

MOTIF MASYARAKAT SURABAYA MENONTON TAYANGAN

“ON THE SPOT” DI TRANS7

(Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Motif Masyarakat Surabaya Menonton Tayangan

“On The Spot” di TRANS7)

SKRIPSI



Oleh :

NOVIANA LIAMSI
NPM. 0943010062

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2013

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Motif Masyarakat Surabaya Menonton Tayangan On The Spot di Trans7” (Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Motif Masyarakat Surabaya Menonton Tayangan “On The Spot” di Trans7).

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan akademis bagi mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Pada kesempatan ini, penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan dan bimbingannya kepada :

1. Dra. Hj. Suparwati, M.Si, Dekan FISIP UPN “Veteran” Jatim.
2. Bapak Juwito, S.Sos, M.Si, sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jatim.
3. Drs. Saiffudin Zuhri, M.Si, Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jatim.
4. Drs. Kusnarto, M.Si selaku Dosen Pembimbing penulis. Terima kasih atas segala kontribusi bapak terkait penyusunan skripsi ini.

5. Orang Tua tercinta yang telah memberikan segala pengorbanan dan perjuangan tulus untuk menjadikan saya manusia yang belajar memahami hidup dalam kehidupan.
6. Kakakku (Vina Febriana Liamsi) dan adikku (Nona Shinta Liamsi) tersayang yang telah menjadi saudara yang selalu mendukung saya.
7. Special for my schatzi “Didi A.”, thanks for colouring in my life. Thank you for the support and enthusiasm.
8. Buat “Mawar Hitam“ terima kasih sudah menjadi bagian perjuanganku, kehadiran dan semangat kalian yang bermakna dalam membantu menyelesaikan tugas akhir ini (Beibwel (Exchorina witha), Dismin (Dista Nawang), Udin item(Uky), Catherine(Kidty), Winda).
9. Buat Kinne thanks for teached me the real movie dan temen-temen KKN19 terutama club riicuh (Made Witrianti, Anna Annisa, Dica Aditya dan Indri).

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, kritik maupun saran selalu penulis harapkan demi tercapainya hal terbaik dari skripsi ini. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat sekaligus menambah pengetahuan bagi berbagai pihak.

Surabaya, Desember 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAKSI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Komunikasi Massa	12
2.2.2 Televisi Sebagai Media Massa	14
2.2.3 Masyarakat Sebagai Khalayak Aktif Media Massa	16
2.2.4 Definisi dan Deskripsi Motif	19
2.2.5 Acara On The Spot di Trans7	21
2.2.6 Teori Uses and Gratifications.....	22
2.2.7 Teori Kebutuhan Terhadap Media Massa	25
2.3 Kerangka Berfikir	26

BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
3.1.1 Definisi Operasional	28
3.1.2 Pengukuran Variabel	31
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	38
3.2.1 Populasi	38
3.2.2 Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data	43
3.4 Teknik Analisa Data	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian dan Penyajian Data...	46
4.1.1 Gambaran Umum TRANS7	46
4.1.2 Gambaran Umum On The Spot di TRANS7	48
4.1.3 Gambaran Umum Surabaya Timur dan Selatan	51
4.2 Penyajian Data dan Analisis Data	52
4.2.1 Identitas Responden	52
4.2.2 Motif Responden Menonton Tayangan On The Spot di TRANS7	56
1. Motif Informasi	56
2. Motif Identitas Personal	62
3. Motif Integrasi dan Interaksisi Sosial	67
4. Motif Hiburan	73
4.3 Kategori Motif Secara Umum	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran	94

DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	

ABSTRAKSI

NOVIANA LIAMSI, MOTIF MASYARAKAT SURABAYA MENONTON TAYANGAN “ON THE SPOT” DI TRANS7.

(Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Motif Masyarakat Surabaya Menonton Tayangan “On The Spot Di Trans7).

Tujuan dalam penelitian ini adalah mengetahui bagaimana motif masyarakat Surabaya menonton tayangan On The Spot di Trans7. Tayangan On The Spot merupakan program acara yang menayangkan berbagai hal unik yang terkadang tidak terpikirkan oleh kita yang telah memberikan banyak informasi, edukasi, hiburan dan memiliki rating acara tertinggi. Dari penelitian ini dapat diketahui bagaimana motif masyarakat Surabaya dengan indikator rendah, sedang, tinggi terhadap Tayangan On The Spot.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah model uses and gratifications menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Pengklasifikasian motif digunakan kategori motif Mc. Quail yaitu : Motif Informasi (Cognitif), Motif Identitas Personal (Personal Identity), Motif Integrasi dan Interaksi Sosial, Motif Hiburan (Diversi).

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah Masyarakat Surabaya yang menonton tayangan On The Spot dengan batasan usia responden adalah 17-50 tahun. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah teknik Multistage Cluster Random Sampling yaitu teknik sampling yang memerlukan minimal 2 tahapan penarikan sampel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari keempat motif responden menonton tayangan On The Spot, pada motif informasi mempunyai prosentase yang tinggi. Hasil ini mempunyai relevansi bahwa tayangan On The Spot bertemakan informasi dan isi dari tayangan yang mencakup beragam informasi.

Kata kunci : Motif, Masyarakat, Tayangan On The Spot.

ABSTRACT

NOVIANA LIAMSI, THE MOTIVES OF SURABAYA COMMUNITY TO WATCH “ON THE SPOT” PROGRAM ON TRANS7

(Quantitative Descriptive Study on the Motives of Surabaya Community to Watch “On The Spot” Program on Trans7)

The purpose of this research was to determine how the motives of Surabaya community to watch “On The Spot” program on Trans7. On The Spot is a program that displays a variety of unique things that sometimes were not think by us that have given a lot of information, education, entertainment and has the highest program rating. From this study it can be seen how the motives of Surabaya community with indicators of low, medium, and high toward On The Spot program.

The theory that used in this study is uses and gratifications model suggests that the main problem is not how the media to change attitudes and behavior of the audiences, but how the media has met personal and social needs of the audience. In the motives classification are using Mc.Quail’s categories that are: information motives (cognitive), personal identity motives (personal identity), integration, social interaction and entertainment motives (diversion).

The method that used is descriptive quantitative. The populations of this study are Surabaya community that watching On The Spot program with respondents age limit is 17-50 years. The sampling technique in this study is Multistage Cluster Random Sampling technique that is the sampling technique that requires minimum two sampling stages.

The results are showed that from the four motives of respondents to watch On The Spot program, the information motive has the highest percentage. These results have relevance that On The Spot program has information theme and the content of the program includes a variety of information.

Keywords: Motive, Community, On The Spot program.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masyarakat membutuhkan informasi untuk memenuhi segala kebutuhan yang semakin beragam. Seiring dengan perkembangan jaman, informasi juga semakin berkembang. Masyarakat tidak hanya membutuhkan informasi namun juga dituntut untuk mengetahui informasi yang semakin berkembang. Penyampaian informasi tidak lepas dari proses komunikasi yang membutuhkan media atau sarana untuk menyampaikannya, baik melalui media massa. Media massa menyajikan berbagai realitas kehidupan dalam bentuk informasi kepada masyarakat. Munculnya kesadaran tentang arti dan nilai dari informasi membuat masyarakat tidak dapat melepaskan diri dari informasi yang disajikan oleh media massa (Sobur, 2004:162).

Bentuk media massa ini antara lain adalah surat kabar dan majalah sebagai media cetak, serta radio dan televisi sebagai media elektronik. Suatu media massa selain ditunjang dari segi kualitas juga harus didukung oleh faktor kecepatan dan ketepatannya dalam mengulas sebuah informasi. Media massa cetak maupun elektronik merupakan media massa yang banyak digunakan oleh masyarakat di berbagai lapisan sosial, terutama di masyarakat kota. Media massa yang sesuai dengan faktor ini adalah media massa elektronik. Salah satu media massa yang digunakan adalah televisi. Televisi adalah salah satu diantara sekian banyak media massa yang telah berkembang. Meskipun demikian, perkembangannya terus menerus dan cepat. Hal ini terbukti dari makin banyaknya stasiun televisi swasta

bermunculan. Ini dikarenakan media televisi memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan media lain yang lahir saat itu (Kuswandi, 1996:8).

Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar. Kekuatan gambar menjadi andalan media televisi, karena gambar yang disajikan bukan gambar mati melainkan gambar hidup yang mampu menimbulkan kesan pada penonton. Ini jelas menguntungkan televisi untuk digunakan penonton karena sifatnya yang audio visual. Kelebihan televisi dari media massa lainnya ialah kemampuan menyajikan berbagai kebutuhan manusia, baik hiburan, informasi, maupun pendidikan dengan sangat memuaskan. Penonton televisi tidak perlu susah-susah pergi ke gedung bioskop atau gedung sandiwara karena pesawat televisi menyajikan ke rumahnya (Effendy, 2004:60).

Kegiatan masyarakat dalam menonton televisi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan mereka baik berupa informasi, pendidikan maupun hiburan. Kebutuhan masyarakat yang demikian besar pun dapat dimengerti oleh stasiun televisi sehingga semua stasiun televisi berlomba-lomba dalam memberikan acara yang menarik dan menambah acara hiburannya. Selain itu televisi memiliki segi positif yaitu suatu pesan yang disampaikan kepada penonton tidak mengalami proses yang berbelit (Effendy, 1993:178). Dengan memiliki kelebihan yang dapat menarik minat masyarakat untuk melihat informasi yang akan disampaikan, maka penyampaian pesan akan lebih mudah.

Televisi memang tidak pernah kehabisan ide untuk menarik perhatian masyarakat, setelah televisi berhasil memikat masyarakat dengan tayangan infotainment dan sinetron, kini para kreator program menyita para pengikutnya

dengan acara baru, yaitu program dengan format tayangan dokumentasi (dokumenter) dan bersaing untuk mendapatkan rating yang tinggi. Telah banyak bermunculan tayangan televisi yang bersifat dokumentasi untuk mengisi dan menambah jenis tayangan acara di televisi. Tayangan bersifat dokumentasi adalah sebuah tayangan yang dikemas melalui video rekaman yang telah ada sebelumnya. Tayangan ini telah banyak ditayangkan oleh beberapa stasiun televisi swasta Indonesia, antara lain Trans7, Global TV, dan ANTV. Tayangan seperti ini telah memberikan banyak informasi, edukasi, dan hiburan bagi masyarakat sesuai dengan fungsi komunikasi massa itu sendiri.

Salah satu tayangan acara yang bersifat dokumentasi yang banyak disenangi oleh masyarakat dan menjadi trendsetter adalah On The Spot yang ditayangkan oleh Trans7. On The Spot adalah program yang menayangkan berbagai hal unik yang terkadang tidak terpikirkan oleh kita sebelumnya dengan disertai penjelasan ringan. Cuplikan-cuplikan hal terunik tersebut diurutkan dalam segmen 7 hal versi On The Spot.

(<http://www.trans7.com>, diakses pada 26 Juli 2013)

On The Spot sebenarnya bukan tayangan televisi baru, tetapi merupakan tayangan televisi yang berubah konsep. On The Spot tadinya merupakan tayangan televisi yang menayangkan video klip musik, tetapi On The Spot kemudian bertransformasi menjadi program dokumenter (menurut rating Nielsen, masuk kategori Information: Documentary) yang mengambil potongan klip video dari situs youtube.

(<http://www.tabloidbintang.com>, diakses pada 26 Juli 2013)

On The Spot dengan konsep information: documentary dikemas dengan menampilkan fenomena, peristiwa, kejadian, dan sebagainya di setiap episodenya dengan satu tema. Di dalam satu tema tersebut akan ditampilkan 7 contoh fenomena, peristiwa, kejadian dan sebagainya seperti 7 fenomena alam teraneh, 7 hewan unik di dunia berwarna ungu, 7 hewan terpintar di dunia, dan lain-lain. Angka 7 tersebut melambangkan bahwa tayangan ini di bawah naungan stasiun televisi swasta Trans7.

Seperti yang telah dituliskan sebelumnya, tayangan On The Spot yang disiarkan oleh Trans7 merupakan tayangan yang menjadi trendsetter bagi stasiun televisi swasta lainnya di Indonesia. Terdapat beberapa tayangan yang mengikuti konsep On The Spot dengan information: documentary, seperti Hot Spot di Global TV, Top Banget di Global TV, Fenomania di ANTV, dan Spotlight yang berada di bawah naungan yang sama oleh On The Spot di Trans7.

Menurut Kikie Randini, Associate Director Communications and Marketing The Nielsen Company Indonesia periode 11-17 September 2012, di antara empat tayangan televisi seperti On The Spot (rata-rata jumlah penonton: 1.980 dan rating: 3,8 %), Spotlight (rata-rata jumlah penonton: 628 dan rating: 1,2 %), Hot Spot (rata-rata jumlah penonton: 407 dan rating: 0,8 %), dan Fenomania (rata-rata jumlah penonton: 272 dan rating: 0,5 %) yang menggunakan gambar dari Youtube, khusus On The Spot mulai masuk deretan tayangan yang banyak ditonton sejak bulan April 2011.

(<http://kontan.realviewusa.com>, diakses 26 Juli 2013).

Dengan demikian, tayangan On The Spot merupakan tayangan yang banyak digemari oleh khalayak dalam menonton program televisi dan menjadi trendsetter bagi stasiun televisi swasta lainnya untuk menyiarkan program tayangan yang konsepnya mirip dengan On The Spot di Trans7 sampai saat ini.

Secara umum beberapa kebutuhan yang dapat dipenuhi oleh media massa adalah kebutuhan akan informasi (kognitif), kebutuhan akan hiburan (diversi), kebutuhan untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri (identitas personal) (Rakhmat, 2001:66). Kebutuhan akan informasi mungkin akan didapat oleh masyarakat jika mampu mencari informasi yang mereka inginkan.

Menonton tayangan On The Spot bagi masyarakat Surabaya jelas ada tujuan tersendiri dalam kehidupannya, seperti kebutuhan untuk mencari informasi agar mendapatkan wawasan keinginan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan, keinginan untuk mencari hiburan, keinginan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk memperkuat kepercayaan, kesetiaan dan status pribadi. Jika dikaitkan dengan motif, maka motif masyarakat Surabaya dalam menonton disini, menurut pendapat McQuail (2002:72) ada 4 motif:

1. Motif kognitif yaitu kebutuhan akan informasi dan kebutuhan untuk mencapai tingkat tertentu yang diinginkan misalnya memuaskan rasa ingin tau tayangan ter-uptodate On The Spot untuk mendapatkan informasi dan minat umum atau mencari berita tentang segala sesuatu keunikan yang ada di dunia dalam tayangan On The Spot. Dengan menonton tayangan on the spot masyarakat lebih mengetahui yang sebelumnya belum pernah

diketahui secara detail dan beranekaragam tentang 7 keunikan, keajaiban yang ada diseluruh dunia dalam motif kognitif (informasi) misalnya dalam tayangan: 7 letak organ tubuh teraneh, 7 badai paling mengerikan didunia, 7 jejak spiritual yang ada didunia, 7 pelihara hewan buas terbayak, 7 wisata kutukan di dunia, fakta unik APEC 2013 di Bali, Fakta unik masjid agung jawa tengah.

2. Motif identitas pribadi yaitu kebutuhan untuk menggunakan isi media untuk memperkuat sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri. Misalnya seperti rasa ingin memberikan atau berbagi informasi kepada orang lain tentang pengetahuan-pengetahuan (informasi) di seluruh dunia yang sebelumnya belum pernah diketahui. Dengan menonton tayangan on the spot masyarakat mendapatkan pengetahuan penting sebagai acuan dalam kehidupan sehari-hari untuk pembelajaran diri seperti yang ditunjukkan dalam tayangan: 7 aksi balita menyentuh hati, 7 penggalangan dana terheboh, 7 anak super didunia, 7 kisah bukti pengorbanan cinta, 7 kisah hewan setia dengan majikannya.
3. Motif integrasi dan interaksi sosial (personal relationship) yaitu keinginan untuk menyesuaikan diri lingkungan sekitar untuk mengikuti keadaan sekitarnya yaitu masyarakat surabaya dalam menonton tayangan On The Spot dengan motif meningkatkan hubungan baik dengan orang lain di lingkungannya. Misalnya dengan menonton tayangan di on the spot masyarakat surabaya menemukan bahan percakapan kepada orang lain yang mengakibatkan interaksi sosial dengan membahas tayangan-tayangan

yang ditayangkan oleh on the spot tentang keadaan diseluruh dunia yang sebelumnya belum diketahui, contohnya: 7 tempat tinggal tidak lazim, 7 mukzijat dari kecelakaan maut, 7 fakta unik pernikahan, Fakta keping, Fakta di balik tempat misterius di Indonesia.

4. Motif hiburan yaitu keinginan untuk melepaskan diri dari kejenuhan, tekanan dan kebutuhan akan hiburan yaitu motif masyarakat surabaya dalam menonton tayangan On The Spot adalah untuk melepaskan diri dari kejenuhan, bersantai setelah seharian beraktivitas untuk melepaskan ketegangan atau hanya untuk mengisi waktu luang sehingga memperoleh kenikmatan jiwa. Tayangan-tayangan yang menghibur, lucu seperti yang ditayangkan dalam progam acara on the spot, misalnya: 7 tingkah lucu anak peniru, 7 tingkah lucu kucing, 7 adegan lucu dalam acara pernikahan, 7 kejadian lucu saat tertiuip angin.

Kebutuhan antara satu dengan individu yang lain berbeda sehingga motif atau aktifitas penggunaan media dan tujuan akhir yang diperolehpun tidak ada yang sama. Individu bebas dalam memilih dan menggunakan media beserta isinya atau sumber-sumber lain untuk mencapai tujuan akhir yaitu memenuhi kebutuhan akan sebuah informasi dan hiburan. Jadi masyarakat menggunakan media massa kerana didorong oleh motif-motif tertentu. Artinya, masyarakat mencari pemuasan sejumlah kebutuhan dari penggunaan media karena didorong oleh sejumlah motif yang mempengaruhinya. Ada berbagai kebutuhan yang dapat dipuaskan oleh media massa. Kita ingin mencari kesenangan, media massa dapat memberikan hiburan. Kita mengalami goncangan batin, media massa

memberikan kesempatan untuk melarikan diri dari kenyataan. Kita kesepian dan media massa juga dapat berfungsi sebagai sahabat (Rakhmat, 2004:207).

Berdasarkan uraian di atas pada dasarnya peneliti melakukan penelitian menitik beratkan pada motif yang mendasari individu (masyarakat) dalam menonton tayangan program acara On The Spot. Masyarakat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah individu yang tinggal di kota Surabaya. Di sini peneliti berusaha untuk mengetahui apa motif masyarakat Surabaya dalam menonton tayangan program On The Spot di trans7.

Dalam penelitian ini penulis memilih kota Surabaya untuk cakupan penelitiannya. Alasan dipilih Surabaya, kerana Surabaya merupakan peringkat kedua rating tertinggi penonton On The Spot. Ini bisa dilihat dari milis pemirsa acara On The Spot yang terdapat dalam situs resmi Trans7 (www.trans7.com).

Berkaitan dengan pemilihan dan penggunaan media maka penelitian ini menggunakan teori Uses and Gratifications (kegunaan dan pemenuhan kebutuhan), yang menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus (Effendy, 2003:289). Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan (uses) media untuk mendapatkan pemenuhan (gratifications) atas kebutuhan seseorang.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah yang diajukan adalah : “Bagaimana motif masyarakat surabaya menonton tayangan “On The Spot” di Trans7 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif masyarakat surabaya menonton tayangan “On The Spot” di Trans7.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memberikan sumbangan pemikiran pada ilmu komunikasi dalam hal motif yang mendorong masyarakat surabaya menonton tayangan “On The Spot” di Trans7.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembandingan antara teori yang didapatkan dari pengenalan belajar dibangku kuliah dengan realitas empirik khususnya yang berkenaan dengan motif.