



**Hubungan antara Minat Memasak dan Kebiasaan Memasak terhadap Intensitas  
Menonton Tayangan *Junior MasterChef* Indonesia**

**Skripsi**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

**Pendidikan Strata 1**

**Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Nama : Meta Detiana Putri**

**NIM : D2C607029**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**2014**

## ABSTRAK

**JUDUL : HUBUNGAN ANTARA MINAT MEMASAK DAN KEBIASAAN MEMASAK TERHADAP INTENSITAS MENONTON TAYANGAN JUNIOR MASTERCHEF INDONESIA**  
**NAMA : META DETIANA PUTRI**  
**NIM : D2C607029**

---

Intensitas menonton adalah tingkat keseringan seseorang menonton setiap penyampaian pesan atau informasi tentang barang ataupun gagasan yang menggunakan media massa. Adanya terpaan-terpaan pesan atau informasi yang mengenai diri khalayak akan membuat mereka cenderung memberikan respon terhadap program yang disajikan dalam media massa. Memasak adalah menghantarkan panas ke dalam makanan atau proses pemanasan bahan makanan. Dengan demikian proses memasak hanya terjadi selama panas atau terapan pada suatu bahan makanan sedang berlangsung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara minat memasak dan kebiasaan memasak terhadap intensitas menonton tayangan *junior masterchef* Indonesia. Teori penggunaan dan kepuasan (*uses and gratification*) digunakan untuk menguatkan penelitian ini. Minat memasak diukur dengan indikator keinginan. Kebiasaan memasak diukur dengan indikator frekuensi. Sedangkan intensitas menonton tayangan junior masterchef Indonesia diukur dengan indikator frekuensi, durasi, dan perhatian. Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah anak-anak usia 8-13 tahun. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan adalah *non random accidental sampling* yang berjumlah 50 orang. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis koefisien korelasi *rank* Kendall menggunakan perhitungan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara minat memasak dengan intensitas menonton tayangan junior masterchef Indonesia. Hal ini dibuktikan berdasarkan perhitungan melalui uji statistik dimana diperoleh probabilitas kesalahan (sig) sebesar 0,01 dengan koefisien korelasi sebesar 0,533. Oleh karena sig sebesar  $0,00 < 0,01$ ; maka kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa menerima Hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dan menolak Hipotesis nol ( $H_0$ ). sedangkan untuk kebiasaan memasak dengan intensitas menonton tayangan junior masterchef Indonesia terdapat hubungan karena uji hipotesis menunjukkan bahwa diperoleh probabilitas kesalahan (sig) sebesar 0,241. Oleh karena sig sebesar  $0,045 < 0,05$ ; maka kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa menerima Hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dan menolak Hipotesis nol ( $H_0$ ).

*Key words : Minat Memasak, Kebiasaan Memasak, Intensitas Menonton Tayangan Junior MasterChef Indonesia*

## ABSTRACT

**TITLE : RELATIONSHIP BETWEEN THE INTERESTS OF COOKING AND COOKING HABITS WITH INTENSITY OF WATCHING SHOWS JUNIOR MASTERCHEF INDONESIA**  
**NAME : META DETIANA PUTRI**  
**NIM : D2C607029**

---

Intensity is the level of frequency of watching someone watch every delivery of messages or information about the items or ideas that use mass media. The existence of exposure-exposure to the message or information about themselves will make their audiences tend to respond to the programs presented in the mass media. Cooking is dissipates heat into the food or food ingredient heating process. Thus the cooking process only occurs during hot or applied to a food ingredient is underway.

This study aims to determine the relationship between interest in cooking and cooking habits of the intensity of watching junior masterchef Indonesia. Uses and gratification theory is used to strengthen the study. Interest in cooking is measured by indicators desire. Cooking habits were measured with a frequency indicator. While the intensity of watching junior masterchef Indonesia measured by indicators of frequency, duration, and attention. This research is explanatory research with quantitative approach. The population in this study were children aged 8-13 years. The sampling technique conducted accidental sampling is non-random numbering 50 people. The data analysis technique used is to use Kendall's rank correlation coefficient analysis using SPSS calculations.

The results showed that there is a relationship between the intensity of interest in cooking by watching junior masterchef Indonesia. This is evidenced by the calculation of which is obtained through a statistical test error probability (sig) of 0.01 with a correlation coefficient of 0.533. Therefore sig of  $0.00 < 0.01$ ; the conclusions that can be drawn is that accept alternative hypothesis ( $H_a$ ) and reject the null hypothesis ( $H_o$ ). while for the habit of cooking with the intensity of watching junior masterchef Indonesia there is a relationship as a hypothesis test showed that the probability of error (sig) of 0.241. Therefore sig  $0.045 < 0.05$ ; the conclusions that can be drawn is that accept alternative hypothesis ( $H_a$ ) and reject the null hypothesis ( $H_o$ ).

*Key words : Interest of Cooking, Cooking Habits, Intensity of Watching Shows Junior MasterChef Indonesia*

## 1.1 LATAR BELAKANG

Program acara televisi memiliki dampak besar bagi pemirsanya, baik berupa dampak positif maupun negatif. Dampak positif yang didapatkan adalah pemirsa atau penonton mendapatkan ilmu dan informasi yang aktual, padat, dan jelas. Namun dampak negatifnya adalah penonton jadi lupa waktu dan bahkan jika salah menerima informasi, akan berpengaruh buruk pada perilaku seseorang. Ada banyak hal yang harus diperhatikan dalam membuat program televisi. Hal terpenting yang harus dipikirkan dalam produksi program televisi adalah materi produksi dan kebijakan stasiun televisi pemancar. Seorang produser dalam memproduksi program harus mampu mengembangkan gagasan bagaimana materi produksi dapat menjadi suatu sajian yang bernilai (Wibowo, 2007:23).

Ditinjau dari segi waktu, maka perkembangan dunia pertelevisian berlangsung relatif cepat. Hal ini disebabkan beberapa kelebihan yang dimiliki televisi sehingga menjadi daya tarik yang kuat bagi pemirsanya. Beberapa kelebihan televisi itu antara lain, televisi mempunyai unsur kata, musik, *sound effect*, juga ditambah unsur visual berupa gambar. Gambar ini merupakan gambar hidup yang mampu menimbulkan kesan yang mendalam pada penonton (Effendy, 1997:77). Selain itu, televisi sebagai sarana audio visual juga mampu menyajikan berbagai kebutuhan manusia baik hiburan, informasi, dan pendidikan dengan sangat memuaskan (Effendy, 1986:60).

Televisi menyampaikan pesan dengan cara satu arah dan memiliki proses komunikasi satu arah. Pada masa sekarang, televisi berlomba-lomba untuk membuat acara yang menarik dan berbeda agar dapat menarik perhatian pemirsanya. Khalayak yang menyaksikan acara sesuai dengan apa yang dibutuhkannya.

*Reality show* adalah acara televisi yang menyajikan realitas kehidupan sehari-hari. Adegan-adegan dalam acara tersebut memperlihatkan serangkaian kejadian nyata tanpa direkayasa terlebih dahulu. Para pemain umumnya khalayak biasa. *Genre* ini sering

dianggap sebagai dokumenter. Namun, pada perkembangannya, banyak acara bertajuk reality show yang menampilkan kenyataan yang dimodifikasi, dengan cara mengikutsertakan partisipan untuk memancing reaksi tertentu, atau bahkan dengan alur cerita yang telah diatur terlebih dahulu. Dengan kata lain, acara tersebut menampilkan kisah fiktif dan palsu.

(<http://id.shvoong.com/humanities/film-and-theater-studies/2280112-pengertian-reality-tv-reality/#ixzz2eOlAuHff>).

## 1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berkembangnya jaman dan semakin meningkatnya kebutuhan hidup terkadang menyebabkan khalayak tidak memiliki waktu untuk memasak. Mereka memilih untuk membeli makanan atau berlangganan dengan katering. Namun terkadang ada sedikit keinginan atau minta untuk memasak. Minat seseorang untuk memasak adalah suatu keinginan yang timbul ketika melihat atau mencicipi suatu masakan. Ketika rasa penasaran itu semakin menggebu, timbul keinginan untuk mencoba mengolah bahan masakan untuk memasak.

Ada pula beberapa dari mereka yang berusaha untuk menyempatkan waktu untuk memasak karena memiliki kebiasaan memasak untuk anggota keluarga. Kebiasaan untuk memasak adalah kegiatan yang selalu dilakukan berulang-ulang untuk mengolah bahan makanan menjadi masakan yang dinikmati.

Acara *cooking show Junior MasterChef* Indonesia memberikan kesempatan bagi anak-anak untuk mencicipi dunia kuliner profesional dengan *kitchen set* yang lengkap. *JuniorMasterChef* Indonesia dilengkapi oleh juri yang berprofesi sebagai *chef* profesional yang ahli dalam membuat, mengolah, dan menyajikan makanan sehingga memiliki cita rasa dan nilai yang tinggi.

Dengan adanya hal tersebut, adakah hubungan antara minat memasak dan kebiasaan memasak terhadap intensitas menonton tayangan *JuniorMasterChef* Indonesia?

### 1.3 TUJUAN PENELITIAN

- Mengetahui hubungan antara minat memasak dan kebiasaan memasak dengan intensitas menonton tayangan *junior masterchef* Indonesia

### 1.4 KERANGKA TEORI

*Uses and gratification theory* atau teori penggunaan dan kepuasan menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana audien sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media dan akibat atau konsekuensi dari penggunaan media itu. Dalam hal ini, terdapat sejumlah asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori penggunaan dan kepuasan sebagaimana dikemukakan Katz, Blumler, dan Gurevitch dalam West dan Turner (2007:428). Ada lima asumsi dasar teori penggunaan dan kepuasan, yaitu :

#### 1. Audien aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media

Dalam perspektif teori penggunaan dan kepuasan, audien dipandang sebagai partisipan yang aktif dalam proses komunikasi, namun tingkat keaktifan setiap individu tidaklah sama. Dengan kata lain, tingkat keaktifan audien merupakan variable. Perilaku komunikasi audien mengacu pada target dan tujuan yang ingin dicapai serta berdasarkan motivasi. Audien melakukan pilihan terhadap isi media berdasarkan motivasi, tujuan dan kebutuhan personal mereka.

#### 2. Inisiatif untuk mendapatkan kepuasan media ditentukan audien

Asumsi kedua ini berhubungan dengan kebutuhan terhadap kepuasan yang dihubungkan dengan pilihan media tertentu yang ditentukan oleh audien sendiri. Karena sifatnya yang aktif, maka audien mengambil inisiatif.

### 3. Media bersaing dengan sumber kepuasan lain

Media dan audien tidak berada dalam ruang hampa yang tidak menerima pengaruh apa-apa. Keduanya menjadi bagian dari masyarakat yang lebih luar, dan hubungan antara media dan audien dipengaruhi oleh masyarakat. Media bersaing dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya dalam hal pilihan, perhatian dan penggunaan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan seseorang.

### 4. Audien sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif, dan penggunaan media

Kesadaran diri yang cukup akan adanya ketertarikan dan motif yang muncul dalam diri yang dilanjutkan dengan penggunaan media memungkinkan peneliti mendapatkan gambaran yang tepat mengenai penggunaan media oleh audien. Audien melakukan pilihan secara sadar terhadap media tertentu yang akan digunakannya.

### 5. Penilaian isi media ditentukan oleh audien

Isi media hanya dapat dinilai oleh audien sendiri. Program televisi yang dianggap tidak bermutu bisa menjadi berguna bagi audien tertentu karena merasakan mendapatkan kepuasan dengan menonton program tersebut.

Gerald Schoening dan James Anderson dalam Littlejohn menyebutkan pendekatan berdasarkan masyarakat dengan penelitian media tindakan sosial dan mereka menggaris bawahi enam dasar pemikiran dalam penelitian ini. Pertama, makna tidak ada dalam pesan itu sendiri tetapi dihasilkan oleh sebuah proses interpretif di dalam audiens. Audiens yang berbeda akan menafsirkan atau memahami apa yang mereka baca atau lihat dalam cara yang berbeda-beda.

## **1.5 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Minat memasak ternyata berhubungan intensitas menonton tayangan *junior masterchef* Indonesia. Hal ini dibuktikan berdasarkan perhitungan melalui uji statistik dimana diperoleh probabilitas kesalahan (sig) sebesar 0,01 dengan koefisien korelasi sebesar 0,533. Oleh karena sig sebesar  $0,00 < 0,01$ ; maka kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa menerima Hipotesis alternatif (Ha) dan menolak Hipotesis nol (Ho).
2. Kebiasaan memasak berhubungan dengan intensitas menonton tayangan *junior masterchef* Indonesia. Hal ini dibuktikan berdasarkan perhitungan melalui uji statistic dimana diperoleh probabilitas kesalahan (sig) sebesar 0,05 dengan koefisien korelasi 0,241. Oleh karena sig sebesar  $0,045 < 0,05$ ; maka kesimpulan yang dapat diambil adalah menerima Hipotesis alternatif (Ha) dan menolak Hipotesis nol (Ho).

## 1.5 Saran

Berikut merupakan saran berdasarkan penelitian yang telah dilakukan :

1. *Junior masterchef* Indonesia menjadi salah satu alternatif tontonan untuk memenuhi kebutuhan khalayak akan informasi dan belajar dalam bidang kuliner. Maka dari itu, diharapkan pada *junior masterchef* Indonesia selanjutnya disajikan lebih variatif dengan menambahkan *chef* professional sebagai tamu.
2. Pada *junior masterchef* Indonesia selanjutnya diharapkan untuk lebih memperkaya masakan Indonesia.

# DAFTAR PUSTAKA

## Buku

Effendy, Onong U. (1986). *Dimensi-dimensi Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya

Effendy, Onong U. (1997). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Griffin, Em. (1991). *A First Look at Communication Theory*. New York : McGraw-Hill.

Junaedi, Fajar. (2007). *Komunikasi Massa Pengantar Teoretis*. Yogyakarta: Santusa.

Kuswandi, Wawan. (1996). *Komunikasi Massa : Analisis Interaktif Budaya Massa*. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Livingstone, Sonia. (1998). *Making Sense of Television: The Psychology of Audience Interpretation*. London: Routledge.

Littlejohn, Stephen W and Karen A. Foss (2009). *Teori Komunikasi (Theories of Human Communication)* Edisi Sembilan. Jakarta: Salemba Humanika

Rakhmat, Jalaluddin. (2000). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Rakhmat, Jalaluddin. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Subroto, Darwanto Sastro. (1992). *Televisi Sebagai Pendidikan*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.

Tubbs, Stewart L. dan Sylvia Moss. (1996). *Human Communication: Konteks-konteks Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

West, Richard dan Lynn Turner. (2007). Introduction Communication Theory. *Analysis and Application*. New York : McGraw Hill.

Wibowo, Fred. (2007). *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Books Publisher

Winarso, Heru Puji. (2005). *Sosiologi Komunikasi Massa*. Jakarta: Presentasi Pustaka.

## **Internet**

<http://peacockbistro.blogspot.com/2013/03/rennee-sang-chef-profesional.html?m=1>

<http://female.kompas.com/read/2011/05/30/15160929/Profesi.Chef.Semakin.Dicari>

<http://id.shvoong.com/humanities/film-and-theater-studies/2280112-pengertian-reality-reality-tv-reality/#ixzz2eQlAuHff>

[http://www.agbnielsen.com/Uploads/Indonesia/Nielsen\\_Newsletter\\_Jul\\_2011-Ind.pdf](http://www.agbnielsen.com/Uploads/Indonesia/Nielsen_Newsletter_Jul_2011-Ind.pdf)

<http://www.kulinologi.biz/preview.php?view&id=242>

<http://chefkreasi.blogspot.com/p/pengertian-memasak.html>

[http://dedy londong.blogspot.com/2012/03/kompetensi-competency\\_30.html](http://dedy londong.blogspot.com/2012/03/kompetensi-competency_30.html)

<http://www.kulinologi.biz/preview.php?view&id=242>

<http://www.unileverfoodsolutions.co.id/layanankami/dapur-anda/tips-dapur-teknik-memasak>

[http://id.wikipedia.org/wiki/Junior\\_MasterChef\\_Indonesia\\_\(musim\\_1\)](http://id.wikipedia.org/wiki/Junior_MasterChef_Indonesia_(musim_1))

## **Skripsi**

Arleen, Ariesyani. 2001. Dampak Tayangan Program Acara MasterChef US di Channel Starworld terhadap Minat Memasak (studi pada Mahasiswa Jurusan Hotel Management Binus University). Skripsi. Bina Nusantara

PurmiaUtami, Dita. 2013. Hubungan Intensitas Menonton Program Memasak di Televisi dan Kompetensi Chef Presenter dalam Program Memasak terhadap Minat Penonton untuk Memasak.