

PENGARUH KUALITAS MEDIA TRANS 7 TERHADAP KEPUASAN DAN RETENSI PEMIRSA TELEVISI

Muhammad Bakhrul Ulum

Universitas Yudharta Pasuruan

Email: muhammadbakhrolulum22@gmail.com

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan mau membahas cara bagaimana kualitas acara yang di media Trans7 bisa memengaruhi tingkat kepuasan serta kesetiaan penonton televisi di Indonesia. Kualitas acara dalam penelitian ini dinilai melalui segi aspek utama, yaitu kemasan program, mutu penyiaran, sama daya tarik isi tayangan. Cara penelitiannya pakai metode kuantitatif dengan teknik survei ke 289 orang responden yang berasal dari Jakarta, Surabaya, dan Tangerang Selatan. Hasilnya penelitian menunjukkan bahwa kemasan program dan mutu penyiaran itu benar-bener berpengaruh besar buat kepuasan penonton, yang akhirnya bikin mereka lebih loyal dalam menonton dan lebih banyak orang yang tertarik. Temuan penelitian ini juga didukung sama penelitian sebelumnya yang bilang kalau kemasan program dan mutu penyiaran itu jadi faktor kunci utama buat menjaga kesetiaan penonton. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan supaya kualitas acara ditingkatkan secara menyeluruh agar biar bisa nahan kepuasan dan kesetiaan penonton di tengah persaingan media yang makin sengit dan semakin kompetitif.

Kata Kunci : Kualitas Tayangan, Kepuasan Pemirsa, Retensi, Loyalitas, Trans7.

Abstract – This study aims to examine and discuss how the quality of the programs in Trans7 media can affect the level of satisfaction and loyalty of television viewers in Indonesia. The quality of the show in this study is assessed through the main aspects, namely program packaging, broadcast quality, and the attractiveness of the content of the show. The research method uses a quantitative method with survey techniques to 289 respondents from Jakarta, Surabaya, and South Tangerang. The results of the study show that the program packaging and the quality of broadcasting really have a big influence on audience satisfaction, which ultimately makes them more loyal in watching and more people are interested. The findings of this study are also supported by previous research that said that program packaging and broadcast quality are the main key factors to maintain audience loyalty. Therefore, this study recommends that the quality of the event be improved comprehensively in order to maintain audience satisfaction and loyalty in the midst of increasingly fierce and increasingly competitive media competition.

Keywords: Impression Quality, Viewer Satisfaction, Retention, Loyalty, Trans7.

PENDAHULUAN

Televisi masih jadi media utama di Indonesia, walau harus bersaing sama media digital yang lagi heboh. Dari survei, ternyata TV masih nomor satu sebagai media favorit masyarakat (Ridwan Allam Zhafarry & Amin Shabana, 2023). Di situasi kayak begini, stasiun TV seperti Trans7 berusaha bikin program-program yang bagus buat menahan dan menaikkan kesetiaan penonton. Trans7 kan dikenal dengan slogan "Cerdas, Hiburan, dan Keluarga", dan mereka punya berbagai acara kayak talk show, komedi, sama berita yang dikemas kreatif banget (Susanto et al., n.d.)(Ridwan Allam Zhafarry & Amin Shabana, 2023).

Kualitas acara TV itu meliputi beberapa hal, misalnya kemasan program, mutu penyiaran, sama relevansi isinya. Kemasan program itu soal elemen visual, suara, pembawa acara, dan desain studio yang bikin tertarik (Oktavianti, 2022)(Ekonomi et al., n.d.). Sedangkan mutu penyiaran berkaitan sama gambar yang jernih, siaran yang konsisten, dan waktu tayang yang tepat (Oktavianti, 2022)(Ekonomi et al., n.d.). Kedua hal ini diyakini bisa bikin penonton puas, yang akhirnya berdampak ke retensi atau kesetiaan menonton (Griffin, 2005; Kotler et al., 2009).

Penelitian sebelumnya dari Oktavianti (2022)(Ekonomi et al., n.d.) menunjukkan kalau kemasan program dan mutu penyiaran itu punya pengaruh besar buat kesetiaan penonton TV One dan Metro TV. Lalu, studi Susanto (2014)(Susanto et al., n.d.) bilang kalau sikap positif masyarakat ke program talk show "Hitam Putih" di Trans7 dipengaruhi oleh kemasan yang unik dan daya tarik isinya. Di lain sisi,(Ridwan Allam Zhafarry & Amin Shabana, 2023) menemukan kalau acara komedi "Lapor Pak!" benar-benar bisa menaikkan kesetiaan penonton di kalangan penonton Trans7.

Dari latar belakang itu, penelitian ini mau menganalisis bagaimana kualitas tayangan Trans7 memengaruhi kepuasan dan retensi penonton TV di Indonesia. Penelitian ini diharapkan bisa bantu mengembangkan strategi pemrograman TV yang lebih efektif dan tahan lama.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini pakai cara kuantitatif lewat metode survei. Populasinya itu pemirsa yang setia sama Trans7 di tiga daerah, yakni Jakarta, Surabaya, dan Tangerang Selatan. Sampelnya diambil memakai purposive sampling, sebanyak 289 orang responden yang sudah pernah menonton program Trans7 minimal 5 kali dalam sebulan. Instrumennya berupa kuesioner tertutup yang mengukur variabel kualitas tayangan (kemasan sama kualitas penyiaran), kepuasan pemirsa, dan retensi (kesetiaan menonton). Datanya dianalisis memakai teknik regresi berganda dan uji hipotesis dengan bantuan SPSS 22.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

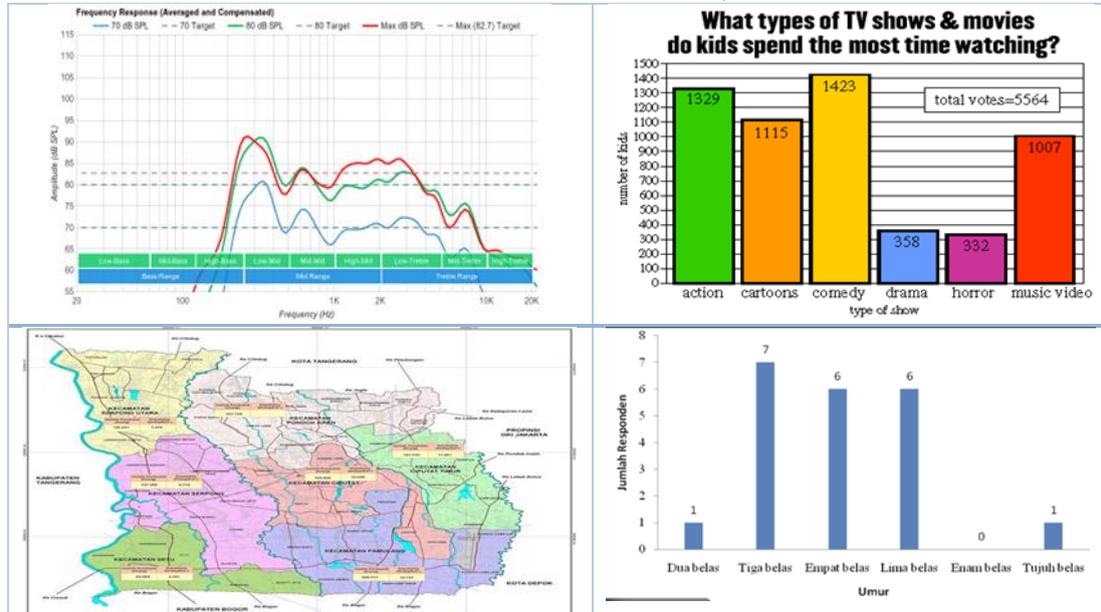
Penelitian ini melibatkan 289 responden pemirsa Trans7 dari tiga wilayah, yaitu Jakarta, Surabaya, dan Tangerang Selatan. Berikut adalah gambaran umum responden berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan:

Tabel 1. Profil Responden Penelitian.

Karakteristik	Kategori	Jumlah (n)	Persentase(%)
Usia	19-25 tahun	152	52,6%
	26-35 tahun	74	25,6%
	>35 tahun	63	21,8%
Frekuensi menonton	Setiap hari	98	33,9%
	3-5 kali/minggu	125	43,3%

	1-2 kali/minggu	66	22,8%
Program favorit	Talk Show (hitam putih)	112	38,8%
	Komedi (lapor pak)	98	33,9%
	Berita dan hiburan lainnya	79	27,3%

Sumber 1: Data Primer Penelitian, 2025



Gambar 1. Distribusi Responden

Sumber1: Data Primer Penelitian, 2025

Dari data di Tabel 1 dan Gambar 1, ternyata kebanyakan responden itu usia 19 sampai 25 tahun, sekitar 52,6%, dan mereka menonton Trans7 paling tidak 3 sampai 5 kali seminggu, angkanya 43,3%. Nah, program yang paling sering mereka tonton adalah talk show "Hitam Putih" dengan persentase 38,8%, lalu disusul program komedi "Lapor Pak!" yang 33,9%. Ini kayak menunjukkan kalau acara yang interaktif dan bikin ketawa itu memang bikin tertarik banget buat anak muda.

Pengaruh Kualitas Tayangan terhadap Kepuasan Pemirsa

Analisis regresi berganda dilakukan untuk menguji pengaruh variabel kualitas tayangan, yaitu kemasan program (x1) dan kualitas penyiaran (x2), terhadap kepuasan pemirsa (y1). Hasil analisis disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 2. Hasil Regresi Berganda Pengaruh Kualitas Tayangan terhadap Kepuasan Pemirsa

Variabel	Koefisien	T-hitungan	Sig. (p)	Keterangan
Kemasan Program (x1)	0,452	5,823	0,000	Signifikan
Kualitas Penyiaran (x20)	0,381	4,912	0,003	Signifikan
Konstanta (a)	1,224	-	0,001	-
R2	0,582	-	-	-
F-hitungan	89,334	-	0,000	Signifikan

Sumber1: Hasil Olah Data SPSS 22, 2025

Berdasarkan Tabel 2, diperoleh persamaan regresi: $Y_1 = 1,224 + 0,452X_1 + 0,381X_2$
 Hasil tersebut menunjukkan bahwa:

1. Kemasan program (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pemirsa ($\beta = 0,452$; $p < 0,05$).
2. Kualitas penyiaran (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan ($\beta = 0,381$; $p < 0,05$).

3. Nilai R² sebesar 0,586 menunjukkan bahwa variabel kemasan program dan kualitas penyiaran mampu menjelaskan 58,6% variasi kepuasan pemirsa, sementara sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model.

Gambar 2. Diagram Pengaruh Kualitas Tayangan terhadap Kepuasan Pemirsa



Sumber: Hasil Analisis Penelitian, 2025

Gambar ini menunjukkan hubungan antara kemasan program (X1) dan kualitas penyiaran (X2) terhadap kepuasan pemirsa (Y1) berdasarkan hasil analisis regresi berganda.

Temuan ini ternyata cocok banget sama penelitian Oktavianti tahun 2022, yang bilang kalau kemasan program dan kualitas penyiaran itu jadi faktor utama yang bikin pemirsa puas, apalagi buat program berita pagi. Presenter yang smart, desain studio yang eye-catching, plus gambar yang super jernih, itu semua bantu banget buat pengalaman nonton yang bikin senang (Ekonomi et al., n.d.). Nah, penelitian Susanto tahun 2014 juga konfirmasi kalau kemasan unik dari talk show "Hitam Putih" bisa bikin sikap positif pemirsa di Surabaya (Susanto et al., n.d.).

Pengaruh Kepuasan terhadap Retensi Pemirsa

Untuk menguji pengaruh kepuasan pemirsa (Y1) terhadap retensi atau loyalitas menonton (Y2), dilakukan analisis regresi sederhana. Hasilnya disajikan dalam Tabel 3.

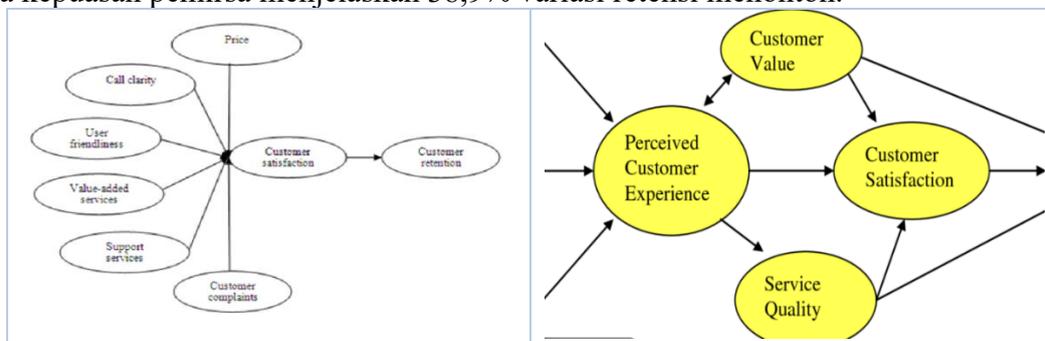
Tabel 3. Hasil Regresi Sederhana Pengaruh Kepuasan terhadap Retensi Pemirsa

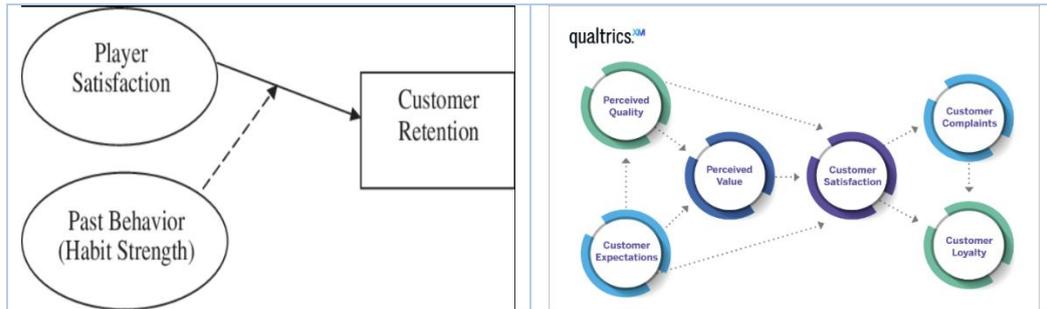
Variabel	Koefisien	T-hitungan	Sig. (p)	Keterangan
Kepuasan Pemirsa (Y1)	0,624	8,912	0,000	Signifikan
Konstanta (a)	0,889	-	0,002	-
R2	0,389	-	-	-
F-hitungan	79,421	-	0,000	Signifikan

Persamaan regresi yang di peroleh:

$$Y2 = 0,889 + 0,624Y1$$

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pemirsa berpengaruh kuat dan signifikan terhadap retensi menonton ($\beta = 0,624$; $p < 0,01$). Nilai R² sebesar 0,389 mengindikasikan bahwa kepuasan pemirsa menjelaskan 38,9% variasi retensi menonton.





Gambar 3. Diagram Hubungan Kepuasan dan Retensi Pemirsa

Sumber: Adaptasi Dari Konsep Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Griffin, 2005; Zhafarry & Shabana, 2023)(Ridwan Allam Zhafarry & Amin Shabana, 2023)

Temuan ini ternyata didukung banget sama penelitian Zhafarry dan Shabana tahun 2023, yang bilang kalau program komedi "Lapor Pak!" bisa bikin loyalitas nonton naik lewat konten yang bikin ketawa dan relevan banget. Nah, Griffin tahun 2005 juga tegasin kalau kepuasan konsumen itu jadi faktor kunci buat bangun loyalitas merek, termasuk di dunia tayangan TV. Berdasarkan hasil analisis yang sudah kita lakukan, bisa kita simpulkan bahwa kualitas acara di Trans7 lewat cara mereka mengemas program dan mutu penyiarannya, benar-benar berpengaruh besar terhadap kepuasan dan kemampuan mereka buat menahan pemirsa. Acara kayak "Hitam Putih" dan "Lapor Pak!" sukses banget menarik perhatian orang karena gabungan kreativitas dalam kemasan, produksi yang bagus, dan konten yang pas banget dengan kehidupan sehari-hari (Susanto et al., n.d.)(Ridwan Allam Zhafarry & Amin Shabana, 2023).

Dari sisi strategi, temuan ini punya arti penting buat manajemen Trans7:

1. Pertama, mereka perlu kuatkan kemasan program dengan inovasi di desain visual, musik latar, dan gaya presenter biar acara tetap terasa segar dan menarik.
2. Kedua, tingkatkan teknologi penyiaran, terutama gambar dan suara yang harus tetap prima, apalagi di era digital sekarang ini yang butuh standar tinggi banget.
3. Ketiga, pastikan kontennya relevan, bisa menanggapi isu-isu terkini dan kebutuhan penonton, seperti yang dilakukan "Hitam Putih" dengan topik sosialnya atau "Lapor Pak!" yang bawa humor kritis(Susanto et al., n.d.).

Penelitian ini juga menguatkan pandangan bahwa di dunia penyiaran, kualitas acara bukan cuma bikin puas sesaat, tapi juga bikin penonton loyal dalam jangka panjang (Kevin Lane Keller Pearson, n.d.). Jadi, investasi buat perbaiki kualitas program itu strategi wajib kalau mau menang saingan di pasar TV Indonesia¹

KESIMPULAN

Dari penelitian ini, kita bisa lihat bahwa kualitas acara di Trans7, terutama soal cara mereka bungkus program dan mutu penyiarannya, benar-benar berpengaruh besar ke kepuasan dan kemampuan mereka buat menahan pemirsa. Biar bisa jaga loyalitas penonton di tengah persaingan media yang makin sengit, Trans7 perlu terus dorong peningkatan kualitas acara secara keseluruhan, mulai dari inovasi dalam kemasan program, perbaikan teknologi penyiaran, sampai bikin konten yang pas banget dengan apa yang dibutuhkan pemirsa. Untuk penelitian selanjutnya, mungkin bisa dikembangkan model yang lebih lengkap dengan memasukkan variabel keterlibatan digital, biar lebih paham bagaimana dinamika loyalitas penonton di zaman media yang makin konvergen begini.

¹ Aniq Fadillah et al., "Peran Pemerintah dalam Pengawasan Harga Pangan Perspektif Ekonomi Islam," *SANTRI: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 3, no. 3 (2025): 330-331

DAFTAR PUSTAKA

- Ekonomi, J., dan Bisnis, K., & Rini Metri Oktavianti, P. (n.d.). EKOMBIS Sains STRATEGI KEMASAN DAN KUALITAS PENYIARAN TERHADAP LOYALITAS PEMIRSA TV ONE DAN METRO TV. file. (n.d.).
- Kevin Lane Keller Pearson, K. (n.d.). Marketing Management ' 14e Global Edition.
- Ridwan Allam Zhafarry, & Amin Shabana. (2023). Pengaruh Tayangan Komedi Lapor Pak! terhadap Loyalitas Menonton Program di Trans7. TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora, 1(4), 203–210. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i4.560>
- Susanto, E., Komunikasi, I., Kristen, U., & Surabaya, P. (n.d.). SIKAP MASYARAKAT SURABAYA TERHADAP TAYANGAN TALK SHOW “HITAM PUTIH” DI TRANS 7. <http://www.trans7.co.id>