

**HUBUNGAN ANTARA MOTIF PENILAIAN TAYANGAN
TERHADAP KEPUASAN PENONTON PROGRAM
*BREAKOUT NET TV***

SKRIPSI

Diajukan untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

**AMALIA IKHLASANTI
1161903067**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
JAKARTA
2018**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Amalia Ikhlasanti

NIM : 1161903067

Tanda Tangan :

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Amalia Ikhlasanti', with a vertical line through the middle of the name.

Tanggal : 29 Agustus 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Amalia Ikhlusarti
NIM : 1161903067
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Hubungan antara Motif Penilaian Tayangan Terhacip
Kepuasan Penonton Breakout NET TV

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI


Pembimbing : Dr. Tuti Widiasuti, M.Si.



Penguji 1 : Anastasya Anciranti, S.Sos,M.Si.



Penguji 2 : Ari Kurnia, M.Ikom



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 29 Agustus 2018

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya yang telah diberikan kepada peneliti selama melaksanakan skripsi ini, hingga pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikannya. Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Serta pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D. selaku rektor Universitas Bakrie.
2. Dra. Suharyanti M.S.M selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.
3. Dr. Tuti Widiastuti, M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan semangat, motivasi dan selalu sabar dalam membimbing peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Anastasya Andriarti, S.Sos,M.Si., selaku penguji 1 dalam sidang skripsi yang telah memberikan masukan yang sangat berguna kepada peneliti seminar proposal hingga sidang skripsi dan memberikan hasil yang lebih baik.
5. Ari Kurnia, M.Ikom selaku penguji 2 dalam sidang skripsi yang telah memberikan saran serta masukannya demi kesempurnaan skripsi kepada peneliti.
6. Suhanto dan Enny Suryanjari selaku orang tua peneliti yang selalu memberikan motivasi serta moral sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Para dosen yang telah mengajar peneliti selama menjadi mahasiswa kelas karyawan jurusan Komunikasi Media Massa Batch 6 Universitas Bakrie, terimakasih atas segala ilmu serta pengalaman yang diberikan dalam kurun waktu empat semester selama masa perkuliahan.

8. Teman-teman mahasiswa kelas karyawan jurusan Komunikasi Media Massa Batch 6 Universitas Bakrie yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu per satu, terimakasih atas kebersamannya selama empat semester selama masa perkuliahan.
9. Gitar dan 234 bungkus kuning keemasan yang selalu mengerti dimana lelah saya harus berlabuh. Seperti mati namun hidup. Tak punya telinga tapi bisa mendengar. Nilai manusia terhadap kalian yang belum tentu positif namun kadang kala lebih seperti manusia dari pada manusia itu sendiri. Kalau saya bisa sulap, tidak segan-segan akan saya beri jiwa. Hidup dan jadilah racun bahwa hidup tidak melulu mengenai ego itu sendiri supaya masuk dalam api setelah kehidupan.
10. Dan masih banyak pihak juga hal lain yang turut membantu dalam pelaksanaan skripsi yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Peneliti sadar bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti menerima kritik dan saran dari pembaca skripsi ini semata-mata agar dijadikan bahan evaluasi untuk penelitian selanjutnya. Peneliti mohon maaf apabila terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat berguna untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan serta wawasan bagi pembacanya.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amalia Ikhlasanti
NIM : 1161903067
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“HUBUNGAN ANTARA MOTIF PENILAIAN TAYANGAN TERHADAP
KEPUASAN PENONTON PROGRAM BREAKOUT NET TV”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 29 Agustus 2018

Yang menyatakan,



(Amalia Ikhlasanti)

**HUBUNGAN ANTARA MOTIF PENILAIAN TAYANGAN TERHADAP
KEPUASAN PENONTON PROGRAM *BREAKOUT* NET TV**

AMALIA IKHLASANTI

ABSTRAK

Pada umumnya setiap individu memiliki kebutuhan mendasar yang berbeda.. Motif menonton televisi pun menjadi acuan untuk menonton program *Breakout* NET TV yang memiliki visi-misi untuk menjadi *Billboard*-nya Indonesia. Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survey yaitu riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Teori *Uses and Gratification* yang digunakan dalam penelitian ini menyatakan bahwa khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi, dan media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak akan disebut sebagai media yang efektif. Sampel pada penelitian ini sebanyak 55 mahasiswa. Pengujian hipotesis menunjukkan nilai antar variabel motif terhadap memiliki nilai hubungan signifikansi yang lemah, sementara itu nilai antar variabel penggunaan media terhadap kepuasan juga memiliki nilai hubungan signifikansi yang lemah. sehingga H_a ditolak dan H_0 diterima, itu artinya kedua variabel tersebut tidak mempunyai hubungan signifikan yang positif kuat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa “Tidak ada hubungan positif kuat yang signifikan antara motif mahasiswa menonton program *Breakout* NET TV dengan tingkat kepuasan mahasiswa mahasiswa menonton program *Breakout* NET TV.

Kata Kunci: Motif, Kepuasan, Televisi, *Breakout* NET TV

***RELATIONSHIP BETWEEN MOTIVE ASSESSMENT ASSESSMENTS ON
THE SATISFACTION OF WATCHING BREAKOUT NET TV PROGRAMS***

AMALIA IKHLASANTI

ABSTRACT

In general, each individual has different basic needs. The motive of watching television is also a reference for watching Breakout NET TV programs that have a vision and mission to become Indonesia's Billboard. In this study the research method used is a survey research method which is research using a questionnaire as an instrument of data collection. The theory of Uses and Gratification used in this study states that the audience basically uses mass media based on certain motives. If this motive is fulfilled then the needs of the audience will be fulfilled, and the media that is able to meet the needs of the public will be referred to as effective media. The sample in this study were 55 students. Hypothesis testing shows that the value between motive variables has a weak significance value, while the value between variables using media to satisfaction also has a value of a weak significance relationship. so that H_a is rejected and H_0 is accepted, it means that the two variables do not have a strong positive relationship. So it can be concluded that "There is no significant positive positive relationship between the motives of students watching Breakout NET TV programs with the level of satisfaction of students watching Breakout NET TV programs.

Keywords: Motive, Satisfaction, Television, Breakout NET TV

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GRAFIK dan GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Permasalahan	6
1.3 Tujuan	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.3.1 Manfaat Teoritis	8
1.3.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	9
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Teori	18
2.2.1 Teori Uses and Gratification.....	18
2.2.2 Penggunaan Media.....	22
2.2.3 Televisi	23
2.2.4 Program Acara	25
2.2.5 Program Musik.....	26
2.2.6 Motif	29

2.2.7 Kepuasan	31
2.3 Kerangka Teori.....	34
2.4 Hipotesis.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Metode Penelitian.....	36
3.2 Populasi dan Sampel	37
3.2.1 Populasi	37
3.2.2 Sampel.....	37
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5.1 Sumber Data	38
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	40
3.5 Teknik Analisis Data.....	44
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	46
3.7 Keterbatasan Penelitian.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.1 Profil Perusahaan	48
4.1.2 Visi, Misi dan Nilai NET TV.....	50
4.1.3 Struktur Organisasi.....	51
4.1.4 Program Acara NET TV	52
4.2 Hasil Penelitian... ..	53
4.2.1 Karakteristik Responden	53
4.2.2 Uji Instrumen Penelitian	56
4.2.3 Analisa Deskriptif	59
4.3 Pembahasan	99
Bab V PENUTUP.....	104
5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran	105

DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN-LAMPIRAN	106

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Jurnal Terdahulu.....	10
Tabel 3.1 Operasional Variabel	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	52
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel X1 (Motif).....	55
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel X2 (Penggunaan Media)	56
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.6 Frekuensi menonton Breakout NET TV untuk mendapatkan informasi dan fakta terkait musik terbaru.	58
Tabel 4.7 Frekuensi menonton Breakout NET TV untuk mendapatkan bahan perbincangan seputar musik dengan teman/keluarga.....	59
Tabel 4.8 Frekuensi menonton Breakout NET TV untuk menambah wawasan tentang musik lokal maupun internasional.....	60
Tabel 4.9 Frekuensi menonton Breakout NET TV untuk mempelajari lagu terbaru dan terpopuler.....	61
Tabel 4.10 Frekuensi menonton Breakout NET TV untuk mendapatkan informasi dan membandingkannya dengan kehidupan sehari-hari.	61
Tabel 4.11 Frekuensi menonton Breakout NET TV untuk menambah kepercayaan diri.	62
Tabel 4.12 Frekuensi menonton Breakout NET TV untuk menemukan jati diri melalui musik.....	63
Tabel 4.13 Frekuensi menonton Breakout NET TV untuk belajar dan menumbuhkan nilai-nilai tentang musik dalam kehidupan.	64
Tabel 4.14 Frekuensi menonton Breakout NET TV untuk dapat informasi melalui musik (klip video) dan menumbuhkan rasa empati sosial.....	64

Tabel 4.15 Frekuensi menonton Breakout NET TV untuk dapat membandingkan informasi terkait perilaku dalam dunia musik dan membandingkannya dalam kehidupan sehari-hari.	65
Tabel 4.16 Frekuensi menonton Breakout NET TV untuk menambah daftar lagu (playlist) yang dapat dinikmati dengan teman/keluarga.	66
Tabel 4.17 Frekuensi menonton Breakout NET TV untuk melupakan persoalan yang dihadapi.	67
Tabel 4.18 Frekuensi menonton Breakout NET TV untuk menambah referensi lagu yang di nyanyikan bersama teman- teman/keluarga.	68
Tabel 4.19 Frekuensi menonton Breakout NET TV agar dapat menghargai sesama.	69
Tabel 4.20 Frekuensi menonton Breakout NET TV untuk mendapatkan hiburan.	69
Tabel 4.21 Frekuensi menonton Breakout NET TV untuk mengisi waktu luang.	70
Tabel 4.22 Frekuensi menonton Breakout NET TV untuk bersantai.....	71
Tabel 4.23 Frekuensi menonton Breakout NET TV untuk membuat diri sendiri senang.	72
Tabel 4.25 Frekuensi menonton Breakout NET TV dalam jangka waktu satu bulan.	73
Tabel 4.26 Frekuensi waktu yang habiskan untuk menonton Breakout NET TV.....	74
Tabel 4.27 Frekuensi waktu yang pas untuk menonton program musik....	75
Tabel 4.28 Informasi yang mudah dimengerti.	75
Tabel 4.29 Kemasan Informasi.....	76
Tabel 4.30 Kelengkapan Informasi.....	77

Tabel 4.31 Kemenarikan Program.	77
Tabel 4.31 Pembawaan host Breakout NET TV.....	78
Tabel 4.32 Kelayakan program Breakout NET TV.....	79
Tabel 4.33 Frekuensi kepuasan menonton Breakout NET TV untuk mendapatkan informasi dan fakta terkait musik terbaru.....	80
Tabel 4.34 Frekuensi kepuasan mendapatkan bahan perbincangan seputar musik dengan teman/keluarga.....	80
Tabel 4.35 Frekuensi kepuasan dalam menambah wawasan tentang musik lokal maupun internasional.....	81
Tabel 4.36 Frekuensi kepuasan dalam mempelajari lagu terbaru dan terpopuler.	82
Tabel 4.37 Frekuensi kepuasan dalam mendapatkan informasi dan membandingkannya dengan kehidupan sehari-hari.	83
Tabel 4.38 Frekuensi kepuasan dalam mendapatkan kepercayaan diri.	84
Tabel 4.39 Frekuensi kepuasan dalam menemukan jati diri melalui musik	84
Tabel 4.40 Frekuensi kepuasan dalam menumbuhkan nilai-nilai tentang musik dalam kehidupan.	85
Tabel 4.41 Frekuensi kepuasan dalam mendapatkan informasi melalui musik (klip video) dan menumbuhkan rasa empati sosial.	86
Tabel 4.42 Frekuensi kepuasan dalam membandingkan informasi terkait prilaku dalam dunia musik dan membandingkannya dalam kehidupan sehari-hari.	87
Tabel 4.43 Frekuensi kepuasan dapat menambah daftar lagu (playlist) yang dapat dinikmati dengan teman/keluarga.	88
Tabel 4.44 Frekuensi kepuasan dapat melupakan persoalan yang dihadapi	89
Tabel 4.45 Frekuensi kepuasan dapat menambah teman melalui sosial media.....	90

Tabel 4.47 Frekuensi kepuasan dapat belajar menghargai sesama.	91
Tabel 4.48 Frekuensi kepuasan mendapatkan hiburan.	92
Tabel 4.49 Frekuensi kepuasan dapat mengisi waktu luang.....	93
Tabel 4.50 Frekuensi kepuasan dapat memperoleh waktu untuk bersantai	93
Tabel 4.51 Frekuensi kepuasan dapat membuat diri senang.....	94
Tabel 4.52 Frekuensi kepuasan dapat melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari.	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 NET TV Application dan NET Connect.....4

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Konsumsi Media	1
Bagan 2.1 Teori <i>Uses and Gratification</i>	20
Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran	33