surianto. (2018). Testing the Costumers' Purchase Intention of an Artificial Sweetener Product: Do Brand Image Have an Effect. *Journal of Marketing Research and Case Studies*, 1–11.
- Yusanto, F., & Esfandari, D. A. (2021). *Buku Ajar Produksi Program Televisi*. Deepublish.