

Hubungan Antara Program Musik Breakout di NET TV dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tentang Musik

¹Devy Cahya Intani, ²Nova Yuliati

^{1,2}*Bidang Kajian Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi,
Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*

e-mail: ¹devintani093@gmail.com, ²nova_yuliati@yahoo.com

Abstract: Television is one of the mass media that giving the most powerfull effect to its audience. The emergence of many television programs these days are currently influenced by the community needs, where one of them is the need for information. NET TV is the private television station in Indonesia which provides a music program, namely Breakout. Breakout NET is one of music program that has its own main appeal which on the one hand aims to entertain people through its broadcast, but on the other hand can also provide music information to the public as well. In general, this study aims to find out the relationship between Breakout music program on NET TV with fulfillment the needs of UNISBA Choir Student information about music. Spesifically, the purpose of this study was to determine the relationship between media uses, media content, and message content of Breakout music program on NET TV with fulfillment of current information need, everyday information, exhaustive information, and catching-up information on members of UNISBA Student Choir about Western music. The study uses the theory of mass communication, spesifically the theory of *uses and gratification* as well. The respondents are members of UNISBA Student Choir who were still active. The methods used is correlational method by having 50 member as the respondents. The data analysis is calculated by using the rank-order correlation formula (*Spearman's Rho*). The result of this study showed that there is a high/strong relationship between Breakout music program on NET TV with fulfillment of information needs about Western music on members of Student Choir. With the value of the correlation coefficient is 0.706, and hypothesis testing results obtained significance value of $0.000 < \alpha = 0.05$. Thus, it can be concluded that Breakout music program on NET TV are able to fulfill the information needs about Western music on members of UNISBA Student Choir.

Key Words: Music Program, Fulfillment of Information Needs, Music

Abstrak. Televisi adalah media massa yang paling sering dituding memberikan efek paling besar bagi audiennya. Munculnya beragam program televisi saat ini dipengaruhi oleh faktor kebutuhan masyarakat, dimana salah satunya yaitu kebutuhan akan informasi. NET TV merupakan salah satu stasiun televisi swasta Indonesia yang menyajikan program musik, yaitu: Breakout. Breakout NET merupakan salah satu program musik yang memiliki daya tarik tersendiri dimana di satu sisi dapat bertujuan untuk menghibur melalui tayangan-tayangan musiknya, namun disisi lain juga dapat memberikan masyarakat informasi mengenai musik. Tujuan penelitian ini secara umum adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan antara program musik Breakout di NET TV dengan pemenuhan kebutuhan informasi anggota Pasuma UNISBA tentang musik. Secara khusus tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara penggunaan media, isi media, dan isi pesan dalam program musik Breakout di NET TV dengan pemenuhan kebutuhan informasi mutakhir, informasi rutin, informasi mendalam, dan informasi sekilas anggota Pasuma UNISBA tentang musik Barat. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi massa, khususnya teori *uses and gratification*. Responden dalam penelitian ini adalah anggota Paduan Suara Mahasiswa UNISBA yang masih aktif. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode korelasional dengan jumlah responden sebanyak 50 orang. Teknik analisis data dihitung dengan menggunakan rumus korelasi rank-order (*Spearman's Rho*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang tinggi/kuat antara program musik Breakout di NET TV dengan pemenuhan kebutuhan informasi anggota Pasuma tentang musik Barat. Yaitu nilai koefisien korelasi sebesar 0.706, dan uji hipotesis diperoleh dari hasil nilai signifikansi sebesar $0.000 < \alpha = 0.05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa program musik Breakout di NET TV mampu memenuhi kebutuhan informasi anggota Pasuma UNISBA tentang musik Barat.

Kata Kunci : Program Musik, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, Musik

A. Pendahuluan

Terciptanya berbagai media dan teknologi komunikasi saat ini telah memberi begitu banyak pengaruh terhadap kehidupan manusia. Perkembangan dunia telekomunikasi kemudian menuntut media massa untuk terus berkembang dengan keragaman jenis dan fungsinya bagi kehidupan. Dari semua media komunikasi yang ada, televisilah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia. 99% orang Amerika memiliki televisi di rumahnya. Tayangan televisi mereka dijejali hiburan, berita dan iklan. Mereka menghabiskan waktu menonton televisi sekitar tujuh jam sehari (Ardianto, 2007:134).

Media saat ini telah menjadi suatu kebutuhan utama bagi kehidupan manusia di hampir seluruh lapisan masyarakat. Pesatnya industri pertelevisian juga tentunya dipengaruhi oleh berbagai kebutuhan masyarakat. Pada umumnya setiap individu memiliki kebutuhan mendasar yang berbeda. Berdasarkan pengalamannya, seseorang mengharapkan bahwa konsumsi atau penggunaan media tertentu akan memberikan sejumlah pemenuhan bagi kebutuhannya. Hal ini akan membuatnya menonton acara televisi tertentu, membaca artikel tertentu dalam majalah dan sebagainya. Dalam beberapa kasus, aktivitas ini dapat menghasilkan suatu pemenuhan kebutuhan, namun pada saat yang bersamaan aktivitas ini juga menciptakan ketergantungan pada media massa tertentu. Berbagai penggunaan dan pemuasan terhadap media ini dapat dikelompokkan ke dalam empat tujuan, yaitu pengetahuan, hiburan, kepentingan sosial, dan pelarian. Dari berbagai macam kebutuhan tersebut pada umumnya masyarakat menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhannya akan pengetahuan atau informasi dalam artian untuk mengetahui sesuatu atau memperoleh informasi tentang suatu (Morissan, 2008:26).

Televisi memiliki peran yang sangat penting dalam memberikan informasi kepada khalayak ramai. Tayangan televisi dapat memberikan pengaruh pada aspek kognitif (pengetahuan) pemirsanya akan suatu hal yang menjadi fokus penayangannya sehingga masyarakat dapat dengan mudahnya mendapatkan informasi hanya dengan menonton tayangan-tayangan televisi. Pemenuhan kebutuhan informasi dalam artian tercapainya keinginan khlayak untuk mendapatkan informasi atau pengetahuan dari acara yang disajikan tentunya harus diiringi dengan penyajian acara sedemikian rupa sehingga dapat menarik orang untuk menonton acara tersebut.

Seiring dengan perkembangannya, program-program televisi kini telah banyak bermunculan dalam berbagai ragam, Salah satunya adalah program *entertainment* (hiburan) yakni program musik. Munculnya ragam program musik di televisi saat ini kemudian dijadikan sebagai salah satu tontonan masyarakat yang menghasilkan rating cukup tinggi. Hal tersebut dikarenakan program musik mempunyai daya tarik tersendiri yang di satu sisi adalah untuk menghibur tapi disisi lain juga dapat mendidik dan memberikan pengetahuan mengenai perkembangan musik, sehingga banyak orang yang berminat untuk menontonnya. Sayangnya, tayangan program musik yang muncul di televisi Indonesia kini cenderung lebih banyak mementingkan aspek hiburannya saja tanpa ada edukasi tentang musik di dalamnya. Bahkan program musik yang ada kini cenderung memasukan unsur *variety* ke dalamnya yang sama sekali melenceng dari tujuan dibuatnya program itu sendiri, yakni memaparkan sepenuhnya tentang musik. Melihat kondisi tersebut, kini muncul salah satu program musik yang mengusung konsep yang berbeda dengan program-program musik lain yang telah lebih dulu ada, yaitu program musik Breakout yang ditayangkan oleh salah satu televisi swasta di

Indonesia yaitu NET TV.

Breakout merupakan program harian yang tayang selama 5 kali dalam seminggu yaitu dari hari Senin hingga Jumat, pukul 15.00-16.00 WIB. Breakout merupakan program musik yang menghadirkan kumpulan musik-musik terbaik dari dalam negeri maupun mancanegara, yang hadir untuk menemani waktu santai para pemirsanya, khususnya bagi para pecinta musik di Indonesia. Konsep dari program ini adalah menayangkan beragam video musik dari berbagai musisi dan genre musik dari masa ke masa, khususnya musik-musik yang tengah menjadi trend saat ini. Tidak hanya itu, dalam setiap penayangannya program musik Breakout juga menyelipkan info-info aktual seputar musik yang ditayangkannya. Dalam perkembangannya, tayangan Breakout didominasi oleh tayangan seputar musik Barat, yakni menampilkan lagu-lagu mancanegara dari berbagai *genre*, hingga menyajikan berbagai informasi seputar musik Barat. Melalui konsep penayangannya, program musik Breakout yang berfokus sepenuhnya terhadap musik diharapkan tidak hanya mampu menghibur namun juga mampu memenuhi kebutuhan informasi khalayak yang dalam hal ini yaitu memenuhi kebutuhan informasi seputar musik bagi orang yang menontonnya. Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini ingin mengkaji tentang hubungan antara tayangan program musik Breakout dengan pemenuhan kebutuhan informasi tentang musik.

B. Landasan Teori

Siaran televisi merupakan salah satu bentuk dari komunikasi massa. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner, yakni: “Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.” (Rakhmat dalam Ardianto 2007:3). Komunikasi massa tidak dapat dipisahkan dari media karena media massa merupakan alat utama dalam penyebaran pesan dalam jenis komunikasi ini. Tanpa melalui media, maka suatu pesan yang disebarakan bukan dikatakan sebagai komunikasi massa. Dalam proses komunikasi, pesan dalam media massa dapat menerpa seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu efek dalam komunikasi massa yaitu efek kognitif. Menurut Ardianto (2007:54), efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek kognitif ini akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya. Melalui media masaa, kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita kunjungi secara langsung.

Penelitian ini secara khusus menggunakan teori *uses and gratification*. Teori ini pada dasarnya membahas tentang apa yang dilakukan orang terhadap media. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Teori ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratifications*) atas kebutuhan seseorang. Inti dari teori ini adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang efektif (Kriyantono, 2006:208). Elemen dalam teori *uses and gratification* yang pertama yaitu penggunaan media (*uses*). Menurut Rosengren (1974) dalam Rakhmat (2012:66):

“Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan.”

Jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media meliputi frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan. Dengan demikian penggunaan media dapat diukur melalui frekuensi, dan durasi khalayak terhadap suatu tayangan (Ardianto dan Erdinaya, 2007:164).

- Frekuensi yaitu pengukuran penggunaan media tentang berapa kali sehari seseorang menggunakan media dalam satu minggu (Ardianto, 2007: 168).
- Durasi yaitu pengukuran penggunaan media yang menghitung berapa lama (menit) khalayak mengikuti suatu program (Ardianto, 2007:168).

Sementara itu, menurut Alexis Tan (1981) dalam Kriyantono (2010:208) menyebutkan bahwa penggunaan media juga terdiri dari isi media, yang dalam hal ini ialah tayangan televisi. Secara umum, isi media menyangkut kepada bentuk tayangan program tersebut yang dalam hal ini berarti program musik. Menurut Morissan dalam bukunya Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi, mengatakan bahwa:

“Program musik dapat ditampilkan dalam dua format, yaitu videoklip atau konser. Program musik di televisi saat ini sangat ditentukan dengan kemampuan artis menarik audien. Tidak saja dari kualitas suara namun juga berdasarkan bagaimana mengemas penampilannya agar lebih menarik. Kemasan harus menarik perhatian karena kemasan menggambarkan citra merk.” (Morissan, 2007:229).

Sementara menurut Vane Gross dalam Morissan (2007:229) programmer yang ingin menyajikan acara musik harus mempertimbangkan beberapa hal agar acara itu bisa mendapatkan sebanyak mungkin audien, yaitu:

1. Pemilihan artis yang memiliki daya tarik demografis yang besar, misalnya artis yang memiliki banyak penggemar pria atau artis yang banyak digandrungi para wanita, kelompok remaja (ABG), kalangan orang tua.
2. Pengambilan gambar yang menarik secara visual. Televisi harus menampilkan sebanyak mungkin gambar pendukung dan tidak membiarkan suatu pengambilan gambar (sekuen) yang terlalu lama.

Selanjutnya, penggunaan media juga dapat meliputi isi pesan yang terkandung dalam media tersebut. Menurut Siahaan (1991:73), dalam penyampaian pesan secara tepat, dan jelas, harus diperhatikan hal – hal sebagai berikut :

1. Pesan harus jelas (*clear*), bahasa yang mudah dipahami, tidak berlebihan tanpa detonasi yang menyimpang dan tuntas.
2. Pesan itu menarik dan meyakinkan (*convicing*), menarik karena berkaitan dengan dirinya sendiri sesuai dengan rasio

Elemen selanjutnya dalam teori uses and gratification adalah kepuasan

(*gratification*). Kepuasan tercapai apabila kebutuhan khalayak telah terpenuhi setelah menggunakan media. Terkait penelitian ini, kebutuhan khalayak yang dimaksud ialah kebutuhan informasi atau kebutuhan kognitif khalayak, dan informasi yang dimaksud ialah informasi mengenai musik Barat yang disampaikan melalui tayangan program Breakout. Menurut Katz, Gurevitch, dan Haas dalam Tan (1981) mengemukakan bahwa:

“Kebutuhan kognitif berkaitan erat dengan kebutuhan untuk memperkuat informasi, pengetahuan, dan pemahaman seseorang akan lingkungannya. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat seseorang untuk memahami dan menguasai lingkungannya. Di samping itu, kebutuhan ini juga dapat memberi kepuasan atas hasrat keingintahuan dan penyelidikan seseorang.” (Yusup, 2014:206).

Menurut Guha (1978:40) kebutuhan terhadap informasi dapat diklasifikasikan menjadi empat jenis yakni sebagai berikut:

1. Pendekatan Kebutuhan Informasi Mutakhir (*current need approach*)
2. Yaitu pendekatan kepada kebutuhan pengguna informasi yang sifatnya mutakhir. Pengguna berinteraksi dengan sistem informasi dengan cara yang sangat umum untuk meningkatkan pengetahuannya. Jenis pendekatan ini perlu ada interaksi yang sifatnya konstan antara pengguna dan sistem informasi.
3. Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin (*everyday need approach*)
Yaitu pendekatan terhadap kebutuhan pengguna yang sifatnya spesifik dan cepat, dimana pendekatan kebutuhan ini menuntut adanya jawaban yang tepat dari pengolahan informasi dalam memenuhi kebutuhan pengguna informasi.
4. Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam (*exhaustive need approach*)
Pendekatan kebutuhan informasi mendalam mengisyaratkan adanya suatu ketergantungan yang tinggi dari pengguna terhadap informasi yang dibutuhkan. Kebutuhan ini membuat pengguna informasi membutuhkan informasi yang akurat, spesifik dan lengkap.
5. Pendekatan Kebutuhan Informasi Sekilas (*catching-up need approach*)
Yaitu pendekatan kebutuhan informasi yang bersifat sekilas tetapi memberikan gambaran lengkap tentang suatu topik. Pendekatan kebutuhan ini membuat pengguna informasi juga membutuhkan informasi yang ringkas dan singkat namun jelas informasinya dan sesuai dengan kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna. (Puspitadewi, dkk, 2012).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan variabel X dan Y yang ada dalam penelitian ini, maka hipotesis dalam penelitian ini terdiri 2 bagian, yaitu hipotesis utama (hipotesis mayor) dan sub hipotesis (hipotesis minor). Setelah dilakukan perhitungan statistik terhadap masing-masing hipotesis, maka secara umum diperoleh dengan hasil sebagai berikut:

Untuk mengetahui bagaimana hubungan antara program musik breakout di NET TV dengan pemenuhan kebutuhan informasi tentang musik, maka dilakukan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat hubungan antara program musik breakout di NET TV dengan pemenuhan kebutuhan informasi anggota Pasuma tentang musik Barat

H_1 : Terdapat hubungan antara program musik breakout di NET TV dengan pemenuhan kebutuhan informasi anggota Pasuma tentang musik Barat

Kriteria uji : tolak H_0 jika nilai signifikansi (sig) $< \alpha$, terima dalam hal lainnya.

Hasil pengujian ditampilkan dalam tabel berikut ini:

Variabel	Rs	Tingkat Keeratan	α	Nilai sig	Keputusan	Kesimpulan
X-Y	0.706	Tinggi/kuat	5%	0,000	Ho ditolak	Signifikan

Tabel diatas menjelaskan tentang korelasi antara program musik Breakout di NET TV dengan pemenuhan kebutuhan informasi anggota Pasuma tentang musik Barat. Dari data pada tabel diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0.706. Nilai koefisien korelasi sebesar 0.706 menunjukkan ada hubungan yang tinggi/kuat antara program musik Breakout dengan pemenuhan kebutuhan informasi tentang musik. Karena nilai koefisien korelasi positif (tanda +) artinya semakin meningkat aspek dalam program musik Breakout maka pemenuhan kebutuhan informasi tentang musik pun akan semakin meningkat, begitupun sebaliknya jika aspek dalam program musik Breakout rendah maka pemenuhan kebutuhan informasi tentang musik pun akan menurun.

Setelah angka koefisien korelasi didapat, langkah selanjutnya menguji apakah angka koefisien korelasi yang didapat benar-benar signifikan atau dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan dua variabel. Statistik uji dalam analisis ini yaitu nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil korelasi antara program musik Breakout di NET TV dengan pemenuhan kebutuhan informasi anggota Pasuma tentang musik Barat, yang mana didapat nilai sebesar 0.000 dan α yaitu 0.05. Dengan kriteria uji yaitu tolak H_0 jika nilai signifikansi (sig) $< \alpha$ maka diketahui bahwa $0.000 < 0.05$ artinya H_0 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara program musik Breakout di NET TV dengan pemenuhan kebutuhan informasi anggota Pasuma tentang musik Barat. Hal ini menggambarkan bahwa dalam setiap penayangannya, program musik Breakout yang notabene termasuk kepada jenis program hiburan ternyata mampu memberikan bukan hanya aspek hiburan saja melainkan juga aspek informasi. Menurut Djamal & Fachruddin (2011:162),

“Tayangan siaran televisi di layar kaca itu mempunyai dampak yang sangat luas bagi audiensi. Hal itu berarti bahwa, program siaran tersebut mempunyai karakteristik tertentu yang dapat mempengaruhi, memprovokasi dalam hal positif maupun negatif, dan mampu mengubah sikap seseorang. Hal ini disebabkan oleh daya rangsang televisi sangat tinggi. Oleh karena itu, bagi penyelenggara penyiaran harus mempunyai rasa bijak dan pertimbangan matang dalam menyajikan programnya. Jangan hanya memperhatikan selera pasar tetapi junjunglah idealisme informasi bagi kepentingan bangsa Indonesia.”

Menilik pendapat tersebut, maka program musik Breakout dapat dikatakan memiliki nilai informatif karena mampu memberikan informasi seputar musik Barat sehingga orang yang menonton program ini menjadi semakin mengetahui informasi yang berhubungan dengan musik Barat. Gambaran informasi seputar musik yang disampaikan dengan jelas, lengkap, spesifik, serta ditunjang oleh kemasan program ini yang menarik dari segi visualisasinya, membuat program musik ini dapat diterima

dengan baik oleh khalayak sehingga khalayak pun tertarik untuk menonton program musik ini dalam memenuhi kebutuhan informasinya mengenai musik. Bila dikaitkan dengan teori *uses and gratification* maka adanya hubungan yang tinggi/kuat antara program musik Breakout di NET TV dengan pemenuhan kebutuhan informasi tentang musik memberikan gambaran bahwa konten dalam program musik Breakout ini secara keseluruhan dapat memenuhi kebutuhan informasi mengenai musik yang dibutuhkan oleh khalayak yang dalam hal ini yaitu anggota Pasuma UNISBA, sehingga kebutuhan informasi anggota Pasuma tentang musik Barat pun sangat terpenuhi melalui program musik Breakout.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian melalui analisis korelasional pada sub hipotesis dalam penelitian ini, maka secara umum dapat diambil kesimpulan yakni sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan antara penggunaan media dalam program musik Breakout di NET TV dengan pemenuhan kebutuhan informasi mutakhir, informasi rutin, informasi mendalam, dan informasi sekilas anggota Pasuma UNISBA tentang musik Barat
2. Terdapat hubungan antara isi media dalam program musik Breakout di NET TV dengan pemenuhan kebutuhan informasi mutakhir, informasi rutin, informasi mendalam, dan informasi sekilas anggota Pasuma UNISBA tentang musik Barat.
3. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara isi pesan dalam program musik Breakout di NET TV dengan pemenuhan kebutuhan informasi mutakhir anggota Pasuma UNISBA tentang musik Barat, dan terdapat hubungan antara isi pesan dalam program musik Breakout di NET TV dengan pemenuhan kebutuhan informasi rutin, informasi mendalam, dan informasi sekilas anggota Pasuma UNISBA tentang musik Barat.
4. Sedangkan hasil untuk hipotesis utama dalam penelitian ini yaitu terdapat hubungan yang tinggi/kuat antara program musik Breakout di NET TV dengan pemenuhan kebutuhan informasi anggota Pasuma UNISBA tentang musik Barat.

Hal tersebut menunjukkan bahwa program musik Breakout yang notabene termasuk program hiburan, melalui konsep penayangannya ternyata mampu memberikan pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan penontonnya, yang dalam hal ini yaitu terpenuhinya kebutuhan informasi mengenai musik. Hal ini menunjukkan bahwa tayangan ini tidak hanya bersifat menghibur melainkan dapat pula memberikan manfaat positif yakni sebagai sumber informasi.

Sesuai dengan teori *uses and gratification* yang menjadi landasan teori dalam penelitian ini, maka dapat dikatakan bahwa khalayak yang dalam hal ini yaitu anggota Pasuma ternyata aktif dalam menggunakan media yang dalam hal ini yaitu televisi melalui program musik Breakout. Sementara televisi melalui tayangan programnya ternyata memang mampu untuk memenuhi kebutuhan khalayaknya, yang dalam hal ini yaitu terpenuhinya kebutuhan informasi khalayak akan sesuatu hal. Sehingga, melalui penelitian ini dapat disimpulkan bahwa teori *uses and gratification* terbukti benar. Terpenuhinya kebutuhan informasi khalayak sebagai efek menonton televisi menunjukkan bahwa khalayak memang menggunakan televisi/media massa salah

satunya adalah untuk dapat memperoleh informasi akan sesuatu hal. Dan diantara banyak media massa lainnya, televisi dengan segala kelebihanannya dinilai sebagai media massa yang mampu memberikan pengaruh yang besar bagi aspek kehidupan masyarakat, salah satunya yaitu dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Erdinaya. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Djamal, Hidajanto, Andi, Fachruddin. 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Guha, 1978. *Documentation and Information*. Calcutta: The World Press Private Limited.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morissan, 2007. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Morissan, 2008. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Siahaan, SM. 1991. *Komunikasi Pemahaman dan Penerapan*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Yusup, Pawit M. 2014. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Jurnal

- Puspitadewi, Isni, Erwina, Wina dan Kurniasih, Nuning. 2012. "Pemanfaatan *twitter* *TMCPoldaMetro* dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya," dalam *eJurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran*. Fikom Unpad. Volume 1, Nomor 1, Tahun 2012 (hal. 4).