

# Motif Menonton terhadap Kepuasan Menonton Program Laptop Si Unyil di Trans 7

Prayoga Aditya, Suhendra Atmaja  
Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Interstudi  
Jl. Wijaya II No.62 Jakarta 12160

Prayoga\_aditya666@yahoo.com, suhendra19001@mail.unpad.ac.id

**Abstract**—This research was motivated by the unyil laptop program which is known to the Indonesian public as an educational children's program. Some of most programs have a more significant entertainment value, but in this type of educational program, it is more concerned with the educational value intended for the audience of the program. In just a short time, television stations can broadcast various kinds of broadcast programs widely and simultaneously to reach a wide area and have an unlimited number of viewers. Of the various types of television programs that exist, television has undergone many developments since its inception where various types of programs have been found which have become increasingly widespread, but there are television programs that are able to survive the many existing programs and can still compete until now, namely Unyil's laptop program. This program has also won several awards, one of which is the top program in the genre of children edutainment. In an effort to meet the current and future needs of consumers, a research is needed to find out about the motives that are the basis for consumers to watch the program. The design used in this research is an explanative type using a quantitative approach. Samples in this study were visitors to AEON Mall, mothers and children of East Jakarta, as many as 96 respondents. The data collection technique used in this study was convenience sampling. The scale used in this research questionnaire is the Likert scale. Data processing techniques in this study using the SPSS program. In this study, using correlation testing and discrepancy analysis techniques. The conclusion in this study based on the indicators used in this study shows that audience viewing satisfaction between GS (gratification sought) and GO (gratification obtained) meets the needs of the audience. So this research shows that the respondents are satisfied with the laptop program of the unyil in trans 7.

**Keywords**—*motivation, satisfaction, inequality, social media.*

**Abstrak**—Penelitian ini dilatar belakangi oleh program laptop si unyil yang dikenal masyarakat Indonesia sebagai sebuah program anak-anak yang mengedukasi. Beberapa dari kebanyakan program memiliki nilai hiburan yang lebih signifikan, namun pada jenis program edukasi lebih mementingkan kepada nilai pendidikan yang di peruntukan kepada penonton program tersebut.. Terdapat program televisi yang mampu bertahan dari banyaknya program-program yang ada dan tetap dapat bersaing hingga saat ini yaitu program laptop si unyil. Program ini juga telah meraih beberapa penghargaan salah satunya yaitu top program genre children edutainment. Dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen saat ini maupunn dimasa yang akan datang maka di

butuhkan nya sebuah riset untuk mengetahui tentang motif yang menjadi dasar konsumen untuk menonton program tersebut. Desain yang digunakan dalam penelitian ini berjenis eksplanatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sample dalam penelitian ini yaitu pengunjung AEON Mall ibu-ibu dan anak-anak Jakarta timur yaitu sebanyak 96 orang responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan convenience sampling. Skala yang di gunakan dalam kuesioner penelitian ini yaitu skala likert. Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS. Dalam penelitian ini menggunakan teknik uji korelasi dan analisis kesenjangan (discrepancy). Kesimpulan dalam penelitian ini berdasarkan indikator-indikator yang dipakai dalam penelitian ini menunjukkan kepuasan menonton khalayak antara GS (gratification sought) dengan GO (gratification obtained) memenuhi kebutuhan khalayak. Maka penelitian ini menunjukkan bahwa responden merasa puas dengan program laptop si unyil di trans 7. Kata kunci : motif, kepuasan, kesenjangan, media sosial.

## I. PENDAHULUAN

Masyarakat pada dasarnya selalu mempunyai motif tertentu dalam menggunakan suatu media untuk memenuhi kebutuhannya. Ada yang ingin memenuhi akan kebutuhan dari berbagai jenis seperti ilmu pengetahuan, informasi mengenai berita-berita terkini, informasi *entertainment* yang sedang menjadi perbincangan hangat di publik, maupun sekedar hanya mencari sebuah hiburan untuk menemani waktu bersantai di rumah. Setiap individu memiliki motif yang berbeda-beda untuk memenuhi kebutuhan mereka hingga mencapai kepuasan yang mereka inginkan. Dalam teori *uses and gratification* sebenarnya konsumen memilih berdasar beberapa aspek seperti kebutuhan, keinginan, motif, atau pun kepuasan tertentu (McQuail, 2011).

Televisi sebagai salah satu media yang memiliki peranan penting dalam menyajikan berbagai program acara yang pada setiap harinya selain, mengingat akan beragam kebutuhan masyarakat yang kian hari semakin bertambah. Beragam program di sediakan oleh stasiun televisi yang bertujuan agar dapat menghibur para penonton untuk dikonsumsi secara bersamaan, mulai dari beragam jenis program-program yang ada dalam stasiun televisi di antara lain nya merupakan jenis dari beberapa karakteristik yang ada seperti umur, status sosial, pendidikan, pekerjaan, lingkungan dan beberapa karakteristik yang lainnya.

Program dengan jenis umur sebagai karakteristik nya seperti anak-anak, remaja, hingga dewasa terus di siarkan pihak stasiun televisi dalam waktu yang tidak terbatas, stasiun tv memiliki waktu yang sangat padat bahkan dapat dikatakan stasiun televisi terus bekerja selama dua puluh empat jam dalam setiap harinya, sangat tidak diperbolehkan apabila pihak stasiun televisi melakukan yang dinamakan *death air* atau dapat dikatakan tidak menyiarkan apapun, apabila pihak stasiun televisi ditemukan melakukan pelanggaran tersebut maka akan dikenakan nya sanksi dari komisi penyiaran yang sesuai dengan domisili lokasi stasiun televisi tersebut, sanksi yang akan dikenakan juga cukup beragam seperti teguran yang merupakan sanksi ringan yang di lontarkan komisi penyiaran tersebut, maupun hingga sanksi berat yang dapat di keluarkan oleh lembaga komisi penyiaran tersebut seperti halnya pemberhentian izin siaran. Namun hal tersebut dapat di lihat dari beberapa aspek seperti seberapa sering melakukan pelanggaran tersebut, atau ketidak sengajaan pihak stasiun televisi dalam melakukan pelanggaran. Beberapa stasiun televisi pada era ini bahkan menayangkan siaran nya secara tanpa henti yaitu selama 24 jam pada setiap harinya menurut halaman harian detik. Sangat berbeda dengan stasiun televisi pada era 1990an, dimana stasiun televisi akan mengentikan siaran nya pada jam malam. Mungkin pada era tersebut masyarakat atau penonton memang belum banyak yang memiliki televisi, hanya kalangan tertentu yang dapat mendapatkan akses atau memiliki televisi pada tempat tinggal nya.

Mulai dari menayangkan program acara *feature*, dokumenter, rohani, berita, *reality show*, *variety show*, *comedy*, *kartun*, musik, sinetron, hingga program edukasi yang dapat dinikmati setiap hari. Setiap program tentu memiliki manfaat yang bertujuan untuk memberikan kepuasan yang bagi khalayak, karena memang antara berbagai jenis program acara memiliki peranan yang berbeda-beda. Beberapa dari kebanyakan program memiliki nilai hiburan yang lebih signifikan, namun pada jenis program edukasi lebih mementingkan kepada nilai pendidikan yang di peruntukan kepada penonton program tersebut.

Stasiun televisi hanya dalam waktu yang singkat dapat menyiarkan berbagai macam program siarannya secara luas dan bersamaan hingga menjangkau wilayah yang luas dan memiliki jumlah penonton hingga tidak terbatas jumlahnya. Hal ini membuat perkembangan televisi semakin pesat, terbukti dengan semakin maraknya stasiun televisi swasta di berbagai daerah di Indonesia.

Dari berbagai jenis program televisi yang ada, televisi telah banyak mengalami perkembangan sejak awal mula di temukan berbagai jenis program yang hingga kini menjadi semakin luas, namun terdapat program televisi yang mampu bertahan dari banyaknya program-program yang ada dan tetap dapat bersaing hingga saat ini yaitu program laptop si unyil.

Laptop si unyil dikenal masyarakat Indonesia sebagai sebuah program anak-anak yang memiliki nilai edukasi.

Program ini pertama kali tayang di Trans7 pada tanggal 19 Maret 2007, yang tayang setiap hari Senin hingga Jumat pukul 12.00 – 13.00 WIB. Program ini juga telah meraih *top program genre children edutainment* menurut wikipedia.

Dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen saat ini maupun dimasa yang akan datang maka di butuhkan nya sebuah riset untuk mengetahui tentang motif yang menjadi dasar konsumen untuk menonton program tersebut.

Teori Uses and Gratification dicetuskan oleh Herbert Blummer dan Elihu Katz. Teori Uses and Gratification (Blumer, 1974) mengatakan bahwa pengguna media berperan aktif dalam memilih dan menggunakan media yang berarti bahwa pengguna media ialah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media umumnya berusaha untuk mendapatkan sumber media paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya (Nurudin, 2015). Penelitian pada teori uses and gratification bermula dari pandangan bahwa komunikasi (khususnya media massa) tidak mempunyai kekuatan mempengaruhi khalayak. Inti dari teori uses and gratification adalah khalayak/pemirsa pada umumnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Motif khalayak dianggap dapat dipenuhi oleh media. Jika motif ini dapat terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak akan disebut sebagai media yang efektif (Kriyantono, 2008)

Penjelasan lebih lanjut mengenai motif akan di jelaskan lebih mendalam pada bab selanjutnya. Dengan demikian maka di harapkan dapat memenuhi kepuasan penonton program laptop si unyil. Dalam mendukung keberhasilan penelitian ini dibutuhkan pemahaman dari penelitian terdahulu. Pernyataan ini telah di buktikan oleh penelitian sebelum nya yang di teliti oleh (Kaban et al., 2018) yang berjudul Motif Dan Kepuasan Menonton Video Blog Di Kalangan Anak Muda Kota Denpasar. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai rata-rata *gratification sought* (GS) atau motif 3.35, di mana lebih besar dari *gratification obtained* (GO) atau kepuasannya yakni sebesar 3.31. Hal ini berarti kepuasan yang diinginkan lebih tinggi daripada kepuasan yang didapatkan.

#### A. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti merumuskan tiga rumusan masalah dalam penelitian ini yakni seberapa besar motif menonton program laptop si unyil, seberapa besar tingkat kepuasan menonton program laptop si unyil dan seberapa besar kesenjangan antara motif dan kepuasan menonton program laptop si unyil.

#### B. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini mengandung beberapa tujuan yaitu antara lain untuk mengetahui seberapa besar motif menonton program laptop si unyil seberapa besar tingkat kepuasan menonton program laptop si unyil dan seberapa

besar kesenjangan antara motif dan kepuasan menonton program laptop si unyil.

### C. Manfaat Penelitian

Secara akademis, dalam penelitian ini diharapkan dapat membuat peneliti-peneliti yang selanjutnya yang akan meneliti topik yang serupa di harap kan agar menambah lagi litelatur-literatur bidang ilmu komunikasi.

Secara praktis, dalam penelitian ini peneliti berharap agar hasil yang terdapat dalam penelitian ini dapat memberikan saran dan solusi dari beberapa masalah yang terjadi tentang kepuasan penonton

## II. TINJAUAN LITERATUR

### A. Program Televisi

Televisi merupakan salah satu media dalam komunikasi massa, komunikasi massa pada dasarnya merupakan komunikasi yang menggunakan media cetak dan elektronik, media massa menunjuk pada teknologi yang berkembang secara terus menerus sebagai saluran didalam komunikasi massa. Pengertian massa dalam hal ini lebih berkaitan kepada sikap dan perilaku yang berhubungan dengan seperti khalayak, *audience*, penonton pemirsa atau pembaca.

Dengan media massa informasi yang didapatkan bisa di sebar luas kan secara serempak kepada khalayak. Media massa di bagi menjadi dua bentuk yaitu media cetak dan elektronik. Koran dan majalah merupakan media cetak sedangkan, televisi, radio dan internet merupakan media elektronik. Media massa yang paling sempurna adalah televisi karena media ini berfungsi *audio* dan *visual*.

Program berasal dari bahasa inggris *programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Program televisi ialah bahan yang telah disusun dalam satu *format* sajian dengan unsur video yang ditunjang unsur audio yang secara teknis memenuhi persyaratan layak siar serta telah memenuhi standar estetika dan artistik yang berlaku. Menurut (Morissan, 2008) program yaitu hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan nya yang sangat luas.

### B. Jenis - Jenis Program Televisi

Berbagai jenis program di televisi dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu:

#### Program Informasi

Sesuai dengan namanya program informasi di televisi memberikan banyak informasi untuk memenuhi rasa ingin tahu para penonton terhadap suatu hal.

Berikut ini adalah jenis-jenis program informasi menurut (Morissan, 2013) yaitu:

- a. Berita keras (*hard news*) berisi tentang segala informasi penting dan menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui khalayak *audience* secepatnya. *Hard news* dapat berupa *straight news*, *features*,

*infotainment*.

- b. Berita Lunak (*soft news*) berisi tentang segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Program yang termasuk dalam kategori ini adalah *current affairs*, *magazine*, dokumenter dan *talk show*.

#### Program Hiburan

Program hiburan adalah segala bentuk yang bertujuan untuk menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan (*game*), musik, dan pertunjukan

Program yang termasuk dalam kategori hiburan yaitu :

- a. Permainan merupakan bentuk program yang melibatkan sejumlah orang baik secara individu maupun secara kelompok yang saling bersaing dalam mendapatkan atau memperebutkan sesuatu. Program permainan dapat dibagi menjadi tiga jenis yaitu *quiz show*, ketangkasan dan *reality show*.

#### Motif

Motif merupakan sesuatu yang ada pada diri individu yang menggerakkan atau membangkitkan sehingga individu itu berbuat sesuatu. Motif timbul karena adanya suatu kebutuhan. Kategori motif pengonsumsi media dapat di kategorikan yaitu adalah sebagai berikut ini :

- a. Motif Informasi. pengguna dapat di katakan jika memiliki motif informasi apabila mereka:
  - Dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat terdekat.
  - Dapat mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia.
  - Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah
- b. Motif Identitas Pribadi. pengguna dapat di katakan memiliki motif identitas pribadi jika apabila mereka :
  - Dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi penonton itu sendiri.
  - Dapat mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media, dan
  - Memperoleh nilai lebih sebagai penonton.
- c. Motif Integrasi dan Interaksi sosial, pengguna di katakan memiliki motif integrasi dan interaksi sosial apabila mereka telah :
  - Memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial.
  - Dapat menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang lain di sekitarnya.
  - Dapat menjalankan peran sosial sebagai mahasiswa.
- d. Motif Hiburan, pengguna dapat di katakan memiliki motif hiburan apabila mereka telah:
  - Dapat melepaskan diri dari permasalahan.
  - Bisa bersantai dan mengisi waktu luang.

- Bisa menyalurkan emosi.
- Bisa mendapatkan hiburan dan kesenangan.

### C. Kepuasan

Dalam penelitian ini kepuasan yang dimaksud adalah terpenuhinya beberapa kebutuhan khalayak setelah usai menggunakan media berdasarkan motif maupun tujuan tertentu konsumen itu sendiri. Untuk dapat mencapainya kepuasan tersebut itu sendiri maka khalayak memiliki sifat aktif maupun selektif dalam memilih ataupun menggunakan media yang akan dikonsumsi sesuai dengan kebutuhannya agar dapat tercapainya kepuasan konsumen tersebut.

Penelitian *uses and gratifications* dilakukan dengan motif seseorang dalam menggunakan media, dan dapat mengungkapkan tingkat kepuasan setelah mengkonsumsi media tertentu. Dengan kata lain, apakah khalayak telah merasa puas setelah menggunakan media tersebut. Konsep mengukur kepuasan tersebut ini dapat disebut sebagai *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO).

### D. Teori Uses and Gratification

Teori *uses and gratification* ini menjelaskan tentang sifat yang dimiliki oleh khalayak yang aktif dalam mengkonsumsi media sehingga mereka dapat selektif dalam memilih-milih pesan yang terkandung dalam sebuah media yang juga bertujuan guna untuk memenuhi kebutuhan audiens. Pemilihan media tepat yang dilakukan oleh audiens merupakan salah satu cara pemenuhan kebutuhan mereka dalam menerima informasi. Menurut (Morissan, 2013) audiens dinilai mengetahui kebutuhan mereka dan mengetahui serta bertanggung jawab atas pilihan media yang dapat memenuhi kebutuhan mereka.

Dalam perkembangannya model teori *uses and gratification* yang dikemukakan oleh Katz, Blumler, Gurevitch mengalami pengayaan oleh beberapa ilmuwan komunikasi lainnya seperti model Levy dan Windahl. Model ini menekankan pada khalayak aktif dalam melakukan aktivitas-aktivitas untuk memenuhi kebutuhan mereka melalui penggunaan media massa.

### E. Dimensi Uses and Gratification

Dalam penelitian ini terdapat beberapa dimensi yang ditujukan untuk mengetahui kesenjangan motif dan kepuasan audiens dalam menonton laptop si unyil.

1. *Gratification Sought* (Motif) merupakan kepuasan yang dicari ketika menggunakan suatu jenis media. Menurut (Kriyanto, 2006), terdapat beberapa dimensi motif pengkonsumsian media yaitu:
  - a. Motif informasi; pengguna dikatakan memiliki motif informasi.
  - b. Motif identitas pribadi.
  - c. Motif integrasi dan interaksi sosial.
  - d. Motif hiburan.
2. *Gratification Obtained* (Kepuasan) adalah

kepuasan yang didapat setelah menggunakan media (Kriyanto, 2006). Untuk mengukur kepuasan penggunaan media, pertama penulis akan mengukur motif dan kepuasan. Setelah motif dan kepuasan diketahui maka kepuasan dapat terlihat berdasarkan kesenjangan antara motif dan kepuasan.

- a. Kepuasan informasi.
- b. Kepuasan identitas pribadi.
- c. Kepuasan integrasi dan interaksi sosial.
- d. Kepuasan hiburan.

### F. Indikator Uses and Gratification

Indikator dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur kepuasan penonton program acara laptop si unyil di trans 7. Kepuasan tersebut diukur menggunakan :

1. *Gratification sought*: merupakan kepuasan yang dicari oleh penonton sebagai motif menggunakan media.
2. *Gratification obtained*: yaitu kepuasan yang diperoleh penonton setelah menggunakan media.

Operasionalisasinya yaitu dengan cara membandingkan nilai *mean* atau nilai rata-rata hasil dari jawaban responden *gratification sought* (GS) dan *gratification obtained* (GO) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika *mean* skor (rata-rata skor) GS lebih besar dari *mean* GO (*mean* skor GS > *mean* skor GO), maka terjadi kesenjangan kepuasan. Jika demikian, kebutuhan yang diperoleh lebih sedikit dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Artinya, media tidak memuaskan khalayaknya
- b. Jika *mean* skor (rata-rata skor) GS sama dengan *mean* skor GO (*mean* skor GS = *mean* skor GO), maka tidak terjadi kesenjangan kepuasan, karena jumlah kebutuhan yang diinginkan semuanya terpenuhi
- c. Jika *mean* skor (rata-rata skor) GS lebih kecil dari *mean* skor GO (*mean* skor GS < *mean* skor GO), maka terjadi kesenjangan kepuasan, karena kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Artinya, media tersebut memuaskan khalayaknya.

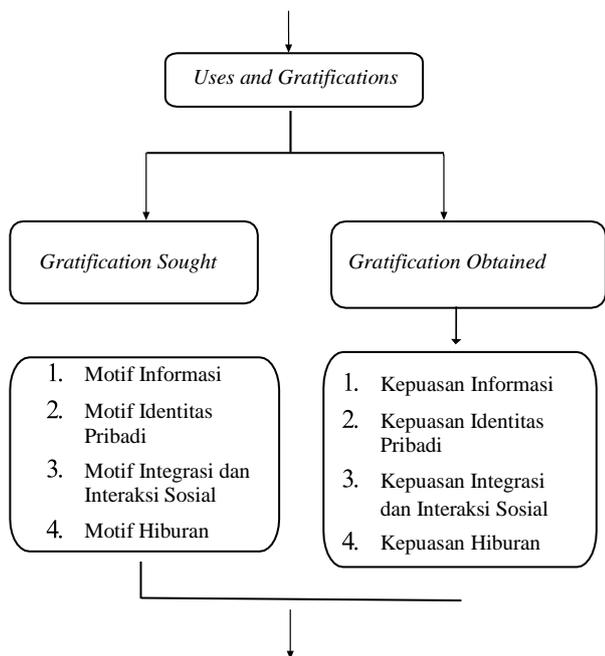
Semakin besar kesenjangan *mean* skor yang terjadi, maka semakin tidak memuaskan media tersebut bagi khalayaknya. Sebaliknya, semakin kecil kesenjangan *mean* skor yang terjadi, maka makin memuaskan media tersebut bagi khalayaknya.

### G. Kerangka Dasar Teori

Dalam kerangka pemikiran akan dijelaskan mengenai keterkaitan dari masing-masing variabel yang akan diangkat sebagai topik pembahasan. Setiap variabel yang ada memiliki dimensi maupun indikator yang berbeda-beda, seperti motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan. Selanjutnya indikator kepuasan meliputi kepuasan

informasi, kepuasan identitas pribadi, kepuasan integrasi dan interaksi sosial, dan kepuasan hiburan.

Dari beberapa indikator yang ada dalam penelitian ini maka di harapkan indikator tersebut dapat mewakili untuk dapat menjadikannya butir kuesioner yang nantinya akan di bahas dalam bab selanjutnya.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Desain Penelitian

Desain yang digunakan dalam penelitian ini berjenis deskriptif yaitu dimana penelitian ini memiliki ataupun bersifat apa adanya, dimana yang berarti mendeskripsikan suatu gejala, fenomena, ataupun juga suatu kejadian tertentu yang terjadi begitu saja secara faktual maupun juga akurat dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Kuantitatif dapat di artikan bahwa hasil dari penelitian ini berupa angka ataupun numerik. Tujuan dari jenis desain penelitian deskriptif kuantitatif ini yaitu membuat suatu uraian yang sistematis mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat dari objek yang diteliti. Penelitian ini juga menekankan analisis nya pada data-data numerik atau angka-angka yang diolah dengan menggunakan metode statistika.

B. Populasi Dan Sample

Program	Program type	Channel	Target	index
Laptop si unyil	Children Edutainment	Trans 7	Female	116
			5-9 years	100
			10-14 years	105
			40-49 years	109
			50+ years	115
			Upper	105
Selected market : Jakarta, bandung, surabaya				

Source: Nielsen (2019)

Berdasarkan data pada tabel di atas maka dapat di simpulkan rata-rata penonton laptop si unyil berjenis kelamin perempuan, umur 5-14 dan 40-50+, dan memiliki klasifikasi ekonomi sosial upper. Populasi merupakan keseluruhan dari sampel yang akan diteliti. Populasi dapat berupa individu dalam suatu kelompok, maupun perorangan. Berdasarkan tabel profile penonton di atas maka peneliti memilih populasi dalam penelitian ini yaitu pengunjung AEON Mall jakarta timur, ibu-ibu dan anak-anak yaitu sebanyak 4000 orang.

Sedangkan yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu dapat di artikan bahwa sampel merupakan bagian dari populasi. Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2016).

$$N = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = estimasi kesalahan

Berdasarkan rumus slovin dengan estimasi kesalahan 10% maka jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 96 responden.

C. Teknik Dan Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan nonprobability purposive sampling yang berarti teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak semua populasi dapat menjadi sampel atau responden, namun hanya yang masuk dalam beberapa kategori yang telah di tentukan oleh peneliti saja yang dapat menjadi sampel dalam penelitian ini. kuesioner di sebarakan kepada responden dengan karakteristik tertentu untuk mengisi item atau pernyataan

TABEL 1. PROFILE PENONTON

kemudian setelah di isi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti (Sugiyono, 2016).

Skala yang di gunakan dalam kuesioner penelitian ini yaitu skala *likert* dengan skor 1-5 yang memiliki arti 1 sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 kurang setuju, 4 setuju, 5 sangat setuju, skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau fenomena sosial (Sugiyono, 2016).

#### D. Pengembangan Instrumen

TABEL 2. PENGEMBANGAN INSTRUMEN

No	Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Skala
1	Motif	GS	Motif Informasi	1-5
			Motif Identitas pribadi	1-5
			Motif Integrasi dan interaksi sosial	1-5
			Motif hiburan	1-5
2	Kepuasan	GO	Kepuasan Informasi	1-5
			Kepuasan Identitas pribadi	1-5
			Kepuasan Integrasi dan interaksi sosial	1-5
			Kepuasan hiburan	1-5

#### E. Teknik Pengelolahn Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang di gunakan peneliti untuk mendapatkan serta mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab masalah pada penelitian. Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan program SPSS. Pengolahan data menurut (hasan, 2006) meliputi kegiatan:

##### 1. Editing (Penyuntingan)

Editing atau pemeriksaan merupakan pengecekan

yang telah di kumpulkan oleh peneliti untuk mengetahui, menilai kesesuaian dan relevansi data agar bisa diproses lebih lanjut. Hal yang perlu diperhatikan dalam *editing* ini adalah kelengkapan pengisian kuesioner, keterbacaan tulisan, kesesuaian jawaban, dan relevansi jawaban.

##### 2. Coding (Pengkodean)

*Coding* atau pemberian kode merupakan pengklasifikasian jawaban yang telah diberikan responden kepada peneliti sesuai dengan macamnya. Dalam tahap koding biasanya dilakukan pemberian skor dan simbol pada jawaban responden agar nantinya bisa lebih mempermudah dalam pengolahan data.

##### 3. Pemberian skor atau nilai

Dalam pemberian skor digunakan skala *likert* yang merupakan salah satu cara untuk menentukan skor. Kriteria penilaian ini di golongan dalam empat tingkatan dengan penilaian sebagai berikut:

- Jawaban SS, diberi skor 5
- Jawaban S, diberi skor 4
- Jawaban KS, diberi skor 3
- Jawaban TS, diberi skor 2
- Jawaban STS, diberi skor 1

#### F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik uji korelasi dan analisis kesenjangan (*discrepancy*), kepuasan penonton program laptop si unyil dapat di bagi menjadi dua yaitu motif (*gratification sought*) dan kepuasan yang diperoleh (*gratification obtained*) kepuasan penonton, kesenjangan dapat di ukur berdasarkan kesenjangan antara nilai GS dan nilai GO. Semakin kecil kesenjangan yang di dapat maka dapat di artikan sebagai semakin terpuaskan penonton laptop si unyil tersebut.

#### G. Teknik Konfirmasi Data

Teknik Konfirmasi data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji validitas maupun juga uji reliabilitas. Uji validitas ini bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat mengukur sesuai apa yang di inginkan oleh konsumen selaku pengkonsumsi media. Uji validitas yang di lakukan merupakan vaaliditas atau pun isi (*content validity*) yang juga berhubungan dengan kemampuan instrumen untuk mengukur isi (*concept*) yang harus diukur, yang juga dapat di artikan bahwa instrumen mampu mengungkap isi suatu konsep atau dari variable yang hendak akan diteliti. Validitas instrumen dapat di lakukan untuk menentukan butir-butir soal kuisoner yang valid kemudian dapat juga di gunakan sebagai acuan oleh peneliti untuk mengukur kepuasan penonton terhadap suatu program acara.

Sedangkan uji reabilitas yang di gunakan oleh peneliti ini juga bertujuan untuk mengetahui sebuah alat ukur tersebut yang dapat di gunakan ataupun di andalkan oleh peneliti dan juga dapat tetap konsisten jika pun pengujian akan dilakukan sedara berulang-ulang kali yang dimana

kedua uji tersebut akan berujung untuk memperoleh hasil penelitian yang baik maka juga perlu nya di dukung data yang baik pula. Sedangkan baik ataupun tidaknya data itu sendiri tergantung juga pada data dari instrumen pengumpulan data itu sendiri, instrumen data yang baik juga harus mampu memenuhi kedua buah persyaratan yang sangat penting yakni valid maupun reliabel.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji hipotesis yang akan di gunakan dalam penelitian ini yaitu juga menggunakan uji t dimana hasil dari uji tersebut akan bertujuan untuk mengetahui dan juga menguji perbedaan yang secara signifikan antar variabel satu dengan variable yang lainnya. Kemudian dari hasil analisis data tersebut mengenai kesenjangan antara motif dan kepuasan ibu-ibu dan anak-anak menonton program laptop si unyil di trans 7. Kemudian hasil selanjutnya maka akan di olah kembali oleh peneliti dengan menggunakan bantuan dari program ataupun *software* IBM SPSS yang bertujuan untuk mengetahui hasil-hasil dari beberapa pengolahan data yang akan digunakan pada penelitian ini dan juga menguji data dari seluruh responden yang terdapat dalam penelitian ini.

TABEL 3. HASIL UJI T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,833	1,066		3,594	,001
	motif	,963	,020	,981	48,729	,000

a. Dependent Variable: kepuasan (Y)

Dari hasil tabel diatas, bisa dilihat pada kolom *standardized coefficients* dengan nilai 0,981 menunjukkan tingkat korelasi antara kedua variabel. Selain itu juga terdapat nilai t sebesar 48,729 yang digunakan untuk pengujian hipotesis apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara motif dan kepuasan penonton program laptop si unyil. Kriteria pengujian berdasarkan nilai t :

1. Jika nilai t hitung < t tabel 0,05 maka *H0* diterima dan *H1* ditolak.
2. Jika nilai t hitung > t tabel 0,05 maka *H0* diterima dan *H1* diterima.

Hasil analisis data kesenjangan antara motif dan kepuasan ibu dan anak menonton program laptop si unyil

di trans 7 diolah menggunakan program IBM SPSS, tabel berikut ini merupakan hasil analisis antara kesenjangan GS (*gratification sought*) dan GO (*gratification obtained*).

Dapat dilihat melalui data yang telah di sajikan pada tabel di bawah bahwa selisih kesenjangan terbesar dapat dilihat pada indikator integrasi dan interaksi sosial yaitu di dapat 1,23 (nilai selisih GS dan GO), sedangkan selisih kesenjangan terkecil terdapat pada indikator identitas pribadi yaitu di dapat 0,01 (nilai selisih GS dan GO).

TABEL 4. KESENJANGAN ANTARA

Indikator	GS	GO	Selisih
Informasi	15.91	17.32	1.23
Identitas pribadi	8.33	8.23	0.1
Integrasi dan interaksi social	8.21	8.64	0.43
Hiburan	20.73	21.25	0.52

A. Sumber data diolah 2020

Semakin nilai kesenjangan mendekati angka nol (0) memiliki arti yaitu tingkat kepuasan yang di dapat akan semakin memuaskan. Program acara laptop si unyil merupakan program dokumenter berjenis *edutainment* atau *magazine* yang berarti konten utama program tersebut yaitu mengandung lebih banyak informasi dari pada hiburan, namun dari hasil jawaban 96 responden yang terpilih menjadi sampel pada penelitian ini menunjukkan bahwa pernyataan pada indikator identitas pribadi yang paling membuat kepuasan terbesar, melalui program laptop si unyil penonton mendapatkan sosok yang dapat di tiru dan untuk menambah kepercayaan diri. Kemudian kepuasan terkecil terdapat pada indikator informasi, melalui program laptop si unyil penonton puas dalam mendapatkan informasi mengenai teknologi dan ilmu pengetahuan.

Indikator kedua pada hasil penelitian ini yang mencapai titik kepuasan ialah motif integrasi dan interaksi sosial dengan nilai 0,43. Indikator ini menjadi motif yang sedikit mencapai titik kepuasan, hal ini berdasarkan para responden, mereka memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial, responden juga memperoleh bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang lain disekitarnya.

Pada indikator hiburan memperoleh hasil dengan nilai 0,52. Menurut hasil pendapat para responden menyatakan bahwa mereka bisa bersantai dan mendapatkan waktu luang dengan menonton program acara laptop si unyil, responden juga mendapatkan hiburan dan kesenangan.

Dapat dilihat pada indikator informasi termasuk motif yang mencapai titik kepuasan yang rendah dengan nilai 1,23. Dalam program acara ini penonton program laptop si unyil memperoleh berbagai macam informasi yang bisa dijadikan pengetahuan mengenai perkembangan pada

dunia teknologi dan ilmu pengetahuan dari dulu hingga sekarang.

Pada bagian selanjutnya akan dijelaskan mengenai hasil dari uji validitas dan reabilitas mengenai variabel motif dan kepuasan. Pada penelitian ini, uji validitas berguna untuk mengetahui apakah terdapat pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena tidak relevan. *Instrument* dianggap valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  table dan dalam penelitian ini, dianggap memenuhi syarat koefisien.

Dalam penelitian ini uji realibilitas dipakai untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih. Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan tingkat kepercayaan 95%. Keputusan pengujian reliabilitas sebagai berikut:

1. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka item instrumen dinyatakan reliabel.
2. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka item instrumen dinyatakan tidak reliabel.

TABEL 5. UJI VALIDITAS VARIABEL X

Item	Total Correlation	r Tabel	Keterangan
Item 1	0,639	0,202	Valid
Item 2	0,593	0,202	Valid
Item 3	0,392	0,202	Valid
Item 4	0,485	0,202	Valid
Item 5	0,323	0,202	Valid
Item 6	0,480	0,202	Valid
Item 7	0,338	0,202	Valid
Item 8	0,202	0,202	Valid
Item 9	0,401	0,202	Valid
Item 10	0,423	0,202	Valid
Item 11	0,383	0,202	Valid
Item 12	0,651	0,202	Valid
Item 13	0,248	0,202	Valid

TABEL 6. UJI VALIDITAS VARIABEL Y

Item	Total Correlation	r Tabel	Keterangan
Item 1	0,635	0,202	Valid
Item 2	0,392	0,202	Valid
Item 3	0,252	0,202	Valid
Item 4	0,297	0,202	Valid
Item 5	0,616	0,202	Valid
Item 6	0,562	0,202	Valid
Item 7	0,515	0,202	Valid
Item 8	0,471	0,202	Valid
Item 9	0,439	0,202	Valid
Item 10	0,584	0,202	Valid
Item 11	0,597	0,202	Valid
Item 12	0,534	0,202	Valid
Item 13	0,257	0,202	Valid

Berdasarkan hasil data diatas dapat dilihat bahwa setelah dilakukan uji validitas dengan menggunakan SPSS 24 maka diperoleh nilai pada total *correlation* untuk variabel x dan y lebih besar daripada r tabel, sehingga berdasarkan hasil uji validitas dapat disimpulkan bahwa masing masing *instrument* variabel x dan y dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai kuisisioner.

TABEL 7. HASIL UJI REALIBILITAS VARIABEL X DAN VARIABEL Y

Variabel	Item Pertanyaan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Motif	13 Pertanyaan	0,603	Valid
Kepuasan	13 Pertanyaan	0,765	Valid

Berdasarkan data hasil uji realibilitas pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel x dan variabel y memenuhi syarat sebagai alat ukur untuk pengambilan data dalam penelitian ini. Dikarenakan nilai *cronchbach's alfa* lebih besar dari 0,60.

## V. KESIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan motif menonton program laptop si unyil sebesar 0,98 yang berarti menunjukkan bahwa hasil signifikan, selanjutnya tingkat kepuasan menonton program laptop si unyil juga menunjukkan hasil yang signifikan dan terakhir besar kesenjangan antara motif dan kepuasan menonton program laptop si unyil juga menunjukkan hasil yang signifikan pada 3 indikator, namun pada indikator identitas pribadi hasil menunjukkan hasil di tolak.

Maka saran pada penelitian selanjutnya untuk mengubah kuesioner pernyataan pada indikator identitas pribadi atau menambah beberapa indikator baru agar hasil jawaban responden di signifikan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Blumer, H. and E. K. (1974). *The Use of Mass Communication*.
- [2] hasan. (2006). *Metodologi Penelitian*. 13–23.
- [3] Kaban, S. C. B., Gelgel, N. M. R. A., & Pradipta, A. D. (2018). Motif Dan Kepuasan Menonton Video Blog Di Kalangan Anak Muda Kota Denpasar. *E-Jurnal Medium*, 1(2), 1–8. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/40083>
- [4] Kriyanto. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*.
- [5] McQuail. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. 1–42.
- [6] Morissan. (2008). Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*, 446.
- [7] Morissan. (2013). *Teori komunikasi : individu hingga massa*. 53(9), 1689–1699.
- [8] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. 32–45.