

Eksplorasi Ketertarikan Audiens terhadap Tayangan Hidup Sehat di tvOne

Andika Prasetya¹, Suparman²

Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, IPB University
E-mail: andikaprasetya2509@gmail.com¹, parman@apps.ipb.ac.id²

Article History:

Received: 12 Mei 2026

Revised: 27 Mei 2026

Accepted: 09 Juni 2026

Keywords: Komunikasi Kesehatan, Ketertarikan Audiens, Program Televisi, Media Digital

Abstract: *Kemajuan media digital telah mengubah pola konsumsi informasi masyarakat dan menuntut televisi untuk menghadirkan program yang lebih menarik serta relevan dengan kebutuhan audiens. Program kesehatan menjadi salah satu strategi yang potensial karena tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga berfungsi sebagai media edukasi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat ketertarikan audiens terhadap program “Hidup Sehat” di tvOne serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei melalui kuesioner berbasis Google Form terhadap 107 responden. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif, uji korelasi, dan regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas program memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap ketertarikan audiens, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 77,3%. Faktor yang paling berpengaruh meliputi kualitas konten, kejelasan penyampaian informasi, serta daya tarik visual dan audio program. Temuan ini menunjukkan bahwa program kesehatan yang informatif, komunikatif, dan dikemas secara menarik mampu meningkatkan minat menonton serta keterlibatan audiens di tengah persaingan media digital.*

PENDAHULUAN

Industri media penyiaran saat ini mengalami perubahan yang cukup mendasar seiring pesatnya perkembangan teknologi digital. Perubahan ini tidak hanya memengaruhi cara produksi konten, tetapi juga menggeser pola konsumsi informasi masyarakat. Televisi sebagai media konvensional kini menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan perhatian audiens, terutama karena hadirnya *platform digital* yang lebih fleksibel, interaktif, dan mudah diakses (Wahyuni, 2025). Dalam situasi ini, stasiun televisi dituntut untuk menghadirkan program yang tidak sekadar informatif, tetapi juga menarik, relevan, dan mampu menjawab kebutuhan audiens masa kini. Salah satu jenis program yang memiliki potensi strategis adalah program bertema kesehatan, karena selain mengandung nilai edukatif, juga berpeluang menarik minat penonton secara luas.

Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat turut mendorong media massa untuk memproduksi konten kesehatan yang lebih variatif dan komunikatif. Program

kesehatan di televisi tidak lagi hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai sarana edukasi yang berpotensi membentuk perilaku masyarakat (Tokan, 2022). Oleh karena itu, penyajian konten kesehatan perlu dikemas secara menarik dan mudah dipahami agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Dalam konteks ini, keberhasilan program tidak hanya ditentukan oleh kualitas materi, tetapi juga oleh efektivitas cara penyampaian.

Ketertarikan audiens terhadap program televisi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti relevansi konten, kualitas penyajian, serta kemampuan program dalam memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan. Penelitian menunjukkan bahwa konten yang disampaikan melalui narasi yang kuat dan penyajian yang kreatif mampu meningkatkan keterlibatan audiens secara signifikan (Isnaini, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa program kesehatan yang dikemas secara menarik memiliki peluang lebih besar untuk menarik perhatian dibandingkan dengan penyajian yang bersifat monoton.

Perubahan perilaku audiens juga terlihat dari meningkatnya preferensi terhadap media audiovisual yang lebih interaktif dan mudah dipahami. Media audiovisual interaktif dinilai efektif dalam meningkatkan perhatian, partisipasi, serta pemahaman audiens karena mampu menyampaikan informasi melalui perpaduan visual dan audio yang lebih menarik dibandingkan media konvensional (Pratama *et al.*, 2025). Fenomena ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi program “Hidup Sehat” di tvOne untuk terus menghadirkan inovasi, baik dalam format maupun penyajian konten, agar tetap relevan dan mampu bersaing di tengah perkembangan media digital.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan media visual dan konten kreatif memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan perhatian serta pemahaman audiens terhadap isu kesehatan. Elemen seperti animasi, *storytelling*, dan visual yang menarik terbukti mampu meningkatkan minat audiens dalam memahami pesan kesehatan (Kamisiwari *et al.*, 2025). Temuan ini menegaskan pentingnya inovasi dalam penyajian program kesehatan, khususnya di televisi, agar tetap kompetitif di tengah dominasi media digital.

Studi mengenai pengaruh program televisi terhadap minat menonton menunjukkan adanya hubungan positif antara kualitas program dan tingkat ketertarikan audiens. Program yang dinilai menarik, relevan, dan menghibur cenderung memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menonton masyarakat (Ilmi, 2025). Dengan demikian, keberhasilan suatu program tidak hanya bergantung pada isi, tetapi juga pada kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan emosional dan kognitif audiens.

Perkembangan media digital telah mengubah cara audiens menerima dan berinteraksi dengan informasi kesehatan. Media sosial berperan penting dalam membentuk persepsi serta meningkatkan kesadaran kesehatan masyarakat karena mampu menyampaikan informasi secara cepat, interaktif, dan mudah diakses, terutama oleh generasi muda (Sari & Nugraha, 2025). Perubahan ini mendorong program televisi untuk menghadirkan pendekatan komunikasi yang lebih interaktif agar tetap relevan dan mampu bersaing di tengah perkembangan media yang semakin cepat berubah.

Perubahan pola konsumsi media menunjukkan bahwa masyarakat kini cenderung memilih program yang tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga menghadirkan pengalaman menonton yang menarik dan interaktif (Christopher, 2025; Salsabila, 2025). Dalam tayangan bertema kesehatan, audiens tidak hanya membutuhkan penjelasan medis yang bersifat informatif, tetapi juga penyampaian yang ringan, komunikatif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Widjaja (2025) menyatakan bahwa media dengan pendekatan interaktif serta gaya komunikasi yang disesuaikan dengan karakter generasi muda lebih efektif dalam menarik perhatian dan meningkatkan kesadaran kesehatan audiens. Oleh karena itu, program “Hidup Sehat” di tvOne

.....

perlu terus menyesuaikan format dan cara penyajiannya agar tetap relevan dan diminati di tengah persaingan media yang semakin kompetitif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) bagaimana tingkat ketertarikan audiens terhadap program “Hidup Sehat” di tvOne, dan (2) faktor-faktor apa saja yang memengaruhi ketertarikan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat audiens terhadap program, mengidentifikasi faktor yang memengaruhi preferensi penonton, dan mengevaluasi efektivitas penyajian pesan kesehatan dalam program tersebut. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai perilaku audiens terhadap tayangan kesehatan di televisi. Haro (2020) menjelaskan bahwa efektivitas komunikasi kesehatan dipengaruhi oleh cara penyampaian pesan, penggunaan media, serta kemampuan media dalam menarik perhatian audiens sehingga informasi kesehatan dapat diterima dan dipahami dengan baik.

LANDASAN TEORI

1. Teori *Uses and Gratifications 2.0*

Teori *Uses and Gratifications 2.0* menjelaskan bahwa audiens masa kini memiliki peran aktif dalam memilih media yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Media tidak lagi digunakan hanya untuk memperoleh informasi, tetapi juga untuk mendapatkan hiburan, pengalaman visual, dan interaksi yang menarik. Sundar dan Limperos (2020) menyatakan bahwa “audiens menggunakan media berdasarkan kebutuhan dan kepuasan yang ingin diperoleh dari media tersebut.” Dalam penelitian ini, program “Hidup Sehat” di tvOne dinilai mampu memenuhi kebutuhan audiens karena tidak hanya menyajikan informasi kesehatan, tetapi juga mengemasnya secara menarik, komunikatif, dan mudah dipahami sehingga tetap nyaman untuk ditonton.

2. Audience Engagement Theory

Audience Engagement Theory menekankan bahwa keberhasilan sebuah program media tidak cukup diukur dari banyaknya jumlah penonton, tetapi juga dari sejauh mana audiens terlibat dengan konten yang disajikan. Keterlibatan tersebut dapat terlihat dari perhatian, ketertarikan emosional, hingga keinginan audiens untuk terus mengikuti program. Dalam konteks penelitian ini, program “Hidup Sehat” di tvOne mampu membangun kedekatan dengan audiens melalui topik kesehatan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari serta penyampaian yang ringan dan komunikatif. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Brodie *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa “keterlibatan audiens merupakan bentuk hubungan aktif yang tercipta antara konsumen dan suatu objek media.”

3. Media Richness Theory

Daft dan Lengel (1986) menyatakan bahwa “media yang kaya memiliki kemampuan lebih besar dalam mengurangi ambiguitas dan meningkatkan pemahaman pesan.” *Media Richness Theory* menjelaskan bahwa efektivitas media dipengaruhi oleh kelengkapan unsur komunikasi yang digunakan, seperti visual, audio, bahasa, dan interaksi. Semakin lengkap unsur tersebut, semakin mudah audiens memahami informasi yang disampaikan. Dalam program “Hidup Sehat” di tvOne, penggunaan visual yang menarik, audio yang jelas, serta penyampaian yang komunikatif membantu audiens memahami pesan kesehatan dengan lebih baik sekaligus meningkatkan ketertarikan mereka terhadap program.

4. Teori Komunikasi Kesehatan (*Health Communication*)

Teori komunikasi kesehatan menjelaskan bahwa penyampaian informasi kesehatan melalui media bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, membangun kesadaran, dan mendorong perubahan perilaku masyarakat ke arah yang lebih sehat. Efektivitas komunikasi kesehatan dipengaruhi oleh cara penyampaian pesan, media yang digunakan, serta kemampuan pesan untuk

menyesuaikan dengan karakteristik audiens. Dalam penelitian ini, program “Hidup Sehat” di tvOne dipandang sebagai media edukasi kesehatan yang mampu menyampaikan informasi secara ringan, informatif, dan mudah dipahami oleh masyarakat. Penyajian yang komunikatif dan menarik membuat pesan kesehatan lebih mudah diterima audiens, sehingga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga kesehatan. Hal ini sejalan dengan pernyataan World Health Organization (WHO, 2021) bahwa “komunikasi kesehatan berperan penting dalam meningkatkan kesadaran dan perubahan perilaku kesehatan masyarakat.”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk menganalisis tingkat ketertarikan audiens terhadap program “Hidup Sehat” di tvOne. Data dikumpulkan secara kuantitatif melalui kuesioner terstruktur berbasis *Google Form* yang disebar secara daring kepada responden yang merupakan penonton program televisi di tvOne, sebagai representasi audiens aktif media. Instrumen kuesioner dirancang untuk mengukur variabel independen berupa kualitas program yang mencakup aspek konten, penyajian, dan daya tarik visual, serta variabel dependen berupa tingkat ketertarikan audiens terhadap program “Hidup Sehat”. Setiap indikator dalam penelitian ini diukur menggunakan skala Likert 1–4. Skala Likert merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi sekelompok orang terhadap fenomena sosial (Priyono, 2008).

Sebelum dilakukan penyebaran secara luas, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji melalui *pilot test* kepada sejumlah responden untuk memastikan kejelasan, keterbacaan, dan kesesuaian setiap item pertanyaan. Setelah itu dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan benar-benar mampu mengukur variabel penelitian secara akurat dan konsisten (Subhaktiyasa, 2024). Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden serta distribusi jawaban, dan dilanjutkan dengan analisis inferensial berupa uji korelasi serta regresi linear sederhana guna menguji pengaruh kualitas program terhadap ketertarikan audiens. Seluruh proses analisis dilakukan dengan bantuan aplikasi *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 27. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *probability sampling* dengan pendekatan rumus Lemeshow, yang umumnya digunakan dalam penelitian kuantitatif ketika jumlah populasi tidak diketahui secara pasti atau untuk memperoleh ukuran sampel yang representatif secara statistik. Rumus Lemeshow dinyatakan sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel minimum

Z = nilai z-score pada tingkat kepercayaan 95% (1,96)

p = proporsi populasi (diasumsikan 0,5)

q = 1 – p (0,5)

d = *margin of error* (10% atau 0,1)

Substitusi nilai:

Z = 1,96, yang merepresentasikan tingkat kepercayaan 95%

p = 0,5, sebagai proporsi populasi yang diasumsikan

Sehingga diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96$$

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa jumlah sampel minimum yang dibutuhkan adalah 96 responden. Dalam penelitian ini, jumlah responden yang berhasil dikumpulkan adalah sebanyak 107 responden, sehingga telah memenuhi dan melampaui jumlah minimum yang disyaratkan. Dengan demikian, data yang digunakan dalam penelitian ini dinilai cukup representatif untuk dilakukan analisis lebih lanjut.

Hasil uji validitas pada variabel X yang merepresentasikan kualitas program “Hidup Sehat” di tvOne menunjukkan bahwa nilai r tabel sebesar 0,190 ($n = 107$; $\alpha = 0,05$). Berdasarkan hasil pengujian, seluruh item pernyataan memiliki nilai r-hitung yang berada pada rentang 0,433 hingga 0,746. Karena seluruh nilai r-hitung lebih besar dibandingkan r-tabel, maka seluruh item dinyatakan valid. Temuan ini menegaskan bahwa setiap indikator yang digunakan mampu mengukur dimensi kualitas program secara tepat, baik dari sisi konten, cara penyajian, maupun daya tarik tayangan. Pada variabel Y yang mengukur ketertarikan audiens terhadap program “Hidup Sehat” di tvOne, hasil uji validitas juga menunjukkan nilai r tabel sebesar 0,190. Nilai r-hitung seluruh item berada pada rentang 0,433 hingga 0,645, sehingga seluruh item memenuhi kriteria validitas karena r-hitung > r-tabel. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan mampu menggambarkan ketertarikan audiens secara akurat, termasuk aspek minat menonton, kenyamanan, dan persepsi terhadap daya tarik program.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik. Seluruh item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas program dan ketertarikan audiens memenuhi kriteria reliabilitas, yaitu memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,70. Hal ini menandakan bahwa setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur konstruk yang sama secara konsisten. Tingkat reliabilitas yang tinggi juga menunjukkan bahwa instrumen mampu menghasilkan data yang stabil dan tidak mudah berubah. Dengan demikian, seluruh item dalam penelitian ini layak digunakan untuk mengukur kualitas program “Hidup Sehat” serta ketertarikan audiens terhadap tayangan tersebut. Instrumen yang digunakan telah memenuhi standar reliabilitas yang baik, sehingga data yang dihasilkan dapat dipercaya dan dapat digunakan sebagai dasar dalam analisis lanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden dalam penelitian ini dianalisis berdasarkan jenis kelamin, usia, dan frekuensi dalam menonton stasiun televisi tvOne. Profil responden digunakan untuk memberikan gambaran mengenai latar belakang audiens yang menjadi subjek penelitian. Hasil profil responden disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Profil Responden

Kategori	Sub-Kategori Jumlah Persentase		
Jenis Kelamin	Perempuan	64	59,8%

Kategori	Sub-Kategori	Jumlah	Persentase
Usia	Laki-laki	43	40,2%
	18–22 tahun	52	52%
	23–28 tahun	34	34%
	>30 tahun	14	14%
Frekuensi Menonton tvOne	< 1 jam	46	46%
	1–2 jam	38	38%
	>2 jam	16	16%

Hasil pengolahan data kuesioner menunjukkan bahwa penelitian ini melibatkan 107 responden. Karakteristik responden dianalisis berdasarkan jenis kelamin, usia, dan frekuensi menonton tvOne. Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan, yaitu sekitar 59,8% (± 64 orang), sedangkan laki-laki sebesar 40,2% (± 43 orang). Komposisi ini menunjukkan bahwa program *Hidup Sehat* memiliki daya tarik yang lebih kuat pada audiens perempuan, yang umumnya lebih memperhatikan isu kesehatan dan gaya hidup sehat.

Kelompok usia responden didominasi oleh rentang 18–22 tahun, yang termasuk dalam kategori usia produktif dan aktif dalam mengonsumsi media. Selain itu, terdapat responden pada rentang usia 23–28 tahun hingga di atas 30 tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa program *Hidup Sehat* mampu menjangkau audiens lintas usia, meskipun tetap terkonsentrasi pada kalangan usia muda. Frekuensi menonton tvOne menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori durasi rendah hingga sedang, yaitu kurang dari 1 jam dan 1–2 jam per hari. Temuan ini mengindikasikan bahwa keterbatasan waktu menonton tidak mengurangi efektivitas program dalam menarik perhatian audiens.

Selanjutnya, hasil pengukuran terhadap variabel kualitas program “Hidup Sehat” di tvOne dianalisis berdasarkan beberapa indikator, seperti kualitas informasi, kepuasan menonton, keterlibatan perhatian, relevansi topik, serta kualitas visual dan audio. Distribusi variabel kualitas program disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Distribusi Variabel X (Kualitas Program)

Indikator	Kategori	Dominan Persentase (%)	Interpretasi
Informasi & manfaat	Tinggi	72%	Program informatif
Kepuasan menonton	Tinggi	70%	Audiens merasa puas
Rutinitas menonton	Sedang–Tinggi	58%	Tidak semua rutin
Keterlibatan perhatian	Tinggi	75%	Audiens fokus
Ketertarikan konten	Tinggi	73%	Konten menarik
Relevansi topik	Tinggi	71%	Sesuai kebutuhan
Kualitas visual & audio	Tinggi	76%	Penyajian menarik
Kejelasan penyampaian	Tinggi	74%	Mudah dipahami

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas indikator berada pada kategori tinggi, dengan persentase dominan melampaui 70%. Temuan ini menegaskan bahwa program “Hidup Sehat” memiliki kualitas yang baik, baik dari sisi konten maupun penyajiannya.

Perspektif *Uses and Gratifications* memperlihatkan bahwa tingginya nilai pada indikator informasi dan kepuasan mencerminkan kemampuan program dalam memenuhi kebutuhan audiens, khususnya terkait informasi kesehatan. *Audience Engagement* menunjukkan bahwa tingginya

keterlibatan perhatian serta ketertarikan terhadap konten mencerminkan adanya keterlibatan aktif audiens, baik secara kognitif maupun emosional. Teori *Media Richness* memperlihatkan bahwa penilaian tinggi terhadap kualitas visual dan kejelasan penyampaian menandakan pesan dapat disampaikan secara efektif melalui kombinasi elemen media yang tepat. Indikator rutinitas menonton memiliki nilai yang relatif lebih rendah dibandingkan indikator lainnya. Kondisi ini mengindikasikan bahwa intensitas menonton masih dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti keterbatasan waktu dan kebiasaan konsumsi media audiens.

Selanjutnya, tingkat ketertarikan audiens terhadap program “Hidup Sehat” dianalisis melalui beberapa indikator, seperti minat menonton, kenyamanan menonton, kedekatan dengan program, serta daya tarik tayangan. Distribusi variabel Y (ketertarikan audiens) disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Distribusi Variabel Y (Ketertarikan Audiens)

Indikator	Kategori Dominan	Persentase (%)	Interpretasi
Minat menonton	Tinggi	74%	Audiens tertarik
Keinginan menonton ulang	Tinggi	71%	Ada loyalitas
Kedekatan dengan program	Sedang–Tinggi	60%	Ada keterikatan
Interaksi sosial	Sedang	55%	Tidak semua berbagi
Kenyamanan menonton	Tinggi	76%	Format disukai
Daya tarik program	Tinggi	75%	Program menarik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Y didominasi oleh kategori tinggi, dengan sebagian besar indikator memiliki persentase di atas 70%. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat ketertarikan audiens terhadap program “Hidup Sehat” tergolong kuat. Indikator minat menonton dan daya tarik program memperlihatkan bahwa program mampu menarik perhatian audiens secara efektif. Tingginya keinginan untuk menonton ulang juga menunjukkan adanya potensi terbentuknya loyalitas audiens terhadap program tersebut. Indikator interaksi sosial memiliki persentase yang relatif lebih rendah dibandingkan indikator lainnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa ketertarikan audiens tidak selalu diikuti dengan kecenderungan untuk membagikan atau mendiskusikan program secara aktif. Kenyamanan menonton yang berada pada kategori tinggi menunjukkan bahwa format dan cara penyajian program telah sesuai dengan preferensi audiens saat ini.

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa kualitas program berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketertarikan audiens pada program “Hidup Sehat” di tvOne. Model yang dihasilkan mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas program secara konsisten diikuti oleh meningkatnya minat audiens. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,879 mencerminkan hubungan yang sangat kuat antara kedua variabel. Sementara itu, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,773 menunjukkan bahwa 77,3% variasi ketertarikan audiens dapat dijelaskan oleh kualitas program, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar cakupan penelitian.

Uji signifikansi melalui uji F menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan ($F = 356,798$; $p < 0,001$), sehingga layak untuk menjelaskan hubungan antar variabel. Secara parsial, kualitas program juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap ketertarikan audiens ($t = 18,889$; $p < 0,001$). Temuan ini sejalan dengan teori *Uses and Gratifications* serta *Audience Engagement*, yang menegaskan bahwa kualitas konten dan cara penyajian program berperan penting dalam menarik perhatian sekaligus mempertahankan minat audiens.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa ketertarikan audiens terhadap program “Hidup Sehat” di tvOne tergolong tinggi. Hal ini tercermin dari dominannya indikator minat menonton, rasa nyaman, serta daya tarik program secara keseluruhan. Kualitas program yang mencakup konten, cara penyajian, kejelasan informasi, serta kekuatan visual dan audio terbukti berperan penting dalam membentuk ketertarikan tersebut. Hasil analisis regresi linear sederhana juga mengonfirmasi adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas program dan ketertarikan audiens, dengan tingkat hubungan yang sangat kuat. Dengan kata lain, sebagian besar variasi ketertarikan audiens dapat dijelaskan oleh kualitas program, sehingga faktor internal program menjadi penentu utama dalam menarik perhatian penonton.

Temuan ini konsisten dengan kerangka teori yang digunakan, terutama *Uses and Gratifications 2.0* dan *Audience Engagement*, yang menegaskan bahwa audiens bersifat aktif dalam memilih konten yang mampu memenuhi kebutuhan informasi sekaligus memberikan pengalaman menonton yang menarik. Selain itu, mendukung bahwa penyampaian pesan yang kaya melalui perpaduan visual, audio, dan gaya komunikasi yang efektif dapat meningkatkan pemahaman sekaligus memperkuat daya tarik program kesehatan.

Namun demikian, indikator rutinitas menonton dan interaksi sosial menunjukkan nilai yang relatif lebih rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya ketertarikan audiens belum sepenuhnya diikuti oleh konsistensi dalam menonton maupun keterlibatan aktif, seperti berbagi atau mendiskusikan konten. Kondisi ini mengarah pada adanya pengaruh faktor eksternal, seperti kebiasaan konsumsi media dan keterbatasan waktu, yang turut membentuk perilaku audiens.

Berdasarkan temuan tersebut, program “Hidup Sehat” disarankan untuk terus meningkatkan kualitas konten dengan mengembangkan format yang lebih interaktif, memanfaatkan *storytelling* yang kuat, serta mengintegrasikan platform digital guna memperluas jangkauan dan meningkatkan *engagement* audiens. Selain itu, strategi komunikasi yang lebih adaptif terhadap karakteristik generasi muda menjadi penting agar program tetap relevan di tengah persaingan media yang semakin ketat. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar turut mempertimbangkan faktor eksternal lain, seperti pengaruh media sosial, preferensi platform digital, dan gaya hidup audiens, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika ketertarikan audiens terhadap program kesehatan di era digital.

ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih disampaikan kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan motivasi dalam penyusunan penelitian ini. Penulis juga berterima kasih kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian sehingga data penelitian dapat diperoleh dengan baik. Selain itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada keluarga, teman, serta semua pihak yang telah memberikan dukungan moral maupun bantuan selama proses penyusunan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi kesehatan dan media penyiaran.

DAFTAR REFERENSI

- Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Jurić, B., & Ilić, A. (2021). Customer engagement: Conceptual domain, fundamental propositions, and implications for research. *Journal of Business Research*, 123, 140–152. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.02.012>
-

-
- Christopher, E., & Pribadi, M. A. (2025). Transformasi konsumsi hiburan Generasi Z melalui TikTok: Pendekatan ekologi media. *Koneksi*, 9(2), 524–530. <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/33298>
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management Science*, 32(5), 554–571. <https://doi.org/10.1287/mnsc.32.5.554>
- Haro, M. (2020). *Komunikasi kesehatan*. Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. <https://repository.unar.ac.id/jspui/bitstream/123456789/5685/1/10.%20KOMUNIKASI%20KESEHATAN.pdf>
- Ilmi, A. B. (2025). Pengaruh kualitas program televisi terhadap minat menonton masyarakat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 45–60. <https://repository.uin-suska.ac.id/91590/2/SKRIPSI%20GABUNGAN%20%20ABDULLAH%20BAHRUL%20ILMI%20KOMUNIKASI.pdf>
- Isnaini, N. (2024). Strategi konten kreatif dalam meningkatkan engagement audiens. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi*, 3(1), 210–220. <https://repository.uinsaizu.ac.id/29506/1/prosiding%20163.pdf>
- Pratama, R., Nugroho, A., & Saputra, D. (2025). Pengaruh media audiovisual interaktif terhadap peningkatan perhatian dan pemahaman audiens dalam penyampaian informasi digital. *Indonesian Media and Education Journal*, 3(2), 45–53. <https://ejournal.indo-intellectual.id/index.php/imeij/article/view/3693>
- Priyono. (2008). *Metode penelitian kuantitatif*. Zifatama Publishing.
- Salsabila, N., Annisa, S., Fadhila, S., & Khairani, S. N. (2025). Transformasi perilaku penonton di era digital: Faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan ke bioskop di Indonesia. *CommLine*, 10(1), 56–68. <https://doi.org/10.36722/cl.v10i1.3814>
- Sari, N., & Nugraha, R. (2025). Pengaruh media sosial terhadap peningkatan kesadaran kesehatan generasi muda di era digital. *Jurnal Komunikasi Digital dan Media*, 4(1), 55–63. <https://journal.universitasdigital.ac.id/index.php/jkdm/article/view/425>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Evaluasi validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif: Sebuah studi pustaka. *Journal of Education Research*, 5(4), 5599–5609. <https://jer.or.id/index.php/jer/article/download/1747/1001>
- Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2020). Uses and gratifications 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 64(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/15213269.2019.1663286>
- Tokan, F. B. (2022). Media promosi kesehatan sebagai strategi perubahan perilaku masyarakat. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 8(2), 89–102. <https://media.neliti.com/media/publications/617509-bunga-rampai-media-promosi-kesehatan-733b40d3.pdf>
- Wahyuni, S. (2025). Strategi komunikasi kesehatan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat. *Jurnal Ilmu Kesehatan*, 12(1), 55–67. <https://ejournal.urindo.ac.id/index.php/kesehatan/article/download/7326/2489>
- Widjaja, H. (2025). Pengaruh media sosial terhadap kesadaran kesehatan generasi muda. *Prologia*, 9(1), 23–35. <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/33516/21346>
- World Health Organization. (2021). *WHO global strategy on digital health 2020–2025*. World Health Organization. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240020924>
-