
Pengaruh Daya Tarik Pembawa Acara dan Program Televisi Terhadap Minat Menonton “Brownis” Trans TV

Miranda Amelia^{1*}, Abellia Natasya², Surianto Surianto³

¹Ilmu Komunikasi, Universitas Bunda Mulia

² Ilmu Komunikasi, Universitas Bunda Mulia

e-mail: ¹miranda.amelia2006@gmail.com, ²abellianatasya0203@gmail.com, ³suriantoacunk@gmail.com

*Corresponding author: miranda.amelia2006@gmail.com

ABSTRAK

Informasi Artikel:

Terima: 10-05-2026

Revisi: 25-05-2026

Disetujui: 07-06-2026

Published Online:

15-06-2026

Komunikasi merupakan aspek penting dalam kehidupan manusia karena memungkinkan individu untuk berinteraksi, memenuhi kebutuhan, serta membangun hubungan sosial. Perkembangan komunikasi telah melahirkan konsep komunikasi massa, salah satunya melalui media televisi yang berperan sebagai sarana hiburan dan informasi bagi masyarakat. Persaingan antar program televisi mendorong setiap stasiun TV untuk menghadirkan program yang menarik melalui daya tarik pembawa acara dan kualitas program yang ditampilkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik pembawa acara dan program televisi terhadap minat menonton program “Brownis” di Trans TV. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang mengetahui program “Brownis”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik pembawa acara dan program televisi memiliki pengaruh terhadap minat menonton. Pembawa acara yang menarik serta program yang menghibur dan berkualitas dapat meningkatkan ketertarikan penonton untuk menyaksikan acara tersebut. Kesimpulannya adalah daya tarik pembawa acara dan kualitas program televisi merupakan faktor penting yang mempengaruhi minat menonton. Semakin baik kedua aspek tersebut, maka semakin tinggi minat menonton penonton terhadap program “Brownis”.

Kata Kunci: Daya Tarik Pembawa Acara, Program Televisi, Minat Menonton, Televisi, Komunikasi Massa.

ABSTRACT

Communication is an important aspect of human life as it enables individuals to interact, fulfill needs, and build social relationships. The development of communication has led to the concept of mass communication, one of which is through television as a medium of entertainment and information. Competition among television programs encourages broadcasters to present attractive content through host attractiveness and program quality. This study aims to determine the influence of host attractiveness and television programs on viewing interest in the “Brownis” program on Trans TV. This study uses a quantitative method with a survey approach. Data were collected through questionnaires distributed to respondents who are familiar with the “Brownis” program. The results indicate that host attractiveness and television programs influence viewing interest. Attractive hosts and high-quality, entertaining programs can increase audience interest in watching the program. The conclusion is host attractiveness and program quality are important factors influencing viewing interest. The better these

aspects, the higher the audience's interest in watching the "Brownis" program.

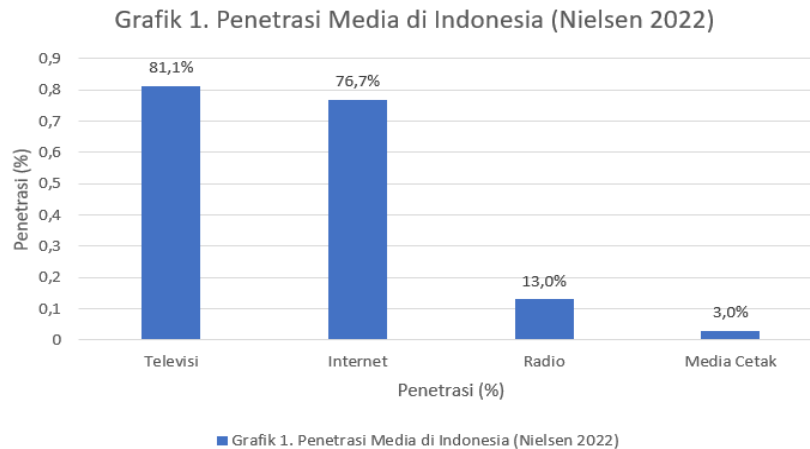
Keywords: *Host Attractiveness, Television Program, Viewing Interest, Television, Mass Communication.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi telah membawa perubahan besar dalam kehidupan manusia, terutama dalam cara masyarakat mengakses informasi dan hiburan. Media komunikasi massa menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas sehari-hari masyarakat modern. Saat ini, dunia sudah semakin modern dengan hadirnya media komunikasi massa yang begitu canggih, maka menjadikan manusia untuk menggunakannya mulai dari hal yang penting hingga tidak penting sekalipun. Dengan adanya media komunikasi massa yang canggih ini menjadikan manusia memiliki sikap ketergantungan, seperti tidak bisa lepas dengan media komunikasi yang ia miliki (Kustiawan et al., 2022).

Tidak hanya sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi, media komunikasi massa juga telah berkembang menjadi bagian dari rutinitas masyarakat yang sulit dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Bahkan, keberadaan media khususnya televisi memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perilaku manusia dalam kehidupan modern. Kehebatan televisi saat ini telah mampu menyamai kegiatan rutin manusia layaknya sikat gigi dan mandi, menonton televisi telah mampu menjadi ritual harian yang oleh kebanyakan orang dari kita diterima sebagai nasib teknologi. Manusia zaman sekarang tidak mencurahkan waktunya untuk televisi, tetapi televisi memiliki pengaruh yang semakin besar terhadap perilaku manusia. Televisi pun juga mampu sebagai alat penguasa untuk menyebarkan pengaruhnya sehingga mampu menjadikan kepanjangan tangan kekuasaannya" (Purniati et al., 2022).

Seiring berkembangnya media digital seperti internet dan media sosial, masyarakat kini memiliki lebih banyak pilihan dalam mengakses informasi dan hiburan. Meskipun demikian, televisi masih tetap mempertahankan posisinya sebagai salah satu media yang banyak digunakan oleh masyarakat. Di tengah perkembangan media digital seperti internet dan media sosial, televisi tetap menjadi salah satu pilihan masyarakat dalam memperoleh hiburan dan informasi. Hal ini menunjukkan bahwa televisi masih memiliki eksistensi yang cukup kuat di tengah persaingan dengan media baru. Berdasarkan data *Nielsen* (2022), penetrasi televisi di Indonesia masih memimpin dengan angka mencapai 81,1%. Meskipun penggunaan media digital meningkat pesat dengan angka penetrasi internet sebesar 76,7%, televisi tetap mendominasi jangkauan audiens dibandingkan media lainnya seperti radio (13%) dan media cetak (3%). Hal ini mengukuhkan posisi televisi sebagai media arus utama yang tetap relevan bagi masyarakat Indonesia.



Gambar 1. Grafik konsumsi media masyarakat Indonesia
(Sumber Data: Nielsen, 2022)

Gambar tersebut menunjukkan bahwa meskipun media digital terus berkembang, televisi masih memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Oleh karena itu, stasiun televisi dituntut untuk terus berinovasi dalam menghadirkan program-program yang menarik agar dapat mempertahankan minat penonton. Seiring dengan hal tersebut, persaingan antar stasiun televisi yang semakin ketat mendorong setiap program untuk memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri. Salah satu jenis program yang banyak diminati oleh masyarakat adalah talkshow dan variety show yang menggabungkan unsur hiburan, informasi, serta interaksi dengan penonton. Program seperti ini biasanya dikemas secara santai dan menghibur, sehingga mampu menarik berbagai kalangan penonton.

Salah satu program televisi yang cukup populer di Indonesia adalah program “Brownis” yang ditayangkan di Trans TV. Program ini dikenal sebagai acara talkshow yang menghadirkan suasana santai dengan berbagai segmen hiburan, permainan, serta kehadiran bintang tamu dari berbagai kalangan. Selain itu, program ini juga didukung oleh pembawa acara yang memiliki karakter unik, komunikatif, dan mampu menciptakan suasana yang hidup serta menghibur.



Gambar 2. Program “Brownis” Trans TV
(Sumber Gambar: TransTv “Brownis Trans TV”)

Dalam penyelenggaraan sebuah program televisi, konsep program menjadi hal penting yang menentukan arah dan tujuan dari tayangan tersebut. Program TV dapat dikembangkan dan disesuaikan dengan selera dan minat penonton yang berbeda-beda, sehingga dapat menjadi salah satu media yang efektif untuk menyampaikan informasi, hiburan, dan edukasi (Rahmadania et al., 2023). Selain itu, tujuan program televisi dapat berbeda-beda sesuai dengan jenis program dan target audience yang ingin dicapai.

Konsep program TV dapat menentukan jenis program, target audience, format, konten, dll. Tujuan program TV adalah sasaran yang ingin dicapai melalui tayangan acara televisi. Tujuan ini dapat berbeda-beda sesuai dengan jenis program dan target audience (Rahmadania et al., 2023). Dalam praktiknya, televisi menyiarkan berbagai bentuk program harian yang beragam dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi setiap stasiun televisi untuk memahami bagaimana sebuah program dapat dimanfaatkan secara tepat serta memastikan bahwa program yang ditayangkan sesuai dengan preferensi audiens dan tetap mematuhi ketentuan hukum serta regulasi yang berlaku.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa program televisi tidak hanya berfungsi sebagai media penyampai informasi dan hiburan, tetapi juga memiliki peran dalam membentuk respons dan ketertarikan audiens terhadap suatu tayangan. Dalam konteks ini, keberhasilan suatu program televisi sangat dipengaruhi oleh kualitas penyajian program serta kemampuan pembawa acara dalam membangun daya tarik kepada penonton. Hal tersebut pada akhirnya dapat berpengaruh terhadap minat menonton audiens terhadap suatu program televisi, maka daripada itu Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik pembawa acara dan program televisi terhadap minat menonton program "Brownis" di Trans TV

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan melalui media massa kepada khalayak luas secara serempak. Media massa memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi, hiburan, edukasi, serta membentuk opini publik di masyarakat. Dalam perkembangannya, komunikasi massa tidak hanya dilakukan melalui media cetak, tetapi juga melalui media elektronik seperti televisi yang mampu menjangkau audiens secara luas dalam waktu yang relatif cepat. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan media massa saat ini sudah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern yang sulit dipisahkan dari aktivitas sehari-hari. Dengan adanya media komunikasi massa yang canggih ini menjadikan manusia memiliki sikap ketergantungan, seperti tidak bisa lepas dengan media komunikasi yang ia miliki (Kustiawan et al., 2022).

Televisi sebagai Media Massa

Televisi merupakan salah satu bentuk media komunikasi massa yang menyampaikan pesan kepada khalayak melalui tampilan audio visual. Televisi memiliki keunggulan dalam menggabungkan unsur gambar dan suara sehingga mampu menyajikan informasi secara lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Media massa adalah media yang dimaksudkan untuk menjangkau khalayak yang sangat besar. Akibatnya, media televisi menjadi cara yang sangat efektif untuk mengubah pola pikir penonton sekaligus memengaruhi sikap dan perilaku. Dalam rangka memberikan informasi, pendidikan, dan kenikmatan kepada pemirsanya, kegiatan insan televisi adalah kegiatan (Rahmadania et al., 2023).

Media massa yang sangat dibutuhkan bagi khalayak, selain untuk memberikan tayangan hiburan, televisi juga menjadi alternative khlayak dalam hal mencari informasi. Televisi dinilai menjadi kedua yang paling berguna dalam menghasilkan informasi dibandingkan dengan media informasi lainnya. Televisi saat itu sudah menjadi sesuatu yang harus dimiliki oleh masyarakat karena dengan adanya televisi masyarakat yang ada disekitar mereka. Dengan penggabungan antara audio visual, dan program acara yang dikemas secara menarik, masyarakat lebih mudah menerima informasi yang mereka lihat, dibandingkan dengan mendengarkan (Firdausyi & Anggraini, 2021).

Sebagai media massa, televisi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai media hiburan, pendidikan, serta pembentuk opini publik di masyarakat. Hal ini disebabkan karena televisi mampu menjangkau khalayak yang luas dengan penyajian pesan yang bersifat audio-visual sehingga lebih mudah diterima oleh berbagai kalangan. Hingga saat ini, televisi masih menjadi salah satu media yang diminati masyarakat karena kemampuannya dalam menghadirkan tayangan yang menarik serta mudah diakses. Meskipun perkembangan media digital semakin pesat, televisi tetap memiliki eksistensi yang kuat dengan terus menyesuaikan diri melalui berbagai jenis program yang ditawarkan sesuai kebutuhan audiens.

Televisi telah menjadi salah satu media massa yang paling berpengaruh sejak diperkenalkan pertama kali pada tahun 1962 di Indonesia. Televisi sebagai media komunikasi massa memiliki kemampuan yang unik dalam menyampaikan pesan visual dan audio kepada khalayak luas. Meskipun demikian, dengan berkembangnya teknologi internet dan layanan streaming, televisi kini menghadapi tantangan serius dalam mempertahankan pemirsa, terutama di kalangan generasi muda yang lebih memilih platform digital untuk mengakses konten hiburan. Salah satu jenis program yang mengalami penurunan minat adalah program musik, meskipun pada masa kejayaannya, program musik sangat populer di kalangan pemirsa (Nuraeni & Shabana, 2025).

Daya Tarik Pembawa Acara (*Host Attractiveness*)

Daya tarik pembawa acara atau *host attractiveness* merupakan salah satu faktor penting dalam komunikasi massa yang dapat memengaruhi ketertarikan audiens terhadap suatu tayangan. Menurut Amelia & Yoedtadi (2024), "host atau pembawa acara yang baik identik berkarakter kuat dan mampu menjadi sebuah daya tarik dalam acara. Daya tarik ini tidak hanya dilihat dari penampilan pembawa acara, tetapi juga mencakup kemampuan komunikasi, gaya penyampaian, serta kepribadian yang mampu membangun kedekatan dengan penonton sehingga pesan dalam program lebih mudah diterima.

Ghassani & Hermanu (2023), *host attractiveness* merupakan salah satu variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menonton konten Mukbang pada platform YouTube. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *host attractiveness* memberikan pengaruh sebesar 52,4% terhadap minat menonton. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh ketertarikan audiens dalam menonton dipengaruhi oleh daya tarik pembawa acara dalam menyampaikan konten. Selain itu, penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa faktor lain seperti *loneliness* atau rasa kesepian penonton memiliki pengaruh sebesar 45,2% terhadap minat menonton. Ketika *host attractiveness* dan *loneliness* diuji secara bersamaan, keduanya memberikan pengaruh yang lebih besar yaitu sebesar 65% terhadap minat menonton, sedangkan sisanya sebesar 35% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Daya tarik pembawa acara memiliki kontribusi yang kuat dalam menarik perhatian audiens, namun akan lebih efektif apabila didukung oleh faktor psikologis penonton serta elemen lain dalam program. Dengan demikian, *host attractiveness* menjadi salah satu elemen penting dalam membangun minat menonton, karena pembawa acara berperan sebagai pusat perhatian yang menghubungkan isi konten dengan audiens secara langsung. *Host attractiveness* merupakan daya tarik yang dimiliki oleh seorang pembawa acara dalam menyampaikan suatu program kepada audiens. Daya tarik tersebut tidak hanya dilihat dari penampilan fisik, tetapi juga mencakup kemampuan komunikasi, kepribadian, pengalaman, sikap ramah, serta kemampuan host dalam membangun kedekatan dengan penonton sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan lebih baik. Menurut Jeremia Candra S (2004) *host attractiveness* berpengaruh positif signifikan terhadap minat menonton audiens. Dalam penelitiannya, variabel *host attractiveness* menunjukkan hasil signifikan terhadap minat menonton. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi daya tarik yang dimiliki pembawa acara, maka semakin tinggi pula minat audiens untuk menonton suatu tayangan. Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa *host attractiveness* memiliki kontribusi terhadap peningkatan minat menonton melalui kemampuan host dalam menarik perhatian, membangun kenyamanan, serta menciptakan interaksi yang menarik bagi audiens. Dengan demikian, *host attractiveness* menjadi salah satu faktor penting dalam keberhasilan suatu program karena pembawa acara berperan sebagai penghubung antara isi program dengan penonton.

Berdasarkan penelitian Wulandari et al. (2026) , pengalaman pelanggan dan kualitas layanan memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan yang pada akhirnya dapat memperkuat loyalitas pelanggan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengalaman yang positif serta kualitas layanan yang baik berkontribusi terhadap respon dan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk atau layanan. Dibutuhkan seorang pembawa acara yang tepat untuk menumbuhkan minat menonton pada sebuah tayangan talkshow. Semakin baik seorang pembawa acara dalam membawakan sebuah talkshow maka semakin mempengaruhi minat menonton acara tersebut. Semakin disukai pembawa acara, semakin tinggi minat masyarakat menonton talkshow yang dipandu oleh pembawa acara tersebut (Putra & Yoedjadi, 2021a).

Program Televisi

Program televisi merupakan salah satu bentuk media komunikasi massa yang menyajikan pesan dalam bentuk audio visual kepada khalayak luas. Program televisi dirancang tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana informasi, edukasi, serta pembentuk opini dan dapat menjangkau masyarakat dari berbagai kalangan. Menurut Suriyanto & Rui Iswanto (2024), komunikasi merupakan aspek penting dalam kehidupan manusia karena memungkinkan terjadinya interaksi, pemenuhan kebutuhan, serta membangun hubungan sosial satu sama lain. Dalam jurnal tersebut dijelaskan bahwa: "Komunikasi merupakan aspek penting dalam kehidupan manusia, karena memungkinkan mereka untuk berinteraksi, memenuhi kebutuhan, dan membina hubungan satu sama lain."

Hal ini menunjukkan bahwa program televisi tidak dapat dipisahkan dari proses komunikasi massa, karena setiap tayangan yang disampaikan memiliki tujuan untuk menjangkau khalayak luas secara bersamaan melalui pesan yang dikemas dalam bentuk audio visual. Lebih lanjut, Suriyanto & Rui Iswanto (2024) menjelaskan bahwa perkembangan komunikasi manusia telah melahirkan konsep komunikasi massa yang didorong oleh kebutuhan akan peningkatan kualitas informasi yang disampaikan. Dalam jurnal tersebut juga disebutkan bahwa: "Perkembangan komunikasi manusia telah mengarah pada konsep 'komunikasi massa' yang

didorong oleh keinginan manusia untuk kemajuan dan peningkatan kualitas informasi yang disampaikan". Dengan demikian, program televisi dapat dipahami sebagai bagian dari komunikasi massa yang memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi, hiburan, dan edukasi kepada masyarakat luas. Selain itu, program televisi juga dirancang untuk menarik perhatian audiens melalui penyajian konten yang menarik, sehingga dapat meningkatkan minat menonton penonton terhadap suatu tayangan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa program televisi memiliki peran yang signifikan dalam komunikasi massa karena tidak hanya menjadi media penyampai pesan, tetapi juga mampu membentuk ketertarikan serta minat menonton audiens terhadap program yang ditayangkan. Dalam konteks penelitian ini, program televisi menjadi salah satu faktor eksternal yang dapat memengaruhi minat menonton. Hal ini karena program yang dikemas dengan baik mampu memberikan rangsangan berupa ketertarikan, rasa penasaran, dan keterlibatan audiens terhadap suatu tayangan, sehingga dapat meningkatkan kecenderungan untuk menonton.

Dalam kajian komunikasi massa, program televisi merupakan salah satu elemen penting yang berperan dalam menarik perhatian khalayak serta membentuk kecenderungan perilaku menonton. Program yang dikemas secara menarik tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media yang mampu memberikan rangsangan kognitif maupun afektif, seperti rasa ingin tahu, ketertarikan, dan keterlibatan audiens terhadap tayangan yang disajikan. Kondisi ini pada akhirnya dapat mendorong meningkatnya minat menonton seseorang terhadap suatu program televisi. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Oktavia & Widiastanty (2022) dalam studi mengenai program "ilook" di NET TV yang menunjukkan bahwa tayangan program televisi memiliki pengaruh terhadap minat menonton audiens. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa elemen seperti isi konten, kreativitas penyajian, serta kualitas program menjadi faktor utama yang membentuk ketertarikan penonton. Program yang mampu menggabungkan unsur informasi dan hiburan (infotainment) cenderung lebih mudah diterima oleh khalayak karena dapat memenuhi kebutuhan audiens secara sekaligus, baik dalam aspek hiburan maupun pengetahuan. Selain itu, hasil penelitian tersebut juga menegaskan bahwa pengemasan program yang menarik mampu menciptakan perhatian yang berkelanjutan, membangun rasa penasaran, serta meningkatkan keterlibatan emosional penonton terhadap tayangan. Hal ini kemudian berkontribusi pada munculnya keinginan untuk terus mengikuti program secara berulang. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa program televisi memiliki peran yang signifikan dalam membentuk minat menonton, karena kualitas isi, konsep penyajian, serta daya tarik program secara langsung memengaruhi ketertarikan audiens terhadap suatu tayangan. Dalam konteks penelitian ini, program televisi menjadi salah satu faktor eksternal yang dapat memengaruhi minat menonton. Hal ini karena program yang dikemas dengan baik mampu memberikan rangsangan berupa ketertarikan, rasa penasaran, dan keterlibatan audiens terhadap suatu tayangan, sehingga dapat meningkatkan kecenderungan untuk menonton.

Karakteristik program televisi yang bersifat variatif membuat setiap tayangan memiliki strategi pengemasan yang berbeda dalam menarik perhatian audiens. Salah satu bentuk pengemasan yang banyak digunakan adalah program hiburan berbasis talkshow dan variety show yang mengandalkan interaksi antara pembawa acara, bintang tamu, serta penonton untuk menciptakan suasana yang lebih hidup dan menarik. Menurut (Maulidhika & Kurniawan, 2025), program tayangan televisi mencakup berbagai konten seperti berita, olahraga, drama, dan komedi yang bertujuan untuk memberikan informasi, hiburan, dan pendidikan kepada penonton. Program olahraga seperti sepak bola dinilai mampu menarik perhatian audiens karena menghadirkan unsur kompetisi, emosi, serta interaksi sosial di dalamnya, baik melalui dukungan

suporter maupun diskusi antar penonton. Selain itu, perkembangan teknologi dan internet menyebabkan perubahan pola konsumsi media masyarakat. Meskipun platform digital semakin berkembang, televisi tetap memiliki eksistensi yang kuat sebagai media utama dalam penyiaran program olahraga secara langsung. Hal ini disebabkan karena televisi masih mampu menghadirkan pengalaman menonton secara real-time yang memberikan sensasi berbeda dibandingkan media lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa program televisi perlu dikemas secara kreatif dan menarik agar tetap mampu bersaing di tengah perkembangan media digital. Menurut (Putra & Yoedtadi, 2021b) program televisi dituntut untuk memiliki kualitas dan kreativitas isi program siaran agar bisa eksis di tengah persaingan konten-konten digital.

Program televisi juga memiliki peran penting dalam membentuk ketertarikan dan minat menonton audiens. Kualitas program, termasuk konsep acara, intensitas penyajian, serta daya tarik konten yang ditayangkan, menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan penonton dalam memilih suatu tayangan. Dalam konteks ini, program televisi yang dikemas dengan baik akan mampu mempertahankan bahkan meningkatkan minat menonton masyarakat meskipun di tengah persaingan dengan media digital. Dengan demikian, program televisi dapat dipahami sebagai media komunikasi massa yang tidak hanya menyampaikan informasi dan hiburan, tetapi juga berperan dalam membangun ketertarikan audiens melalui konten yang relevan, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan penonton. Media televisi sebagai media massa merupakan alat komunikasi massa yang berfungsi untuk penyampaian informasi, pendidikan, dan hiburan melalui kreativitas program yang diproduksi dan ditayangkan berdasarkan jadwal program harian, mingguan, atau program siaran momentum (Munanjar et al., 2024). Program tayangan di televisi yang dapat memberikan hiburan, informasi dan pendidikan yang dapat mempengaruhi penonton untuk memiliki rasa ketertarikan dalam suatu program ajang pencarian bakat sehingga menimbulkan minat menonton tayangan tersebut (Mutiah & Tuty, 2022). SURIANTO & KHANG (2024) menjelaskan bahwa televisi masih menjadi media massa yang penting bagi masyarakat. Selain berfungsi sebagai sarana hiburan, televisi juga dimanfaatkan sebagai sumber informasi karena mampu menyampaikan pesan melalui kombinasi unsur audio dan visual yang lebih mudah diterima oleh audiens.

Minat Menonton

Minat menonton merupakan ketertarikan individu terhadap suatu tayangan yang mendorong seseorang untuk memberikan perhatian, menikmati, serta secara sadar memilih untuk menonton suatu program televisi. Minat ini tidak muncul secara spontan, melainkan terbentuk dari pengalaman, kebutuhan, serta rangsangan dari tayangan yang disajikan, seperti kualitas program, isi pembahasan, dan daya tarik penyajiannya. Minat menonton terhadap program televisi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti tema, genre, kualitas produksi, serta kehadiran pembawa acara atau bintang tamu yang menarik (Handayani, 2024). Oleh karena itu, program televisi perlu dikemas secara menarik agar mampu memenuhi preferensi dan menarik perhatian audiens.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Aryasatya & Habibi, (2024) minat menonton dapat dipengaruhi oleh kualitas program televisi yang dikemas secara informatif sekaligus menghibur. Dalam konteks program *Tonight Show* di NET TV, ditemukan bahwa tayangan talkshow yang dikemas secara santai, lucu, dan variatif mampu meningkatkan ketertarikan penonton, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa semakin menarik suatu program televisi, maka semakin tinggi pula minat menonton yang muncul pada khalayak. Selain itu, hasil penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Program *Tonight Show* terhadap minat

menonton mahasiswa. Nilai korelasi yang sangat kuat serta kontribusi variabel yang tinggi menunjukkan bahwa aspek-aspek dalam program seperti pembawa acara, narasumber, serta isi pembahasan memiliki peran penting dalam membentuk minat menonton Aryasatya & Habibi, (2024). Dengan demikian, minat menonton tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal individu, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh bagaimana sebuah program televisi dirancang dan dikemas untuk menarik perhatian audiens.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Aulia & Prasetyawati (2022) juga menunjukkan bahwa gaya bicara presenter memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap minat menonton masyarakat pada program talk show Hitam Putih di Trans7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek seperti penggunaan humor, bahasa tubuh, serta kontrol suara presenter mampu memengaruhi ketertarikan penonton dalam mengikuti tayangan televisi. Temuan ini memperlihatkan bahwa pembawa acara memiliki peran penting dalam membangun minat menonton audiens terhadap suatu program televisi. Dalam hal ini Angelina et al. (2024) dapat disimpulkan bahwa, setiap program memiliki keunikan masing-masing dan bergantung pada cara pandang dan pemahaman yang diberikan oleh penonton terhadap *output*-nya, baik itu penerimaan atau penolakan dari penonton. Penerimaan dan penolakan dari penonton tergantung dari bagaimana mereka menginterpretasi tayangan program yang dikonsumsi.

Faktor seperti tema dan genre sangat mempengaruhi minat nonton karena sesuai dengan preferensi audiens. Misalnya, penonton drama menyukai cerita mengharukan, sedangkan penonton aksi mencari adegan menegangkan. Kehadiran pembawa acara atau bintang tamu populer juga meningkatkan minat karena basis penggemar mereka yang besar. Selain tema dan genre, kualitas produksi juga penting, mencakup sinematografi, penyutradaraan, penulisan skenario, dan penampilan artistik yang membuat program lebih menarik secara visual dan artistik. Produsen program perlu memperhatikan faktor-faktor ini untuk menghadirkan konten berkualitas dan sesuai ekspektasi audiens. Penelitian dan analisis minat penonton penting dalam strategi pemasaran dan pengembangan konten. Memahami apa yang menarik perhatian penonton membantu stasiun televisi merancang program yang relevan dan menarik bagi audiens target serta mengidentifikasi tren dan preferensi di pasar untuk menghasilkan konten inovatif dan sesuai kebutuhan pemirsa. Penelitian ini juga memberikan wawasan strategis, memungkinkan alokasi sumber daya yang efisien, dan penyesuaian konten untuk mempertahankan relevansi dan menarik pemirsa baru, sehingga menjadi alat penting untuk meningkatkan kualitas konten dan bersaing di industri media (Sahabuddin et al., 2025).

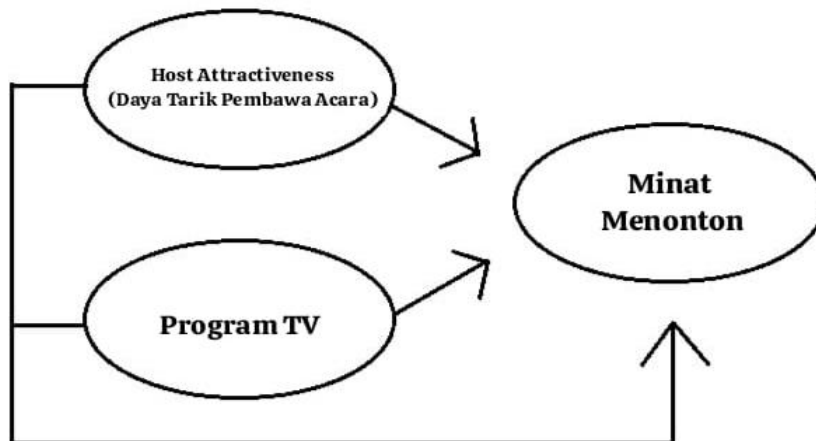
Tabel 1. Hasil Uji Bivariat Tayangan (Frekuensi, Durasi dan Komponen Isi) Hell's Kitchen Channel Di Youtube Terhadap Perilaku Mahasiswa (Kognitif, Afektif dan Konatif)

Tabel 7: Hasil Uji Bivariat Tayangan (Frekuensi, Durasi, dan Komponen Isi) Hell's Kitchen Channel Di Youtube Terhadap Perilaku Mahasiswa (Kognitif, Afektif, dan Konatif)

Variabel Independen	Koefisien Korelasi	Signifikan	Keterangan
Tayangan	0,769	0,000	Signifikan

Sumber : Data Primer Olah

Menurut Firani & Silviani (2020) menemukan bahwa tayangan Hell's Kitchen di YouTube memiliki hubungan yang signifikan terhadap perilaku mahasiswa dengan nilai korelasi sebesar 0,769. Persamaan penelitian terletak pada penggunaan tayangan sebagai variabel independen, sedangkan perbedaannya terletak pada media yang diteliti (YouTube dan televisi) serta variabel dependen yang digunakan (perilaku dan minat menonton).



Gambar 1. Paradigma Penelitian

H₁: Ada pengaruh Daya Tarik Pembawa Acara terhadap minat menonton

H₂: Ada pengaruh Program TV terhadap minat menonton

H₃: Ada pengaruh Daya Tarik Pembawa Acara dan Program TV terhadap minat menonton

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivistik. Pendekatan ini digunakan karena penelitian bertujuan untuk mengukur dan menganalisis pengaruh daya tarik pembawa acara dan program televisi terhadap minat menonton secara objektif dalam bentuk data numerik. Metode yang digunakan adalah metode survei. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menganalisis data yang diperoleh dari populasi atau sampel tertentu menggunakan instrumen penelitian yang terstruktur, kemudian mengujinya secara statistik untuk memverifikasi hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2023). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang mengetahui program "Brownis" di Trans TV, dengan jumlah yang tidak dapat ditentukan secara pasti. Sampel penelitian adalah individu yang pernah menonton atau mengetahui program tersebut. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu, yaitu: (1) mengetahui program "Brownis", (2) pernah menonton, dan (3) bersedia mengisi kuesioner.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online menggunakan Google Form. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin yang disajikan dalam bentuk angka 1 sampai dengan 5. Setiap angka memiliki makna, yaitu 1 menunjukkan sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 netral, 4 setuju, dan 5 sangat setuju. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu daya tarik pembawa acara (X₁) dan program televisi (X₂), serta variabel dependen yaitu minat menonton (Y). Daya

tarik pembawa acara diartikan sebagai kemampuan pembawa acara dalam menarik perhatian penonton melalui penampilan, komunikasi, dan interaksi. Program televisi diartikan sebagai kualitas isi dan penyajian acara yang memberikan hiburan dan informasi. Sedangkan minat menonton merupakan kecenderungan atau ketertarikan seseorang untuk menyaksikan suatu program televisi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Data yang diperoleh terlebih dahulu diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian layak dan konsisten. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t (parsial) dan uji F (simultan), serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan dalam skala besar, yaitu terhadap 100 responden, sehingga $n = 100$, $df = 98$, dan tingkat signifikansi 5% (uji dua arah). Diketahui bahwa nilai r tabel adalah 0,195. Pengujian validitas pada variabel daya tarik pembawa acara (X_1), program televisi (X_2), dan minat menonton (Y) ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1. Analisis Uji Validitas Variabel X_1

Item	Pernyataan	r Hitung	r Tabel ($n=100$, sig. 0,05)	Keterangan
1	Ruben Onsu memiliki pengetahuan tentang narasumber.	0,708	0,195	Valid
2	Ruben Onsu memiliki strategi komunikasi memahami bahasa budaya narasumber.	0,780	0,195	Valid
3	Hiburan yang dibawakan Ruben Onsu membuat suasana hati menjadi lebih baik.	0,787	0,195	Valid
4	Adanya persamaan pada topik yang dibahas oleh Ruben Onsu.	0,686	0,195	Valid
5	Topik yang dibawakan Ruben Onsu beraneka ragam.	0,748	0,195	Valid
6	Pembawaan Ruben Onsu tidak monoton.	0,765	0,195	Valid

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan tabel 1 di atas, hasil pengujian dapat diketahui bahwa 6 indikator yang termasuk dalam variabel X_1 memiliki r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel yang telah ditentukan sebesar 0,195. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator dinyatakan valid karena telah melampaui nilai ambang batas yang ditentukan. Dengan demikian, indikator-indikator tersebut dapat dipercaya untuk mengukur hal-hal yang ingin diteliti dalam penelitian ini. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pada variabel daya tarik pembawa acara (X_1) adalah valid.

Tabel 2. Analisis Uji Validitas Variabel X2

Item	Pernyataan	r Hitung	r Tabel (n=100, sig. 0,05)	Keterangan
1	Program TV Brownis TransTV merupakan program talkshow yang paling diminati.	0,721	0,195	Valid
2	Program TV Brownis TransTV sangat menghibur.	0,810	0,195	Valid
3	Program TV Brownis TransTV memberikan tontonan yang berkualitas dari segi audiovisual.	0,819	0,195	Valid
4	Program TV Brownis TransTV memberikan dorongan semangat penonton.	0,769	0,195	Valid
5	Program TV Brownis TransTV memberikan dampak yang baik.	0,775	0,195	Valid
6	Program TV Brownis TransTV sangat diminati oleh seluruh masyarakat.	0,645	0,195	Valid
7	Penyajian acara di dalam program TV Brownis TransTV sudah baik.	0,791	0,195	Valid
8	Analisis isi informasi di dalam program TV Brownis TransTV sudah baik.	0,775	0,195	Valid
9	Bentuk penyajian program TV Brownis TransTV sudah bersifat modern.	0,726	0,195	Valid
10	Program TV Brownis TransTV membuat saya selalu ingin melihat acara tersebut.	0,707	0,195	Valid
11	Sistem pengaturan tayangan program TV Brownis TransTV sudah sangat rapi.	0,703	0,195	Valid
12	Sistem pengaturan tayangan program TV Brownis TransTV sudah sangat terstruktur.	0,760	0,195	Valid
13	Durasi selama penayangan TV Brownis TransTV tidak lantas membuat saya merasa bosan.	0,776	0,195	Valid

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan tabel hasil pengujian, dapat diketahui bahwa 13 indikator yang termasuk dalam variabel X2 memiliki r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel yang telah ditentukan sebesar 0,195. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator dinyatakan valid karena telah melampaui nilai ambang batas yang ditentukan. Dengan demikian, indikator-indikator tersebut

dapat dipercaya untuk mengukur hal-hal yang ingin diteliti dalam penelitian ini. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pada variabel program televisi (X2) adalah valid.

Tabel 3. Analisis Validitas Variabel Y

Item	Pernyataan	r Hitung	r Tabel (n=100, sig. 0,05)	Keterangan
1	Saya memiliki pengetahuan mengenai gaya pakaian dalam program TV Brownis TransTV.	0,718	0,195	Valid
2	Saya memiliki pengetahuan mengenai gaya berbicara dalam program TV Brownis TransTV.	0,724	0,195	Valid
3	Saya memiliki pengetahuan tingkah laku sopan dalam program TV Brownis TransTV.	0,755	0,195	Valid
4	Program TV Brownis TransTV disajikan dengan cara yang inspiratif.	0,721	0,195	Valid
5	Saya puas terhadap topik pembahasan program TV Brownis TransTV.	0,759	0,195	Valid
6	Penonton terinspirasi setelah menonton program TV Brownis TransTV.	0,729	0,195	Valid
7	Program TV Brownis TransTV mempengaruhi tindakan saya di kehidupan sehari-hari.	0,670	0,195	Valid
8	Program TV Brownis TransTV mengandung banyak motivasi.	0,690	0,195	Valid
9	Program TV Brownis TransTV memberikan konten yang menginspirasi dan menarik.	0,730	0,195	Valid

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan tabel hasil pengujian, dapat diketahui bahwa 9 indikator yang termasuk dalam variabel Y memiliki r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel yang telah ditentukan sebesar 0,195. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator dinyatakan valid karena telah melampaui nilai ambang batas yang ditentukan. Dengan demikian, indikator-indikator tersebut dapat dipercaya untuk mengukur hal-hal yang ingin diteliti dalam penelitian ini. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pada variabel minat menonton (Y) adalah valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

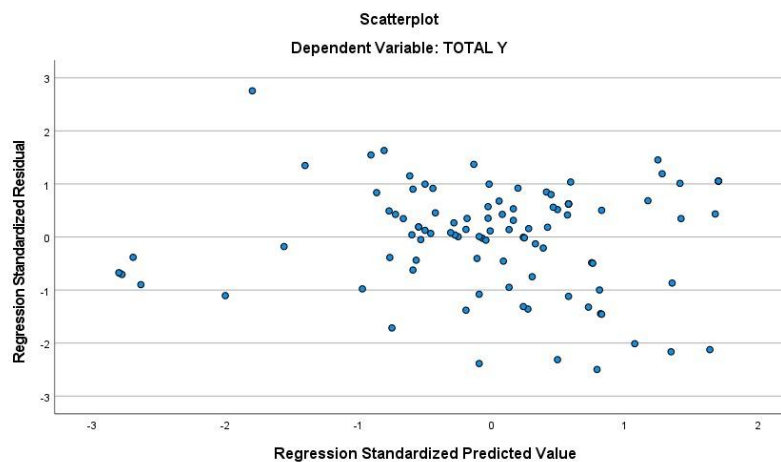
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Nilai Kritis	Keterangan
X1	0,841	6	0,6	Reliabel
X2	0,936	13	0,6	Reliabel

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Nilai Kritis	Keterangan
Y	0,883	9	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan data yang tercantum dalam tabel 4 di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh aspek dari ketiga variabel tersebut dinyatakan reliabel. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Cronbach's Alpha yang melebihi batas minimum yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 0,6.

Uji Heteroskedastisitas

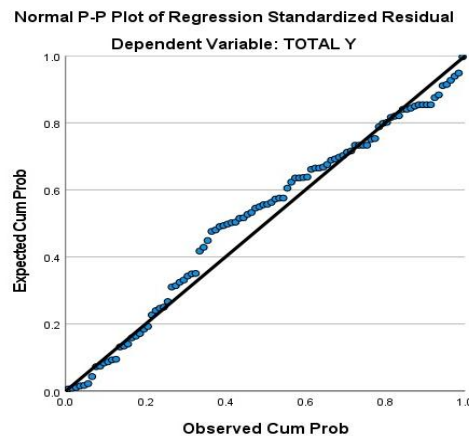


Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan hasil grafik scatterplot, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Titik-titik tersebut juga tersebar secara merata di sepanjang sumbu X tanpa adanya pola melebar, menyempit, atau membentuk corong ke salah satu arah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini, sehingga asumsi homoskedastisitas terpenuhi dan model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Normalitas



Gambar 3. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan hasil pengujian di atas, terlihat bahwa titik-titik pada Normal P-P Plot mengikuti arah garis diagonal dan menyebar di sekitar garis diagonal. Ini menunjukkan bahwa residual data berdistribusi normal, sehingga uji normalitas telah terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0,403	2,479	Tidak Multikolinearitas
X2	0,403	2,479	Tidak Multikolinearitas

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa variabel daya tarik pembawa acara (X1) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,403 dan nilai VIF sebesar 2,479. Sementara itu, variabel program televisi (X2) juga memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,403 dan nilai VIF sebesar 2,479. Karena kedua nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi multikolinearitas antar variabel independen.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,808	0,653	0,646

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan tabel diatas menampilkan hasil pengujian *Model Summary*, diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,646. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 64,6% variabel keputusan pembelian (Y) dipengaruhi oleh variabel daya tarik pembawa acara (X1) dan program televisi (X2) sebagai variabel independen. Sementara itu, sisanya 35,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	B	Std. Error	t	Sig.
(Constant)	5,076	2,045	2,482	0,015
X1 → Y	0,050	0,141	0,356	0,723
X2 → Y	0,517	0,062	8,302	<0,001

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan tabel diatas menampilkan hasil analisis, diperoleh model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 5,076 + 0,050X1 + 0,517X2$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai konstanta sebesar 5,076. Hal ini menunjukkan jika variabel daya tarik pembawa acara (X1) dan program televisi (X2) bernilai nol, maka variabel minat menonton (Y) adalah sebesar 5,076. Variabel daya tarik pembawa acara (X1) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,050. Hal ini berarti setiap peningkatan satu satuan pada variabel X1, dengan asumsi variabel X2 konstan, maka akan meningkatkan variabel Y sebesar 0,050. Variabel X2 memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,517. Hal ini berarti setiap peningkatan satu satuan pada variabel X2, dengan asumsi variabel X1 konstan, maka akan meningkatkan variabel Y sebesar 0,517.

Uji T (Parsial)

Tabel 8. Hasil Uji T

Model	B	Std. Error	t	Sig.	Keterangan
(Constant)	5,076	2,045	2,482	0,015	-
X1 → Y	0,050	0,141	0,356	0,723	Tidak Signifikan
X2 → Y	0,517	0,062	8,302	<0,001	Signifikan

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan tabel pengujian di atas, variabel daya tarik pembawa acara (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 0,356 yang lebih kecil daripada nilai t tabel sebesar 1,984. Ini menunjukkan bahwa variabel X1 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y ditambah dengan nilai signifikansi (Sig.) pada variabel X1 sebesar 0,723 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh daya tarik pembawa acara terhadap minat menonton ditolak. Selanjutnya, hasil uji t parsial pada variabel program televisi (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 8,302 yang lebih besar daripada nilai t tabel sebesar 1,984. Ini menunjukkan bahwa variabel X2 berpengaruh secara positif signifikan terhadap variabel Y ditambah dengan nilai signifikansi (Sig.) pada variabel X2 yaitu <0,001 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh program televisi terhadap minat menonton diterima.

Uji F

Tabel 9. Hasil Uji F

Model	F Hitung	F Tabel	Sig.	Keterangan
X1, X2 → Y	91,233	3,090	<0,001	Signifikan

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan hasil dari tabel di atas diketahui nilai F hitung untuk variabel X1 dan X2 adalah 91,233, yang lebih besar dibandingkan nilai F tabel sebesar 3,090. Selain itu, nilai signifikansi (Sig.) < 0,001, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel daya tarik pembawa acara (X1) dan program televisi (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menonton (Y). Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh daya tarik pembawa acara dan program televisi secara signifikan serta simultan diterima.

Pembahasan

Pengaruh Daya Tarik Pembawa Acara terhadap Minat Menonton

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik pembawa acara tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menonton program *Brownis* Trans TV. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa keberadaan pembawa acara yang menarik belum menjadi faktor utama yang menentukan keputusan audiens dalam memilih suatu tayangan. Meskipun koefisien regresi menunjukkan arah hubungan yang positif, pengaruh yang dihasilkan tidak cukup kuat untuk memberikan kontribusi yang signifikan terhadap minat menonton. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa audiens lebih mempertimbangkan aspek lain yang berkaitan dengan kualitas program dibandingkan karakteristik pembawa acara. Dengan demikian, pembawa acara hanya berfungsi sebagai unsur pendukung dalam meningkatkan daya tarik suatu program televisi.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa perubahan perilaku audiens telah mendorong masyarakat untuk lebih selektif dalam memilih tayangan. Penonton cenderung mengutamakan manfaat yang diperoleh dari suatu program, baik dalam bentuk hiburan maupun informasi. Kondisi tersebut sejalan dengan teori *Uses and Gratifications* yang menjelaskan bahwa khalayak bersifat aktif dalam memilih media yang mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan mereka (Kustiawan et al., 2022). Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Putra dan Yoedtadi (2021) yang menyimpulkan bahwa pembawa acara memiliki pengaruh positif terhadap minat menonton. Putra dan Yoedtadi (2021) menjelaskan bahwa pembawa acara yang disukai oleh masyarakat mampu meningkatkan ketertarikan audiens terhadap suatu tayangan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh daya tarik pembawa acara sangat bergantung pada karakteristik program serta preferensi audiens yang menjadi objek penelitian. Oleh karena itu, pada program *Brownis* Trans TV, daya tarik pembawa acara belum menjadi faktor dominan dalam membentuk minat menonton.

Pengaruh Program TV “Brownis TransTV” terhadap Minat Menonton

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program televisi *Brownis* Trans TV berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menonton. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas program merupakan faktor utama yang memengaruhi ketertarikan masyarakat dalam menyaksikan tayangan yang disajikan. Program *Brownis* Trans TV dinilai mampu menghadirkan konsep acara yang menarik melalui kombinasi unsur hiburan, informasi, serta pembahasan yang beragam. Selain itu, penyajian program yang komunikatif dan tidak monoton mampu menciptakan pengalaman menonton yang menyenangkan bagi audiens. Dengan demikian, kualitas program

menjadi faktor yang mampu meningkatkan minat masyarakat untuk terus mengikuti tayangan tersebut.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Aryasatya dan Habibi (2024) yang menyimpulkan bahwa program *Tonight Show* di NET TV berpengaruh terhadap minat menonton mahasiswa. Aryasatya dan Habibi (2024) menjelaskan bahwa konsep program yang menarik serta isi pembahasan yang variatif mampu meningkatkan ketertarikan audiens terhadap suatu tayangan. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Oktavia dan Wideasanty (2022) yang menyatakan bahwa kreativitas penyajian dan kualitas isi program memiliki peran penting dalam membentuk minat menonton masyarakat. Selain itu, hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Maulidhika dan Kurniawan (2025) yang menjelaskan bahwa program televisi yang dikemas secara kreatif dan sesuai dengan kebutuhan audiens mampu mempertahankan eksistensinya di tengah perkembangan media digital. Menurut Mutiah dan Tuty (2022), program televisi yang memberikan hiburan, informasi, dan pendidikan dapat menimbulkan rasa ketertarikan sehingga mendorong munculnya minat menonton pada diri audiens. Apabila dikaitkan dengan teori *Uses and Gratifications*, masyarakat memilih program televisi yang mampu memenuhi kebutuhan hiburan, relaksasi, dan informasi (Kustiawan et al., 2022). Oleh karena itu, kualitas program *Brownis* Trans TV yang menarik dan menghibur menjadi alasan utama yang mendorong masyarakat untuk menyaksikan tayangan tersebut secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa daya tarik pembawa acara dan program televisi secara simultan berpengaruh terhadap minat menonton program *Brownis* Trans TV. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kombinasi antara karakteristik pembawa acara dan kualitas program mampu meningkatkan ketertarikan audiens dalam menyaksikan tayangan yang disajikan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh daya tarik pembawa acara dan program televisi terhadap minat menonton dapat diterima. Secara parsial, program televisi *Brownis* Trans TV terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menonton. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas program yang menarik, informatif, dan menghibur menjadi faktor utama yang mendorong masyarakat untuk terus mengikuti tayangan tersebut. Oleh karena itu, kualitas program televisi memiliki peranan penting dalam membentuk dan meningkatkan minat menonton audiens. Sebaliknya, daya tarik pembawa acara tidak terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap minat menonton. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa keberadaan pembawa acara belum menjadi faktor utama yang menentukan keputusan audiens dalam memilih tayangan. Penonton cenderung lebih mempertimbangkan kualitas isi program dibandingkan karakteristik pembawa acara. Dengan demikian, pembawa acara lebih berfungsi sebagai faktor pendukung yang memperkuat daya tarik program secara keseluruhan. Berdasarkan hasil penelitian, pihak Trans TV disarankan untuk terus meningkatkan kualitas program *Brownis* melalui inovasi konten dan penyajian acara yang lebih kreatif agar mampu mempertahankan minat menonton masyarakat. Selain itu, pembawa acara perlu meningkatkan kemampuan komunikasi dan interaksi dengan audiens untuk mendukung daya tarik program. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek penelitian, menambah jumlah responden, serta memasukkan variabel lain seperti penggunaan media sosial, kualitas narasumber, preferensi individu, dan platform digital. Penggunaan pendekatan *mixed methods* juga disarankan agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku audiens.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, T., & Yoedtadi, M. G. (2024). Pengaruh Host dan Minat Menonton. *Koneksi*, 8(2), 472–480. <https://doi.org/10.24912/KN.V8I2.27669>
- Angelina, P., Putri, H., & Dwihadih, D. L. (2024). *Penerimaan Audiens terhadap Penggunaan Teknologi Kecerdasan Buatan sebagai Pembaca Berita di TV One Indonesia Audiens Technological Acceptance Of The Use on Artificial Intelligence as News Anchor in TV One Indonesia* (Vol. 18, Number 1). <http://journal.ubm.ac.id/>
- Aulia, D., & Prasetyawati, H. (2022). Pengaruh Gaya Bicara Presenter Talkshow Hitam Putih Di TRANS7 Terhadap Minat Menonton. *Inter Script : Journal of Creative Communication*, 3(2), 1–12. <https://doi.org/10.33376/IS.V3I2.977>
- Christina Handayan. (2024, June 1). *View of Pengaruh Host Dan Pengemasan Program Terhadap Minat Nonton : Studi Kasus Dedy Mahendra Desta Sebagai Host Dan Pengemasan Program Net Tv Terhadap Minat Nonton "Tonight Show."* <https://jurnalmahasiswa.com/index.php/Jurikum/article/view/936/626>.
<https://jurnalmahasiswa.com/index.php/Jurikum/article/view/936/626>
- Firani, S., & Silviani, I. (2020). Pengaruh Tayangan Hell's Kitchen Di YouTube Terhadap Perilaku Mahasiswa Manajemen Tata Boga Politeknik Pariwisata Kota Medan. In *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* (Vol. 5, Number 1).
- Firdausyi, A., & Anggraini, R. (2021). Pengaruh Konten Program TV Magazine Terhadap Minat Menonton. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, 2(1), 58–70. <https://doi.org/10.33376/IC.V2I1.540>
- Ghassani, S. Z. G., & Hermanu, D. H. (2023). Pengaruh Host Attractivness dan Loneliness terhadap Minat Menonton Konten YouTube Mukbang Mgdalenaf. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 20(2). <https://doi.org/10.36451/JISIP.V20I2.17>
- Handayani, C. (2024). Pengaruh Host Dan Pengemasan Program Terhadap Minat Nonton : Studi Kasus Dedy Mahendra Desta Sebagai Host Dan Pengemasan Program Net Tv Terhadap Minat Nonton "Tonight Show." *JURIHUM: Jurnal Inovasi Dan Humaniora* , 2(1), 61–67. <https://jurnalmahasiswa.com/index.php/Jurikum/article/view/936>
- Ilham Aryasatya, & Mulkan Habibi. (2024). Pengaruh Tayangan Program Tonight Show di NET TV terhadap Minat Menonton. *SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi*, 2(4), 122–133. <https://doi.org/10.59841/SABER.V2I4.1709>
- Jeremia Candra S. (2004). Pengaruh Program Masterchef Dan Host Attractiveness Arnold Poernomo Terhadap Minat Menonton (Studi Kasus: Masterchef Indonesia Season 10) | JURIHUM: Jurnal Inovasi dan Humaniora. *Pengaruh Program Masterchef Dan Host Attractiveness Arnold Poernomo Terhadap Minat Menonton (Studi Kasus: Masterchef Indonesia Season 10)*. https://jurnalmahasiswa.com/index.php/Jurikum/article/view/944?utm_source=chatgpt.com

- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., Pakpahan, N. S., & hayati, N. (2022). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 134–142. <https://doi.org/10.30829/JAI.V11I1.11923>
- Maulidhika, Z. A., & Kurniawan, D. (2025). Pengaruh Program Tayangan Sepak Bola BRI Liga 1 Indonesia di Stasiun Televisi Indosiar terhadap Minat Menonton Televisi bagi Remaja: Survei pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UMJ Angkatan 2020 dan 2021. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humani...*, 3(1), 206–217. <https://doi.org/10.47861/TUTURAN.V3I1.1583>
- Munanjar, A., Widi, I., Analisis, U. /, Jurnal, J. :, Sosial, I., Pendidikan, D., & Utomo, I. W. (2024). Analisis Program Samawa di Trans Tv Eps. Pinjol Jangan Ya Dek Yaa! Dalam Penyampaian Pesan Dakwah. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF : Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 5(5), 989–998. <https://doi.org/10.36418/SYNTAXIMPERATIF.V5I5.527>
- Mutiah_tuty: (2022). *Pengaruh Kemasan Program, Bintang Tamu, Pembawa Acara Dan Tata Artistik Terhadap Minat Menonton Grand Final Program Indonesian Idol Special Season A New Chapter*. <https://repository.bsi.ac.id/repo/33872/Pengaruh-Kemasan-Program,-Bintang-Tamu,-Pembawa-Acara-Dan-Tata-Artistik-Terhadap-Minat-Menonton-Grand-Final-Program-Indonesian-Idol-Special-Season-A-New-Chapter>
- Nielsen Meluncurkan Peringkat Konten Streaming Yang Memungkinkan Pengukuran Lintas Media Di Indonesia | Nielsen. (2022, December 9). <https://www.nielsen.com/id/news-center/2022/nielsen-launches-streaming-content-ratings-enabling-cross-media-measurement-in-indonesia/>. <https://www.nielsen.com/id/news-center/2022/nielsen-launches-streaming-content-ratings-enabling-cross-media-measurement-in-indonesia/>
- Nuraeni, N., & Shabana, A. (2025). Strategi Kreatif Produksi Program Acara Musik Di Televisi Melalui Pengemasan Konten(Studi Kasus Atas Program Musik “Soundcore” di Nusantara TV). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 8(9), 131–140. <https://doi.org/10.9963/VHRQK356>
- oktavia, dwi lestari, & Widiasanty, G. (2022). Pengaruh Tayangan Program ILOOK Net Tv Terhadap Minat Menonton Siswi SMK Sahid Jakarta. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 4(1), 23–42. <https://doi.org/10.33376/IS.V4I1.1165>
- Purniati, D., Samsu, & Iqbal, A. (2022). Pemanfaatan Media Televisi dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Masyarakat Desa Sungai Ruan Ilir Kabupaten Batang Hari. *Journal of Religion and Film*, 1(1), 19–36. <https://doi.org/10.30631/JRF.V1I1.3>
- Putra, M. C., & Yoedtadi, M. G. (2021a). Pengaruh Pembawa Acara terhadap Minat Menonton dalam Komunitas (Survei Talkshow Tonight Show pada Komunitas Tonight Mania). *Koneksi*, 5(2), 359–364. <https://doi.org/10.24912/KN.V5I2.10370>
- Putra, M. C., & Yoedtadi, M. G. (2021b). Pengaruh Pembawa Acara terhadap Minat Menonton dalam Komunitas (Survei Talkshow Tonight Show pada Komunitas Tonight Mania). *Koneksi*, 5(2), 359–364. <https://doi.org/10.24912/KN.V5I2.10370>

Cantaka: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 3025-1974

Volume: 4 Nomor: 1 (Juni: 2026) hal: 199-219

DOI: <https://doi.org/10.61492/cantaka.v4i1.527>

- Rahmadania, N., Habibi, M., Ahmad, J. K. H., Cireundeu, D., Tim, K. C., & Selatan, K. T. (2023). Pengaruh Program Acara “Family 100” MNCTV Terhadap Minat Menonton: Survei Pada Ibu- Ibu RW 04 Kelurahan Bojongsari, Kota Depok. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humani...*, 1(4), 01–12. <https://doi.org/10.47861/TUTURAN.V1I4.471>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Alfabeta (Sugiyono, Ed.).
- Surianto, & Khang, F. D. (2024). *The Influence of Host Attractiveness and TV Programs on Interest in Watching Net.Tv (Case Study of Desta in the Main*. 5(6), p-ISSN.
- Surianto, S., & Rui Iswanto, C. (2024). Pengaruh Host Attractiveness dan Program TV terhadap Minat Menonton: Studi komparatif Vincent dan Desta sebagai Host Program TV “Tonight Show.” *Jurnal Sosial Dan Sains*, 4(6), 471–483. <https://doi.org/10.59188/JURNALSOSAINS.V4I6.1403>
- Wulandari¹, P., Indiworo², E., Hesty, R., & Puspitasari³, U. (2026). Pengaruh Customer Experience dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening: (Studi Kasus pada Semula Coffee). *Cantaka: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.61492/CANTAKA.V4I1.483>