

**PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN MEDIA TERHADAP KEPUASAN
MENONTON PROGRAM BERITA KABAR PETANG DI TV ONE
(STUDI KASUS MASYARAKAT KELURAHAN SIMPANG BARU
KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU)**

Yan Sugiarto dan Romyeni

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Kampus Bina Widya KM 12,5 Simpang Baru Panam, Pekanbaru
e-mail : ian.zoegearco@gmail.com/ tlp. 081378480808

Abstract

According to AGB Nielsen sources by 2010 13 April 2010 edition of the news program won the audience most effectively reach an audience of news and the news is the Kabar Petang. According to the theory of Uses and gratifications the public basically using the mass media by certain motives. Media considered trying to fulfill this motive audience if the audience met the requirements are met. In the end, the media were able to meet the needs of the audience called effective medium. This study uses quantitative research to see if there was a significant effect between the motives of media use to the satisfaction of watching the news program Kabar Petang on TV One. Data collection techniques used are distributing questionnaires, documentation and observation. Furthermore, the data were analyzed using simple linear regression data analysis using SPSS version 17. The results of this study showed a significant effect between media usage patterns and satisfaction of watching the news program Kabar Petang in TV One with the outcome $Y = 3.733 + 0.871 X 10.477$ t count greater than t table 1.984 with a significance level of 0.000 over smaller than that of $\alpha = 0.05$. Thus H_0 is rejected and H_a accepted for this study because there is a significant effect of the influence of the motives of media use to the satisfaction of watching the news program Kabar Petang on TV One.

keyword: influence, media use motive, satisfaction watches.

PENDAHULUAN

Salah satu media massa yang sangat mudah diakses adalah televisi. Televisi membawa berbagai kandungan informasi, dimana pesan-pesannya dalam kecepatan tinggi menyebar ke seluruh tempat yang dengan mudah diterima. Hal ini membuat orang bisa secara langsung mendapatkan informasi terbaru yang dibutuhkan tanpa membutuhkan waktu lama.

Televisi menghadirkan berbagai bentuk program acara yang dikemas sedemikian menarik perhatian penonton, seperti berita, *talk show*, *reality show*, *infotainment* dan berbagai program lainnya yang kesatuannya itu dapat menarik perhatian khalayak sesuai dengan berkembangnya pemikiran manusia untuk memilih program acara mana yang dapat memenuhi kebutuhan akan informasi maupun hiburan

Saat ini program informasi yang berjenis berita memang dibutuhkan oleh semua orang. Berita menjadi sangat penting karena bersentuhan langsung dengan kehidupan

khalayaknya. Pada dasarnya, khalayak yang menonton program berita ingin mengetahui tentang semua masalah yang berpengaruh pada hidup mereka. Ada banyak kejadian yang dapat diberitakan, antara lain masalah politik, konflik sosial, kejahatan, korupsi atau berita kontroversi (Morissan, 2004: 35).

Jumlah stasiun televisi yang ada saat ini menghadirkan banyak program berita yang ditawarkan pada khalayak sehingga pemirsa dihadapkan pada berbagai pilihan-pilihan untuk menonton program berita sore yang waktu tayangnya sangat berhimpitan. Adapun acara siaran berita sore yang ditayangkan sangat beragam di berbagai stasiun televisi swasta di Indonesia, seperti TV One dengan Kabar Petang, Metro TV dengan Metro Hari Ini, ANTV dengan Topik Petang, SCTV dengan Liputan 6 Petang, RCTI dengan Seputar Indonesia, Trans TV dengan Reportase Sore dan lain-lain. Menurut sumber AGB Nielsen tahun 2010 edisi 13 April 2010 program berita yang berhasil meraih paling banyak penonton berita dan efektif menjangkau penonton berita adalah Kabar Petang (www.agbnielsen.co.id diakses tanggal 13 Juni 2011).

Program berita Kabar Petang merupakan program berita yang berisikan *hard news* teraktual dibidang ekonomi, politik, sosial, hukum dan budaya yang terjadi sejak siang hari hingga program ditayangkan. Keseluruhannya disajikan secara lengkap dengan kemasan yang menarik.

Media massa khususnya televisi memberi pemirsa begitu banyak informasi mengenai lingkungan terdekat maupun lingkungan yang lebih jauh, media mempengaruhi kebiasaan konsumsi pemirsanya, media memberikan model dan contoh positif atau negatif yang mengarahkan perkembangan dan perilaku, media menolong orang untuk berinteraksi secara lebih efektif dengan kelompok sosial dan lingkungannya. Keputusan dalam penggunaan suatu media tertentu berhubungan erat dengan faktor kepuasan (kondisi psikologis) yang diperoleh dari media tersebut. Keadaan ini sifatnya subyektif, dalam arti masing-masing orang bebas untuk menentukan media massa mana yang akan dipilih. Hal ini berkaitan dengan kepuasan kebutuhan yang dicari melalui media yang menimbulkan harapan-harapan tertentu serta tingkat kepuasan yang diperolehnya, hanya khalayak sendirilah yang mengetahui program dan media mana yang dianggap memberikan kontribusi yang paling besar bagi pemuasan kebutuhannya. Media yang lebih bisa memberi kepuasan kepada merekalah yang cenderung dipilih.

Penelitian ini akan dilakukan pada masyarakat di Kelurahan Simpang Baru. Kelurahan Simpang Baru merupakan Kelurahan yang terletak di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Karena berdasarkan pertimbangan bahwa penduduk diwilayah Kelurahan Simpang Baru didominasi usia dewasa yaitu diatas 20 tahun.

Menurut teori *Uses and Gratifications* khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang efektif (Kriyantono, 2006: 206).

Seleksi terhadap media yang dilakukan oleh khalayak disesuaikan dengan kebutuhan dan motif. Menurut Dennis McQuail dalam bukunya yang berjudul Teori Komunikasi Massa (2002:388), ada empat kategori motif penggunaan media secara umum yaitu; Motif Informasi (*Surveillance*), Motif Identitas Pribadi (*Personal Identity*), Motif Integrasi dan Interaksi Sosial (*Personal Relationship*) serta Motif Hiburan (*Diversion*).

Salah satu riset *uses and gratifications* yang saat ini berkembang adalah yang dibuat oleh Philip Palmgreen. Kebanyakan riset *uses and gratifications* memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang mempengaruhi penggunaan media. Palmgreen kendati juga menggunakan model tertentu, namun konsep yang diteliti oleh model Palmgreen tidak berhenti disitu, dengan menanyakan apakah motif-motif khalayak itu dapat dipenuhi oleh media. Dengan kata lain apakah khalayak puas setelah menggunakan media. Konsep kepuasan ini disebut dengan *Gratifications Sought* (GS) dan *Gratifications Obtained* (GO). *Gratifications Sought* adalah kepuasan yang dicari atau yang diinginkan individu ketika mengkonsumsi suatu media tertentu (TV, Radio, Internet, Koran). Sedangkan *Gratifications Obtained* adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu (Rosengren, 1985: 27).

Dalam penelitian ini tayangan yang dijadikan sebagai objek adalah program berita Kabar Petang di TV One. Khalayak menonton tayangan berita Kabar Petang berdasarkan pada motif-motif penggunaan media setelah mereka menonton berita Kabar Petang maka dapat diketahui apakah tayangan berita Kabar Petang dapat memenuhi kepuasan atau tidak memenuhi kepuasan mereka untuk menonton dan dari sini akan dapat diketahui bagaimana pengaruh motif penggunaan media terhadap kepuasan menonton tayangan program berita Kabar Petang. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Apakah ada pengaruh motif penggunaan media terhadap kepuasan menonton program berita Kabar Petang di TV One.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah khalayak Kelurahan Simpang Baru Panam yang berumur 20 sampai 59 tahun berjumlah 9.775 orang.

Penulis menggunakan metode sampel *Non-Probabiliti* dengan teknik *Quota Sampling*. Dalam teknik ini untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai kriteria-kriteria tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan periset. Dalam teknik ini periset menentukan jumlah tertentu untuk memenuhi setiap strata (kuota) lalu menentukan siapa saja orang-orang yang memenuhi kriteria sampai jumlah yang ditentukan (kuota) terpenuhi (Kriyantono, 2006: 157). Kriteria yang diperhatikan dalam penarikan sampel disini yaitu :

1. Masyarakat Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan kota Pekanbaru.
2. Menonton program berita Kabar Petang.
3. Berusia 20 – 59 tahun.

Untuk teknik penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Taro Yamane dengan presisi 10 % (Nazir, 1999: 74). maka diperoleh 99 sampel. Sampel tersebut nantinya akan dibagi kepada 16 RW. Selanjutnya setelah didapati jumlah responden pada setiap RW peneliti menyebarkan angket dengan menggunakan teknik *random sampling*

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan koesioner, dokumentasi dan observasi.

Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur kevalidan suatu kuisioner. “Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang akan diukur” (Umar, 2002: 99).

Menurut Azwar 2007, koefisien validitas yang berkisar antara 0,30 sampai dengan 0,50 telah dapat memberikan kontribusi yang baik terhadap suatu penelitian. Tetapi, jika jumlah item yang lolos masih belum mencukupi jumlah yang diinginkan, maka dapat dipertimbangkan untuk menurunkan batas minimal kriteria dari 0,30 menjadi 0,25 sehingga jumlah item yang diinginkan dapat tercapai. Penurunan batas kriteria koefisien korelasi yang tidak disarankan adalah dibawah 0,20. Dalam melakukan perhitungan uji validitas dilakukan dengan menggunakan Program *Statistic Product and Service Solucion* (SPSS) versi 17.

2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuisioner dikatakan reliabel apabila jawaban seorang sampel terhadap pertanyaan bersifat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dengan demikian reliabel adalah suatu keadaan di mana *instrument* penelitian tersebut akan tetap menghasilkan data yang sama meskipun disebarkan pada sampel yang berbeda dan pada waktu yang berbeda.

“uji reliabilitas akan dilakukan dengan menggunakan uji statistik *cronbach's alpha* (α) dengan ketentuan bahwa variabel yang diteliti dinyatakan reliabel apabila *alpha* (α) adalah diatas 0,6” (Ghozali, 2001: 132). Dalam melakukan perhitungan *alpha*, dilakukan dengan menggunakan Program *Statistic Product and Service Solucion* (SPSS) versi 17.

3. Uji Hipotesis

Menggunakan rumus Regresi Linear Sederhana dimana kumpulan datanya dapat dinyatakan dalam suatu garis lurus (Linear).

Rumus :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Variabel tidak bebas (subjek dalam variabel tak bebas/dependen yang diprediksi).

X = Variabel bebas (subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu).

a = Nilai *Intercept* (konstan) atau harga Y bila X = 0

b = Koefisien regresi. Yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel.

Nilai a dihitung dengan rumus :

$$a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{n}$$

Nilai b dihitung dengan rumus :

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Pengujian hipotesis dapat dilihat dari taraf probabilitas (signifikansi) yang ada (*p value*) yang merupakan hasil perbandingan taraf signifikan dengan hasil signifikansi pengaruh motif penggunaan media terhadap kepuasan menonton program berita Kabar Petang pada stasiun televisi TV One. Taraf signifikan yang digunakan adalah $\alpha = 0.05$, jika tingkat probabilitas (signifikansi) lebih kecil dari $\alpha = 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dan sebaliknya jika tingkat probabilitas (signifikansi) lebih besar dari $\alpha = 0.05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Dapat dirumuskan sebagai berikut :

Signifikansi $> \alpha = 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Signifikansi $< \alpha = 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Pengolahan data uji coba kuesioner dilakukan dengan menggunakan Program *Statistic Product and Service Solucion* (SPSS) versi 17.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r-hitung yang merupakan nilai dari *corrected item-total correlation* koefisien yang berkisar antara 0,30 sampai 0,05 telah dapat memberikan kontribusi yang baik terhadap efisiensi suatu lembaga penelitian.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Koesioner

Nomor Pertanyaan	Motif Penggunaan Media	Kepuasan Menonton Kabar Petang	Keterangan
	r hitung	r-hitung	
1	0,639	0,756	valid
2	0,526	0,539	valid
3	0,565	0,483	valid
4	0,739	0,706	valid
5	0,438	0,539	valid
6	0,355	0,341	valid
7	0,526	0,424	valid
8	0,412	0,394	valid
9	0,414	0,457	valid
10	0,547	0,363	valid
11	0,416	0,451	valid
12	0,432	0,557	valid
13	0,529	0,372	valid
14	0,488	0,369	valid
15	0,372	0,347	valid

Sumber : Data Olahan 2012

Dari pengujian validitas kepada 30 responden uji coba dengan pengujian SPSS versi 17,0 menyatakan semua butir pertanyaan dapat digunakan karena koefisien lebih besar dari 0,30 sehingga dapat dikatakan memenuhi syarat validitas dan untuk item yang memiliki koefisien diatas 0,05 berarti sangat memberikan hasil yang memuaskan (Azwar, 2004:87) yang artinya item pertanyaan tersebut layak untuk dijadikan sebagai pertanyaan dalam penelitian ini. Uji Validitas dilakukan sebelum melakukan penyebaran angket yang sebelumnya, ini dilakukan untuk mengetahui apakah item pertanyaan layak untuk dijadikan sebagai pertanyaan dalam melakukan penelitian atau tidak.

2. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variable dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Reabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,60 (Azwar, 2004:87).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

Nomor Pertanyaan	Motif Penggunaan Media	Kepuasan Menonton Kabar Petang	Keterangan
	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha	
1	0,832	0,816	Reliabel
2	0,837	0,829	Reliabel
3	0,838	0,832	Reliabel
4	0,823	0,816	Reliabel
5	0,842	0,829	Reliabel
6	0,848	0,839	Reliabel
7	0,837	0,836	Reliabel
8	0,846	0,837	Reliabel
9	0,843	0,834	Reliabel
10	0,835	0,839	Reliabel
11	0,844	0,834	Reliabel
12	0,842	0,828	Reliabel
13	0,836	0,839	Reliabel
14	0,839	0,838	Reliabel
15	0,847	0,842	Reliabel

Sumber : Data Olahan 2012

Dari pengujian reliabilitas kepada 30 responden uji coba. Dengan pengujian spss versi 17,0 menunjukkan bahwa angka pada tabel kolom *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk pertanyaan merupakan dimensi seluruh variabel adalah reliabel artinya item-item pertanyaan tersebut apabila

ditanyakan kemudian hari kepada orang yang berbeda akan memiliki jawaban yang sama. Hasil analisis selengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

3. Tanggapan Motif Penggunaan Media Dan Kepuasan Menonton

Dari pembahasan di atas peneliti menyajikan rekapitulasi data yang telah peneliti paparkan sebagai berikut :

**Tabel 3. Rekapitulasi Distribusi Jawaban Responden
Motif Penggunaan Media**

NO	Item pertanyaan	S		KS		TS		JUMLAH	
		F	P	F	P	F	P	F	P
1	Ingin mengetahui Berita nasional terkini	92	92,9%	6	6,1%	1	1%	99	100%
2	Ingin mengetahui Berita Luar negeri terkini	89	89,9%	6	6,1%	4	4%	99	100%
3	Ingin mendapatkan informasi mendalam	79	79,8%	15	15,1%	5	5,1%	99	100%
4	Ingin Melihat dialog	79	79,8%	13	13,1%	7	7,1%	99	100%
5	Ingin mendapatkan petunjuk atas pertimbangan dalam melakukan sesuatu	78	78,8%	13	13,1%	8	8,1%	99	100%
6	Ingin menambah wawasan	94	94,9%	5	5,1%	-	-	99	100%
7	Ingin menemukan sisi positif dalam diri	72	72,8%	13	13,1%	14	14,1%	99	100%
8	Ingin menemukan model perilaku baik dan buruk	75	75,8%	15	15,1%	9	9,1%	99	100%
9	Ingin memperoleh inspirasi	90	90,9%	6	6,1%	3	3%	99	100%
10	Ingin berkumpul bersama teman/ keluarga	79	79,8%	15	15,1%	5	5,1%	99	100%
11	Ingin memeberikan empati sosial kepada korban bencana alam atau sesama yang sedang membutuhkan	79	79,8%	13	13,1%	7	7,1%	99	100%

12	Ingin menemukan bahan percakapan dengan orang lain	82	82,8%	11	11,1%	6	6,1%	99	100%
13	Ingin melihat penyiar berita	77	77,8%	10	10,1%	12	12,1%	99	100%
14	Ingin bersantai mengisi waktu luang	85	85,9%	11	11,1%	3	3%	99	100%
15	Ingin menghilangkan kebosanan	75	75,8%	16	16,1%	8	8,1%	99	100%

Tabel rekapitulasi motif penggunaan media di atas menunjukkan bahwa secara garis besar masyarakat keluarahan Simpang Baru Panam setuju dengan indikator motif penggunaan media. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya responden yang menjawab opsi pertanyaan S yang berarti Setuju. Berdasarkan table 3 hasil rekapitulasi distribusi jawaban reponden dapat dilihat bahwa motif penggunaan media mendapatkan informasi berkaitan dengan menambah wawasan merupakan motif yang paling dominan dipilih responden hal ini dapat dilihat pada tabel yaitu sebanyak 94 orang atau sebesar 94,9% responden yang menyatakan setuju.

**Tabel 4. Rekapitulasi Distribusi Jawaban Responden
Kepuasan Menonton**

NO	Item pertanyaan	P		KP		TP		JUMLAH	
		F	P	F	P	F	P	F	P
1	kepuasan mendapatkan Berita nasional terkini	87	87,9%	9	9,1%	3	3%	99	100%
2	kepuasan mendapatkan Berita Luar negeri terkini	75	75,8%	20	20,2%	4	4%	99	100%
3	kepuasan mendapatkan informasi mendalam	75	75,8%	17	17,1%	7	7,1%	99	100%
4	kepuasan mendapatkan dialog	56	56,7%	19	19,1%	24	24,2%	99	100%
5	kepuasan mendapatkan petunjuk atas pertimbangan dalam melakukan sesuatu	66	66,7%	22	22,2%	11	11,1%	99	100%
6	kepuasan menambah wawasan	91	91,9%	7	7,1%	1	1%	99	100%
7	kepuasan dapat menemukan sisi positif dalam diri	50	50,3%	28	28,3%	21	21,2%	99	100%
8	kepuasan	76	76,8%	18	18,1%	5	5,1%	99	100%

	menemukan model perilaku baik dan buruk								
9	kepuasan memperoleh inspirasi	84	84,9%	13	13,1%	2	2%	99	100%
10	kepuasan dapat berkumpul bersama teman/ keluarga	68	68,7%	22	22,2%	9	9,1%	99	100%
11	Kepuasan mendapatkan empati sosial kepada korban bencana alam atau sesama yang sedang membutuhkan	76	76,8%	13	13,1%	10	10,1%	99	100%
12	kepuasan menemukan bahan percakapan dengan orang lain	69	69,7%	22	22,2%	8	8,1%	99	100%
13	kepuasan melihat penyiar berita	79	79,8%	12	12,1%	8	8,1%	99	100%
14	kepuasan bersantai mengisi waktu luang	89	89,9%	8	8,2%	2	2%	99	100%
15	Kepuasan dapat menghilangkan kebosanan	64	64,6%	20	20,2%	15	15,2%	99	100%

Tabel rekapitulasi kepuasan menonton di atas menunjukkan bahwa secara garis besar masyarakat luaran Simpang Baru Panam telah mendapatkan kepuasan dalam menonton tayangan program berita Kabar petang. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya responden yang menjawab opsi pertanyaan P yang berarti Puas. Kepuasan menonton berita Kabar Petang yang dominan dipilih responden adalah menambah wawasan, hal ini dapat dilihat pada tabel 4 yaitu sebanyak 91 orang atau sebesar 91,9% responden menjawab puas.

4. Analisis Data Regresi Linear Sederhana

Untuk melihat adanya pengaruh antara Pengaruh Motif Penggunaan Media Terhadap Kepuasan Menonton Program Berita Kabar Petang di TV One, peneliti menggunakan analisis *Regresi Linear Sederhana* dengan Program *Statistic Product and Service Solucion* (SPSS) versi 17. Berikut ini hasil pengolahan datanya :

Tabel 5. Perhitungan Statistik Regresi Linear Sederhana

Variabel	Koefisien regresi	t hitung	t tabel	signifikansi	Keterangan
Konstanta	3,733				
Motif Penggunaan Media	0,871	10,447	1,985	0.000	Signifikan

Dari hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 17 diperoleh nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah $Y = 3,733 + 0,871X$. bilangan Konstanta (a) sebesar 3,733 dan koefisien variable Motif Penggunaan Media 0,871 dengan t hitung 10,477 lebih besar dibandingkan dengan t tabel 1,984 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dibandingkan dengan dari $\alpha = 0.05$, untuk mengetahui r tabel menggunakan rumus $df = n-2$ (Kriyantono, 2008) yang mana $df = 99 - 2 = 97$, jadi t tabel pada penelitian ini berada pada poin 97.

Dengan demikian hipotesis untuk penelitian ini adalah hipotesis alternatif dimana terdapat pengaruh Pengaruh Motif Penggunaan Media Terhadap Kepuasan Menonton Program Berita Kabar Petang di TV One. Ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengaruh Motif Penggunaan Media Terhadap Kepuasan Menonton Program Berita Kabar Petang di TV One.

PENUTUP

Kesimpulan

Setelah menganalisis dan membahas pengaruh motif penggunaan media terhadap kepuasan menonton program berita Kabar Petang di TV One pada masyarakat Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien *regresi linear* yang dianalisis berdasarkan kuesioner adalah berada diantara t hitung $10,447 > t$ tabel 1,985 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti pada tahun penelitian 2012 ada pengaruh yang cukup berarti antara motif penggunaan media terhadap kepuasan menonton program berita Kabar Petang di TV One pada masyarakat Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Baru Pekanbaru. Dengan nilai t hitung 10,447 dan t tabel 1,985, maka dapat diketahui bahwa hipotesa yang diterima untuk penelitian ini adalah hipotesa alternatif (H_a), dimana adanya pengaruh yang cukup berarti antara motif penggunaan media terhadap kepuasan menonton program berita Kabar Petang di TV One di Kelurahan Simpang Baru.
2. Motif penggunaan media mendapatkan informasi berkaitan dengan menambah wawasan adalah motif yang paling dominan dipilih responden dalam menonton tayangan berita Kabar Petang yaitu sebanyak 94 orang atau sebesar 94,9% responden yang menyatakan setuju. Sedangkan Kepuasan menonton berita Kabar Petang yang dominan dipilih responden adalah menambah wawasan yaitu sebanyak 91 orang atau sebesar 91,9% responden menjawab puas.

Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

- 1) Hipotesa alternatif dalam penelitian ini diterima berdasarkan hasil analisis yang peneliti lakukan. Berdasarkan hal tersebut diharapkan program berita Kabar Petang dalam menayangkan berita harus memperhatikan motif penggunaan media sehingga nantinya lebih memuaskan lagi masyarakat dengan tayangan berita Kabar Petang.
- 2) Dilihat dari kepuasan menonton berita Kabar Petang terendah adalah kepuasan melihat dialog maka perlu adanya pengangkatan topik-topik yang lebih menarik dan narasumber yang berkompeten lagi untuk diperbincangkan sehingga masyarakat lebih puas lagi melihat sesi dialog di dalam berita kabar petang.
- 3) Untuk mengembangkan ilmu komunikasi mengenai pengaruh media massa, diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti objek yang sama, yakni mengenai pengaruh motif penggunaan media terhadap kepuasan menonton program berita kabar petang di TV One, untuk menggunakan metode atau konsep yang berbeda di lapangan

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala. 2005. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Badudu, J.S. 2000. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.
- Baskin, Askurifai. 2006. *Jurnalistik Televisi: Teori Dan Praktik*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Cangara, Hafied. 2005. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Djuroto, Totok. 2000. *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Effendy, Onong Uchjana. 1986. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Remadja Karya.
- _____. 1993. *Televisi, Siaran, Teori dan Praktek*. Bandung : Mandar Maju.
- _____. 2002. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Flournoy, Don Michael. 1989. *Analisa Isi Surat Kabar-Surat Kabar Indonesia*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Bandung: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iskandar Muda, Deddy. 2003. *Jurnalistik Televisi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Karlinah, Siti., et.al. 1999. *Komunikasi Massa*. Jakarta : Penerbit Universitas Terbuka.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- Mc, Quail. 1987. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Erlangga.
- _____. 2002. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Erlangga.
- Moleong, Lexy, 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Morissan. 2004. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Tangerang : Ramdina Prakarsa.
- _____. 2005. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Tangerang : Ramdina Prakarsa,
- Mufid, Muhammad. 2005. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta : Kencana.
- Mulyana, Dedy. 2004. *Komunikasi Efektif, Suatu Pendekatan Lintas Budaya*. Bandung : Remaja Rosda karya.
- Narbuko, Achmadi. 2005. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.

- Nawawi, Hadari. 2001. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta : Gadjah Mada University press.
- Nazir, Moh. 1999. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Nurudin, M.Si. 2004. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1999. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Remadja Karya.
- _____. 2001. *Psikologi Komunikasi (edisi revisi)*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- _____. 2002. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Ruslan, Rosadi. 2004. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung : Pustaka Setia.
- Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Poerwadarminta. 2006. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Wahyudi, J.B. 1986. *Media Komunikasi Massa Televisi*. Bandung : Alumni.

Sumber lain :

www.tvonenews.co.id, diakses tanggal 20 Desember 2011.

www.agbnielsen.co.id, diakses tanggal 13 Juni 2011.