

Hubungan Antara Menonton Tayangan Modern Moms Trans 7 Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Ibu

¹Mita Ramdhani Jaenuddin, ²Maman Suherman

^{1,2}*Bidang Kajian Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi,*

Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116

e-mail: ¹mitaramdhanijaenuddin@gmail.com, ²Mita.ramdhani@yahoo.com

Abstract: Many types of mass media make the public have a lots of choice of media. The public can choose their preferred media and can be value added for the fulfillment of needed. Information is one of the requirements of the media. Television is one of media that is used as a source of information and entertainment. Audio-visual is a characteristic of television that makes it easy for the audience to understand any information given. Trans 7 with its mission of being a source of ideas and aspirations to educate and improve the quality of life, embodied by presenting broadcasts informative and educating program, the one of Impression is "Modern Moms". This research, entitled "The Relationship between Watching Impressions Modern Moms Trans 7 with Fulfillment Information Moms Needs" The purpose of this research it was to also learn the relationship between watching Modern Moms Trans 7 with the fulfillment of information needs of mothers. This research use a *correlational method*. The analysis technique using in this research is *descriptive analysis techniques* and *inferential analysis*. The populations are the Women's in posyandu area of Margahayusub-district, Bandung regency. The sample in this research is the mother in Posyandu Anggrek XI, South Margahayu, Margahayu sub-district, Bandung regency. The taking sampling technique using *probability sampling method* and the sampling technique using *cluster sampling method*. The theory using in this research is *Theory of Uses and Gratification*. Meanwhile, to collect data the researchers using questionnaire technique, interview and literature study. The results showed that there is a strong and positive relation between watching Modern Moms Trans 7 with the fulfillment of information needs of the mother with the value of the correlation coefficient of 0.636. The conclusion of this research is that there is a relationship between watching Modern Moms Trans 7 with the fulfillment of information needs of the mother.

Keywords: Using Media, Television Program, Fulfillment Information Needs

Abstrak: Banyaknya jenis media massa menjadikan khalayak memiliki banyak pilihan media. Khalayak dapat memilih media yang mereka suka dan dinilai dapat memenuhi kebutuhannya. Salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi oleh media adalah kebutuhan informasi. Penggunaan media adalah salah satu cara khalayak untuk memenuhi kebutuhannya tersebut. Televisi merupakan salah satu media yang digunakan sebagai sumber informasi dan hiburan. Karakteristik televisi yaitu audio visual memberikan kemudahan kepada khalayak untuk memahami setiap informasi yang disampaikan. Trans 7 dengan misinya menjadi wadah ide dan aspirasi guna mengedukasi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat, diwujudkan dengan cara menyajikan tayangan-tayangan yang informatif dan mendidik salah satunya adalah Tayangan Modern Moms. Penelitian ini berjudul "Hubungan Antara Menonton Tayangan Modern Moms Trans 7 Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Ibu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu. Penelitian ini menggunakan metode korelasional. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif dan analisis inferensial. Populasi dalam penelitian ini adalah Para Ibu di lingkungan Posyandu Kecamatan Margahayu, Kabupaten Bandung. Sampel dalam penelitian ini adalah para Ibu di lingkungan Posyandu Anggrek XI, Desa Margahayu Selatan, Kecamatan Margahayu, Kabupaten Bandung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan menggunakan metode *probability sampling*. Teknik sampling yang digunakan adalah *cluster sampling*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Uses and Gratifications. Sementara itu, untuk mengumpulkan data penelitian peneliti menggunakan teknik penyebaran angket, wawancara dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif antara menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.636. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan antara menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu

Kata Kunci : Penggunaan Media, Tayangan Televisi, Pemenuhan Kebutuhan Informasi

A. Pendahuluan

Di era modern seperti saat ini, setiap orang tidak akan pernah lepas dari peran media massa dalam berbagai situasi, baik digunakan untuk memperoleh pengetahuan, wawasan dan informasi atau sebagai hiburan semata. Perkembangan zaman menuntut setiap orang untuk terus memperbaharui pengetahuannya dengan informasi-informasi terbaru. Informasi saat ini merupakan suatu kebutuhan. Salah satu cara yang digunakan untuk memperoleh informasi yaitu dengan penggunaan media.

Banyaknya jenis media massa menjadikan khalayak mempunyai banyak pilihan media. Khalayak dapat memilih media yang mereka suka dan dinilai dapat memenuhi kebutuhannya. Televisi merupakan salah satu media yang digunakan sebagai fungsi hiburan dan informasi. Dengan karakteristiknya yaitu audi visual, televisi menjadi media yang dapat menjangkau segala usia dan segala lapisan masyarakat. Dengan karakteristik televisi itulah menjadikan komunikasi yang disampaikan melalui media televisi dapat lebih mudah diterima oleh khalayak sebagai komunikasi.

Perkembangan pertelevisian Indonesia yang begitu cepat menimbulkan persaingan yang ketat diantara stasiun-stasiun televisi. Stasiun televisi berlomba-lomba untuk menarik perhatian khalayak dengan menyajikan tayangan-tayangan yang dapat disukai dan dinilai dapat memenuhi kebutuhan khalayaknya. Tayangan yang disajikan tentunya bukan hanya dapat menghibur tetapi juga dapat memberikan informasi, pengetahuan yang dapat mendidik masyarakat.

Televisi sebagai bagian dari komunikasi massa, tentunya harus senantiasa memegang nilai-nilai dalam fungsi komunikasi massa. Menurut Effendy (1993) terdapat tiga fungsi komunikasi massa yaitu, fungsi informasi, fungsi pendidikan dan fungsi memengaruhi (dalam Ardianto dkk, 2007:18). Fungsi informasi merupakan fungsi paling penting dalam komunikasi massa. Segala kegiatan komunikasi massa, termasuk kegiatan komunikasi massa yang dilakukan melalui media televisi harus terdapat unsur informasi. Sebagai media massa elektronik, televisi mempunyai kekuatan besar dalam mempengaruhi masyarakat. Oleh karena itu televisi sangat diharapkan untuk dapat mempengaruhi masyarakat kedalam hal-hal yang positif.

Modern Moms adalah salah satu program informasi yang ditayangkan setiap hari Minggu jam 08.15 WIB di Trans 7. Modern Moms merupakan program yang isi acaranya memberikan informasi-informasi penting dan menarik, serta tips-tips berguna seputar *Si Kecil*. Acara ini dipandu oleh Dian Ayu Lestari dan Mona Ratuliu. Dengan tayangan ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan para Ibu mengenai tumbuh kembang *Si Kecil*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara intensitas menonton tayangan dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu, untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara isi pesan (materi) tayangan dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu, dan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara hubungan individu dengan isi media dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu.

B. Landasan Teori

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Uses and Gratification*. Teori ini mengasumsikan bahwa orang mempunyai kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan yang dapat dipenuhi dengan (salah satu caranya), menggunakan

(berlangganan, membaca, menonton atau mendengarkan) media massa (Hamidi, 2007:77).

Teori *Uses and Gratification* milik Blumer dan Katz ini menyatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya (Nurudin, 2009:192).

Berbicara mengenai penggunaan media, Rosengren menyatakan bahwa penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara khalayak dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (dalam Rakhmat, 2009:66).

Jumlah waktu dapat diartikan dengan intensitas. Intensitas penggunaan media berkaitan dengan jumlah waktu yang digunakan dalam menggunakan media yang terdiri dari frekuensi dan durasi (Effendy, 1989:147). Jenis isi media yang dikonsumsi diartikan sebagai isi pesan (materi) tayangan. Isi pesan berkaitan dengan bahan atau materi yang hendak disampaikan kepada khalayak. Suatu pesan yang kita komunikasikan, ingin mempunyai kemampuan untuk meramalkan efek yang akan timbul pada komunikan (Effendy, 2003:41). Untuk itu isi pesan akan dibahas mengenai kejelasan dan kelengkapan pesan (Wahyudi, 1994:15). Hubungan individu dengan media menunjukkan keterkaitan individu pengguna media dengan isi media setelah menggunakan media. Setiap individu yang menggunakan media tentunya mengharapkan kenyamanan dan kesesuaian dari media tersebut. Jika hal itu sudah didapat, maka individu tersebut akan menggunakan media tersebut dan menggunakan waktunya untuk mengonsumsi isi media. Setelah menggunakan media tersebut, maka akan timbul hubungan individu dengan isi media.

Hasil penggunaan media yang diharapkan adalah terpenuhinya kebutuhan informasi. Terdapat kebutuhan-kebutuhan khalayak yang harus dipenuhi oleh media diantaranya: (1) Kebutuhan kognitif, (2) Kebutuhan afektif, (3) Kebutuhan integrasi personal, (4) Kebutuhan integrasi sosial, (5) Kebutuhan pelepasan (West & Turner, 2008:105).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel dimana analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2012:80). Populasi dalam penelitian ini adalah para Ibu di lingkungan posyandu Kecamatan Margahayu, Kabupaten Bandung. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012:81). Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cluster Sampling*, yaitu teknik yang digunakan bila objek atau sumber data sangat luas. Sampel dalam penelitian ini adalah para Ibu di lingkungan posyandu Angrek XI, Desa Margahayu Selatan, Kecamatan Margahayu, Kabupaten Bandung dengan jumlah responden sebanyak 57 orang.

C. Hasil Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan pengujian yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Hubungan antara intensitas menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan software SPSS didapat nilai koefisien korelasi sebesar 0,535. Hasil ini menunjukkan adanya hubungan yang sedang dan positif, artinya apabila intensitas menonton acara Modern Moms semakin tinggi maka pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu juga semakin tinggi. Nilai $\text{sig} < \alpha$ artinya ada hubungan antara intensitas menonton tayangan Modern Moms dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu.

Sesuai dengan teori *Uses and Gratifications* yang mengatakan bahwa khalayak memiliki peran aktif dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian, intensitas menonton merupakan salah satu wujud dari peran aktif khalayak untuk memenuhi kebutuhannya. Orang mempunyai kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan yang dapat dipenuhi dengan (salah satu caranya), menggunakan (berlangganan, membaca, menonton atau mendengarkan) media massa (Hamidi, 2007:77).

Seberapa besar kebutuhan khalayak, yang mengetahui adalah khalayak itu sendiri. Jadi, intensitas penggunaan media oleh khalayak pasti disesuaikan dengan seberapa besar kebutuhan yang ingin dipenuhi. Intensitas menonton tayangan Modern Moms yang tinggi mengartikan bahwa kebutuhan informasi para Ibu terhadap informasi seputar Si Kecil merupakan kebutuhan yang besar. Intensitas menonton adalah sebagai upaya untuk memperoleh informasi sebagai pemenuhan kebutuhan.

2. Hubungan antara isi pesan (materi) dalam tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan software SPSS didapat nilai koefisien korelasi sebesar 0,540. Hasil ini menunjukkan adanya hubungan yang sedang dan positif, artinya apabila isi pesan (materi) dalam tayangan Modern Moms semakin baik maka pemenuhan informasi para Ibu juga semakin tinggi. Nilai $\text{sig} < \alpha$ artinya ada hubungan antara isi pesan (materi) dalam tayangan Modern Moms dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu.

Pesan merupakan unsur penting dalam proses komunikasi. Dalam proses komunikasi massa, pesan yang disampaikan harus sejalan dengan fungsi komunikasi massa dan media massa, dimana pesan-pesan yang disampaikan kepada khalayak merupakan pesan yang informatif, mendidik dan dapat memengaruhi khalayak. Pesan itu terdiri dari dua aspek yaitu isi pesan dan lambang (Effendy, 2003:312).

Menurut Wahyudi (1994:15), pesan dapat dilihat dari kejelasan dan kelengkapan pesan. Kejelasan isi atau materi media maksudnya adalah informasi yang disampaikan tidak berbelit-belit dan mudah dicerna, kata-kata yang digunakan biasa, yang sudah diketahui umum (Soemirat & Ardianto, 2002:63). Untuk kelengkapan pesan, Nitisenitro (1982:144) menjelaskan bahwa kelengkapan isi pesan maksudnya adalah komunikasi yang disampaikan harus lengkap sehingga tidak menimbulkan keraguan bagi penerima komunikasi.

Informasi-informasi seputar Si Kecil yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms sudah jelas, karena disampaikan dengan tidak berbelit-belit dan bahasa yang digunakan mudah untuk dimengerti. Informasi-informasi yang disampaikan juga sudah lengkap karena dalam setiap episodnya, tayangan Modern Moms memberikan berbagai jenis informasi seputar Si Kecil dari kesehatan Si Kecil, gizi atau asupan makanan untuk Si Kecil, pendidikan Si Kecil, *Fashion* untuk Si Kecil dan info penting lainnya yang disertai dengan tips-tips yang diperagakan oleh *Host*. Isi pesan (materi) tayangan Modern Moms yang baik akan dapat memenuhi kebutuhan informasi para Ibu.

3. Hubungan antara hubungan individu dengan isi media pada tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan software SPSS didapat nilai koefisien korelasi sebesar 0,515. Hasil ini menunjukkan adanya hubungan yang sedang dan positif, artinya apabila hubungan individu dengan isi media semakin baik maka pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu juga semakin tinggi. Nilai $\text{sig} < \alpha$ artinya ada hubungan antara hubungan individu dengan isi media pada tayangan Modern Moms dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu.

Hubungan individu dengan isi media merupakan keterkaitan berbagai hubungan antara individu pengguna media dengan isi media atau media secara keseluruhan. Setiap individu pengguna media tentunya mengharapkan kesesuaian dari isi media atau media tersebut. Setelah kesesuaian itu didapat, maka pengguna media akan memilih media tersebut sebagai media yang digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Kesesuaian ini dapat dilihat dari kecocokan terhadap isi media dan kepercayaan terhadap isi media.

Dari hasil penelitian diatas, dapat diketahui keterkaitan hubungan antara menonton tayangan Modern Moms (variabel X) dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu (variabel Y) yaitu dengan nilai korelasi sebesar 0,636. Nilai tersebut menunjukkan hubungan yang kuat dan positif.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Teori *Uses and Gratifications* yang tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri khalayak, tetapi tertarik pada apa yang dilakukan orang pada media, serta khalayak dianggap aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dari sini timbul istilah *uses and gratifications*, penggunaan dan pemenuhan kebutuhan. Dalam asumsi ini tersirat pengertian bahwa komunikasi massa berguna (*utility*), bahwa konsumsi media diarahkan oleh motif (*intentionality*), bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*), dan bahwa khalayak sebenarnya kepala batu (*stubborn*). Penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi. (Blumler dalam Rakhmat, 2009:65)

Menonton tayangan Modern Moms adalah wujud dari peran aktif para ibu guna memperoleh informasi-informasi seputar Si Kecil. Para ibu merupakan khalayak aktif dimana mereka selalu mencari informasi-informasi yang dibutuhkan. Terdapat alasan-alasan (motif) mengapa para ibu menonton tayangan ini.

Tayangan Modern Moms Trans 7 memberikan kontribusi sebesar 40.45% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu. Besar kontribusi tersebut diperoleh dari $rs^2 \times 100\% = (0.636)^2 \times 100\% = 40.45\%$. Sedangkan 59.5% sisanya kontribusi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu diberikan oleh variabel lain selain

variabel yang terdapat dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini semakin memberikan kekuatan kepada teori *Uses and Gratifications*. Terujinya teori *Uses and Gratifications* di dalam penelitian ini dan beberapa penelitian sebelumnya yang telah peneliti bahas dalam studi penelitian terdahulu, menunjukkan kekuatan dari teori ini. Teori *Uses and Gratifications* telah melekat kepada aktivitas komunikasi masyarakat.

D. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

“Terdapat hubungan yang kuat dan positif antara menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu”.

1. Terdapat hubungan yang sedang dan positif antara intensitas menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu. Sehingga, semakin tinggi intensitas menonton tayangan Modern Moms Trans 7, maka semakin tinggi pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu.
2. Terdapat hubungan yang sedang dan positif antara isi pesan (materi) dalam tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu. Sehingga, semakin baik isi pesan (materi) dalam tayangan Modern Moms Trans 7, maka semakin tinggi pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu.
3. Terdapat hubungan yang sedang dan positif antara hubungan individu dengan isi media pada tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu. Sehingga, semakin baik hubungan individu dengan isi media pada tayangan Modern Moms Trans 7, maka semakin tinggi pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. Komala, Lukita. Karimah, Siti. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Sembiosa Rekatama Media.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosada Karya.
- _____. 1989. *Kamus Komunikasi*. Bandung: PT Mandar Maju.
- Hamidi. 2007. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang: UPT Penerbitan Universitas Muhammadiyah.
- J. B. Wahyudi. 1994. *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*. Jakarta: Gramedia.
- Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaludin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- West, Richard & Lym Turner. 2008. *Teori Komunikasi*. Bandung: Grafindo