

**Hubungan Motivasi dan Pola Menonton dengan Tingkat Kepuasan Pemirsa
pada Program Berita Topik ANTV
(Kasus Pemirsa di Komplek Perumahan Pondok Sukatani Permai,
Tapos, Kota Depok)**

Marwan Albab
Mahasiswa Pascasarjana Universitas Mercu Buana
e-mail: marwan.albab@yahoo.com

Dr. Ir. Amiruddin Saleh, MS

ABSTRACT

Television is most effective mass media to transfer information to audience than print media. Recently, people use television not only to get entertainment but also information. One of television programme that content more information and knowledge is news programme. ANTV become one option which can be a source of recent information and science for audiences. Based on uses and gratification theory, the audiences were looked actively in using mass media to fulfill their need. It means that someone use mass media because of certain motive. Mass media application offer expectable satisfaction for audience. The audiences behavior in applying media continually will increase day after day, in which they get satisfaction. It called by pattern of watching. Therefore, this research examine relationship between motivation, pattern of watching and satisfactory rate of audiences on Topik ANTV news programme. This research was done by a quantitative survey using a descriptive correlational design. Respondent were audiences in Komplek Perumahan Pondok Sukatani Permai, Tapos Distric, Depok City, and it selected by proportional stratified random sampling technique. Data were processed by the Spearman correlation test with SPSS for windows version 18. Motivation and pattern of watching shows option had a highly significant relation ($p < 0,01$) with whole aspects of motivation for each them. Motivation with satisfaction shows option had significant relation ($p < 0,05$) and the pattern with satisfaction shows option had highly significant relation ($p < 0,01$).

Keywords: news programme, motivation, patterns of watching, satisfaction

ABSTRAK

Televisi merupakan media komunikasi massa yang paling banyak digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan informasi ataupun hiburan. Oleh sebab itu, khalayak dapat menentukan sendiri pilihan acara yang ditontonnya. Pendekatan ini sering disebut sebagai pendekatan *uses and gratification*. Program berita Topik ANTV merupakan salah satu program berita yang dipilih khalayak untuk memenuhi kebutuhan informasi guna memperluas wawasannya. Penelitian ini menganalisis hubungan antara motivasi, pola menonton dan tingkat kepuasan pemirsa pada program berita Topik ANTV. Penelitian ini dilaksanakan di Komplek perumahan Pondok Sukatani Permai,

dengan pertimbangan populasi penduduk di wilayah Kelurahan Sukatani, Kecamatan Tapos, Kota Depok ini banyak pendatang dari berbagai daerah (heterogen). Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode teknik survai dalam tipe penelitian eksplanatory. Jumlah sampel responden yang diambil sebanyak 85 orang. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Proportional Stratified Random Sampling*. Hasil penelitian menunjukkan aspek motivasi memiliki hubungan sangat nyata dengan pola menonton, dengan nilai koefisien korelasi *rank* Spearman 0,290 ($p < 0,01$). Adanya hubungan yang nyata jika dilihat dari nilai koefisien korelasi *rank* Spearman 0,264 ($p < 0,01$) antara motivasi menonton dengan tingkat kepuasan menonton program berita Topik ANTV. Adanya hubungan yang sangat nyata dari nilai koefisien korelasi *rank* Spearman 0,345 ($p < 0,01$) antara pola menonton dengan tingkat kepuasan menonton program berita Topik ANTV.

Kata Kunci: program berita, motivasi, pola menonton TV, kepuasan

Pendahuluan

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah menciptakan berbagai peralatan canggih dalam bidang informasi dan komunikasi. Komunikasi memungkinkan banyak orang di seluruh penjuru dunia saling bertukar informasi dengan cepat dengan bantuan media komunikasi yang perkembangannya semakin pesat saat ini. Komunikasi personal bisa dilakukan secara luas dan mudah berkat adanya media komunikasi seperti satelit, telepon selular dan internet. Selain itu media televisi juga merupakan alat komunikasi untuk menyampaikan informasi. Dengan adanya televisi, manusia dari berbagai belahan dunia dapat menyaksikan dan mengetahui informasi dari dunia internasional.

Televisi mulai dikenal di Indonesia sejak 1962. Masuknya televisi ke Indonesia berkaitan dengan peristiwa olahraga Asia ke-4 (*The Asian Games*), Indonesia saat itu menjadi tuan rumah. Peresmian televisi bersamaan dengan dibukanya peristiwa olah raga itu oleh Presiden Sukarno tanggal 24 Agustus 1962. Tujuan utama pengadaan televisi adalah untuk meliput semua kegiatan kejuaraan dan pertandingan selama pesta olah raga berlangsung. Mulai 1976 televisi sudah mulai dinikmati sebagian kecil masyarakat Indonesia. Setelah itu barulah hadir stasiun televisi pertama di Indonesia TVRI dan satu-satunya stasiun televisi milik pemerintah.

Berkaitan dengan penggunaan media televisi sebagai upaya pemirsa untuk memenuhi kebutuhan informasi ada teori yang sesuai dengan pola penggunaan media tersebut, yakni teori "*Uses and Gratification*." Pendapat mengenai *uses and gratification* pertama kali dikemukakan dalam sebuah artikelnya oleh Elihu Katz pada tahun 1959 dalam Severin and Tankard (2005). Katz mengatakan bahwa komunikasi masa kini bukanlah terfokus pada persuasi lagi, tetapi lebih memberikan jawaban apa yang dicari masyarakat. Kondisi ini akibat dari pemirsa yang aktif sebagai konsekuensi dalam kemajuan teknologi informasi. Seperti pendapat dari Palmgreen, Rosengreen, Werner (Littlejohn, 2005), penggunaan komunikasi massa dengan pendekatan *Uses and Gratification* setidaknya menunjukkan bahwa pemuasan kebutuhan pemirsa pada hakekatnya dimotivasi oleh pola tertentu dalam menggunakan media televisi. Ini berarti bahwa pemuasan masing-masing kebutuhan, baik informasi pendidikan maupun hiburan mendorong pemirsa untuk mencari saluran televisi tertentu. Pemirsa akan memilih

program siaran, menentukan kapan waktu menonton serta berapa lama menonton suatu siaran yang dipilihnya. Dengan demikian pola penggunaan televisi memunculkan kebiasaan tertentu yang dapat memotivasi terpenuhinya kepuasan kebutuhan pemirsa. Kebutuhan yang berkenaan dengan gratifikasi atau pemuasan bersumber dari konsumsi media yang dapat dipandang sebagai perantara efek media, termasuk pola terpaaan (*exposure*).

Persaingan dalam industri penyiaran televisi terus meningkat hingga awal tahun 2000 kembali hadir beberapa stasiun televisi swasta baru di antaranya Metro TV, TransTV, Global TV. Ditambah lagi dengan munculnya beberapa stasiun televisi lokal baik di Jakarta maupun di beberapa daerah, seperti JakTV, Kompas TV, Sun TV dan di daerah seperti Riau TV dan Bali TV serta beberapa televisi daerah lainnya. Sebagai pemain lama stasiun televisi seperti RCTI, SCTV, TPI (sekarang MNC), Indosiar dan ANTV menghadapi persaingan ketat dalam meraih pemirsa. Maka berbagai cara dilakukan untuk mendapatkan jumlah penonton yang besar, termasuk membenahi program berita. Program berita di berbagai televisi swasta merupakan program yang cukup banyak meraih penonton. Tentunya dengan perolehan *rating* dan *share* yang tinggi juga menunjang pendapatan iklan bagi stasiun televisi tersebut. Namun di tengah ketatnya persaingan media ini apakah melihat sejauh mana tingkat kepuasan pemirsa dalam memenuhi kebutuhan infomasi. Hal ini perlu diketahui oleh pihak media agar kebutuhan tersebut terpenuhi.

Kemajuan dan perkembangan media yang pesat ini membawa pengaruh terhadap sendi-sendi kehidupan, baik individu, keluarga maupun masyarakat. Pengaruh ini paling tidak ada dua hal yaitu, (1) kemungkinan semakin meningkatnya peluberan informasi di tengah-tengah masyarakat dan (2) semakin meningkatnya minat atau keinginan masyarakat untuk menonton siaran televisi untuk memenuhi kebutuhannya dalam hal informasi, pendidikan dan hiburan.

Melalui siaran televisi, masyarakat semakin mudah mendapatkan informasi menarik yang dibutuhkannya. Para penonton menjadikan televisi sebagai sumber informasi yang bersifat media dengar-pandang atau audio visual yang dapat dipercaya. Perkembangan teknologi yang pesat di berbagai negara telah pula melahirkan peradaban baru yakni munculnya masyarakat yang menamakan dirinya sebagai “masyarakat informasi” yaitu masyarakat yang sebagian besar kegiatannya terutama dalam perekonomian didasarkan pada penciptaan dan penyebaran informasi. Informasi berubah menjadi komoditas yang dapat diperjualbelikan dan dipakai secara luas serta dapat berkembang.

Peluberan informasi yang begitu cepat dan canggih ini telah mengakibatkan terjadinya banjir informasi yang pada akhirnya akan menimbulkan peluberan arus informasi dari negara maju (industri) ke negara berkembang. Peluberan itu antara lain melalui surat kabar, majalah, buku dan media lainnya. Adapun peluberan melalui media elektronik di antaranya melalui program di televisi, film, video dan internet. Peluberan ini bisa terjadi disengaja maupun tidak sengaja. Peluberan inipun dirasakan oleh masyarakat Indonesia sebagai salah satu negara berkembang. Umumnya penduduk kota-kota besar di Indonesia dapat menikmati siaran televisi baik yang dipancarkan dari dalam negeri maupun luar negeri dengan menggunakan teknologi komunikasi yang telah maju. Masyarakat Indonesai tidak asing lagi dengan berbagai siaran-siaran televisi dari negara-negara sekelilingnya seperti Singapura, Malaysia, Thailand, Philipina, Brunai Darussalam

dan Australia. Bahkan siaran-siaran yang dipancarkan secara internasional baik dari kawasan Amerika, Eropa dan Asia lainnya dapat pula ditonton oleh masyarakat Indonesia. Banyaknya siaran televisi yang dapat ditangkap oleh pemirsa di tanah air menimbulkan adanya pilihan terhadap program acara siaran televisi semakin terbuka, terutama dengan munculnya televisi swasta nasional.

Pemirsa televisi aktif mencari informasi dimana mereka menanggapi isi media berdasarkan kepentingan yang disesuaikan dengan keyakinan dan nilai-nilainya, maka dengan sendirinya selektivitas khalayak terhadap media juga berbeda-beda. Oleh karenanya muncullah suatu pendekatan yang dinamakan "*Uses and Gratification*." Asumsi yang mendasari pola pendekatan ini ialah adanya anggapan bahwa pemirsa aktif karena didorong oleh motivasinya untuk mengkonsumsi dan memilih media dan jenis isi media yang dapat memenuhi kebutuhannya baik secara psikologis maupun sosial. Masyarakat informasi yang terbentuk sebagai akibat keyakinan mereka bahwa media televisi sebagai sumber informasi, pada gilirannya nanti dapat menimbulkan akibat lain. Antara lain timbulnya rasa kebebasan dari masyarakat dalam menonton siaran televisi. Rasa bebas menonton televisi ini didukung pula oleh pemerintah yang bersikap memberikan kebebasan kepada masyarakat dalam menonton berbagai siaran televisi.

Berbagai tayangan program televisi berhasil menarik minat pemirsa untuk menontonnya atau termotivasi untuk menonton, namun tentunya berdasarkan kepentingan masing-masing. Menurut Gray dalam Winardi (2001), Motivasi adalah kesediaan melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu dalam memenuhi kebutuhan individual tertentu dan dilakukan secara terus menerus.

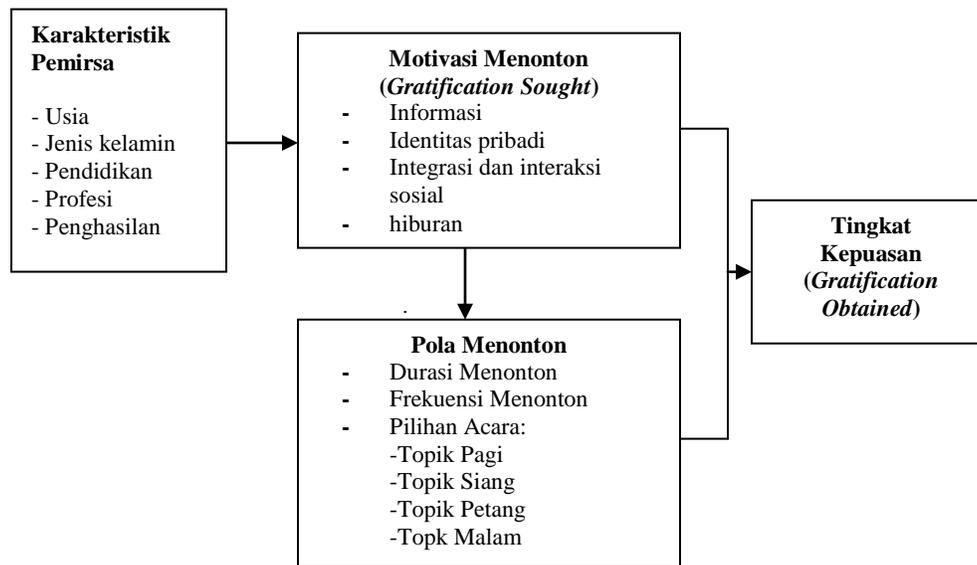
Sementara motivasi penonton televisi biasanya berhubungan dengan kepribadian, tingkat pendidikan, pekerjaan dan penghasilan. Motivasi dalam menonton televisi juga diduga berhubungan dengan pola menonton serta berbagai program yang ditayangkan. Maka hal inilah yang mendorong peneliti untuk melihat hubungan motivasi dan pola menonton dengan tingkat kepuasan pemirsa pada program berita Topik ANTV. Bila dilihat dari jumlah penonton atau *audience share*, persentase jumlah pemirsa program berita di berbagai stasiun televisi terus meningkat terhadap penayangan berbagai program berita, termasuk program berita Topik ANTV. Baik Topik Pagi, Topik Siang, Topik Petang dan Topik Malam.

Dengan demikian dalam penelitian ini memusatkan perhatian pada tayangan Program berita Topik ANTV. Berdasarkan pemikiran tersebut pertanyaan penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Adakah hubungan antara motivasi dengan pola menonton pemirsa pada program berita Topik ANTV di Komplek Perumahan Pondok Sukatani Permai, Tapos, Kota Depok?
2. Adakah hubungan antara motivasi menonton dengan tingkat kepuasan pemirsa pada program berita Topik ANTV di Komplek Perumahan Pondok Sukatani Permai, Tapos, Kota Depok?
3. Adakah hubungan motivasi dan pola menonton dengan tingkat kepuasan pemirsa pada program berita Topik ANTV di Komplek Perumahan Pondok Sukatani Permai, Tapos, Kota Depok?

Kerangka Berfikir Penelitian dan Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survai, yakni informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Umumnya, pengertian survai dibatasi pada penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Dengan demikian penelitian survai adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun dan Effendi, 2011).



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Hubungan Motivasi, Pola Menonton dan Tingkat Kepuasan Pemirsa pada Program Berita Topik ANTV

Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan maka disusun hipotesis sebagai berikut:

- H₁: Terdapat hubungan sangat nyata antara motivasi menonton dengan dengan pola menonton program berita Topik ANTV.
- H₂: Terdapat hubungan nyata antara motivasi menonton dengan tingkat kepuasan yang dirasakan pemirsa terhadap tayangan program berita Topik ANTV
- H₃: Terdapat hubungan yang sangat nyata antara motivasi dan pola menonton dengan tingkat kepuasan yang dirasakan pemirsa pada program berita Topik ANTV.

Adapun analisis data menggunakan analisis statistik inferensial, yakni analisis data yang bertujuan untuk menghasilkan bilangan-bilangan yang dapat digunakan dalam penarikan kesimpulan tentang hubungan antara variabel yang berlaku bagi populasi atas

dasar dari sampel, melalui pengujian hipotesis. Untuk analisisnya dibantu dengan program SPSS versi 18 (Uyanto, 2006).

Rumus yang digunakan adalah *rank Spearman dalam* Bungin (2010) yaitu:

$$r_s = \frac{1 - 6 \sum d^2}{N(N^2 - 1)}$$

Keterangan:

- r_s : Koefisien korelasi *rank* Spearman
- d : perbedaan antara pasangan jenjang
- \sum : sigma atau jumlah
- N : jumlah individu dalam sample

Adapun uji untuk melihat signifikansi dari hasil yang didapat dari penggunaan rumus ini dengan menggunakan Uji t.

$$t = \frac{\rho\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-\rho^2}}$$

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Wilayah Kelurahan Sukatani ada pada ketinggian tanah dari permukaan laut ± 40 m. Curah hujan 300 mm per tahun dengan suhu udara rata-rata 32°C . Kelurahan Sukatani merupakan wilayah pemukiman atau perumahan seluas 508.60 km^2 , dengan jumlah penduduk 42.631 jiwa. Wilayah kelurahan Sukatani terdiri dari perumahan penduduk setempat, kompleks perumahan, sebagian kebun warga serta pertokoan dan pasar. Sebelumnya Kelurahan Sukatani menjadi bagian dari Kecamatan Cimanggis, namun sejak Kecamatan Cimanggis dibagi menjadi dua Kecamatan, Kelurahan Sukatani masuk dalam wilayah Kecamatan Tapos.

Pemekaran wilayah terjadi setelah Depok resmi menjadi Kotamadya berdasarkan Undang-Undang No. 15 Tahun 1999, maka Kecamatan Cimanggis masuk dalam wilayah Kota Depok tidak lagi masuk dalam wilayah Kabupaten Bogor dengan luas wilayah 5.100,97 ha.

Sebagai implementasi peraturan daerah Kota Depok nomor 8 tahun 2007 tentang pemekaran, sejak tanggal 30 Oktober 2008 dari enam kecamatan yang ada di Kota Depok dimekarkan menjadi 11 kecamatan, diantaranya kecamatan Cimanggis dimekarkan menjadi dua kecamatan yakni :

- a) Kecamatan Cimanggis membawahi enam kelurahan terdiri dari :

1. Kelurahan Pasir Gunung Selatan
 2. Kelurahan Tugu
 3. Kelurahan Mekarsari
 4. Kelurahan Cisalak Pasar
 5. Kelurahan Curuig
 6. Kelurahan Harjamukti
- b) Kecamatan Tapos Membawahi tujuh kelurahan, terdiri dari :
1. Kelurahan Sukatani
 2. Kelurahan Sukamaju Baru
 3. Kelurahan Jatijajar
 4. Kelurahan Cilangkap
 5. Kelurahan Cimpaeun
 6. Kelurahan Tapos
 7. Kelurahan Leuwinanggung

Berdasarkan pendataan penduduk hingga Tahun 2009, Kelurahan Sukatani memiliki 7.105 Kepala Keluarga (KK) terdiri dari 182 Rukun Tangga (RT) dan 26 Rukun Warga (RW). Dua Rukun Tetangga diantaranya adalah RT 04, RT 05 dan RT 06, RW 014 , di Perumahan Pondok Sukatani Permai, letaknya berdekatan dengan Kelurahan Sukamaju Baru.

Berdasarkan data kewarganegaraan, penduduk Kelurahan Sukatani berjumlah 42.631 terdiri dari laki-laki 22.219 orang dan perempuan 20.412 orang. Mayoritas penduduk beragama Islam yaitu 38.484 orang, Kristen Protestan 1.182, Katolik 948 dan selebihnya menganut atau beragama lain.

Kelompok tenaga kerja cenderung berusia antara 27-56 tahun. Tingkat pendidikan warga terdiri dari TK 2,34%, SD-SMA 87,03%, Diploma 7,37% dan Sarjana 3,26%. Mata pencaharian penduduk cenderung berkisar sebagai karyawan swasta atau wiraswasta, seperti pedagang, petani, buruh tani dan pertukangan. Selebihnya sebagai pegawai pemerintah, seperti PNS, POLRI atau TNI dan pensiunan.

Kelurahan Sukatani merupakan salah satu wilayah pusat perhatian *developer* dalam bisnis perumahan dan menjadi incaran pihak tertentu dalam mencari hunian tempat bermukim. Relatif mudahnya sarana transportasi, karena dekat dengan akses masuk jalan Tol Cimanggis, sehingga hal ini menjadi salah satu alasan pula bagi para *developer* mengiklankan bisnis tersebut antara lain lewat *Billboard* yang terpancang di pinggir jalan atau pusat keramaian kota. Kelurahan Sukatani relatif lebih dekat ke wilayah Bogor, secara geografis mendukung sebagai wilayah yang cukup sejuk dan nyaman untuk beristirahat, belajar atau berkonsentrasi maupun beraktivitas lainnya karena cukup jauh dari keramaian kota. Namun dengan adanya jalur akses jalan tol yang tak jauh dari wilayah Kelurahan Sukatani, maka warga setempat lebih mudah dan cepat dalam menempuh perjalanan menuju Jakarta. Selain itu Kelurahan Sukatani juga tak jauh dengan Pusat Kota Depok, hanya berjarak sekitar 5 Kilometer. Memang wilayah ini kini dapat dikatakan wilayah desa-kota karena semakin padat oleh penghuni perumahan. Kondisi ini menjadikan wilayah Sukatani tak terasa jauh dari Bogor, Depok dan Jakarta. Berbagai peluang lainnya terbuka lebar seperti pebisnis *mini market*, agen surat kabar atau media lainnya. Media massa elektronik televisi dan radio pun eksis di tengah kehidupan masyarakat Kelurahan Sukatani.

Karakteristik merupakan kondisi atau keadaan pemirsa sebagai unit analisis, meliputi karakteristik yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan. Karakteristik pemirsa ada kecenderungan memiliki korelasi dengan motivasi pada nilai informasi (mendidik dan menghibur atau memberikan pencerahan) dan daya tarik pada format tayangan program berita televisi.

Sejalan dengan perkembangan media massa terutama pertelevisian di Indonesia yang marak menayangkan berbagai program berita dengan ragam format dan penamaan masing-masing, memberi nuansa temuan hasil penelitian mengenai berbagai tayangan program berita di televisi, tidak terkecuali bagi penghuni di Komplek Perumahan Pondok Sukatani Permai RT 04, RT 05 dan RT 06 RW 14 Kelurahan Sukatani, Kota Depok.

Komplek Perumahan Pondok Sukatani Permai, terdiri atas beberapa Rukun Warga, yakni RW 014, RW 018 dan RW 020. Terletak di Kelurahan Sukatani, Kecamatan Tapos, Kota Depok. Responden penelitian adalah warga Komplek Perumahan Pondok Sukatani Permai RT 04, RT 05, dan RT 06, RW 14. Kelurahan Sukatani mayoritas warga betawi dan beragama Islam. Kondisi ini memperlihatkan bauran karakteristik dari berbagai latar belakang masyarakat dari wilayah nusantara, sebagai wilayah desa kota. Wilayah desa kota estimasi pertumbuhan penduduk yang berasal dari migrasi dan permintaan kebutuhan perumahan perlu diperhatikan, antara lain kepedulian masyarakat menuju lingkungan bersih terhadap harkat hidup bersama melalui kesadaran perbaikan taraf hidup dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga. Kondisi umum warga daerah perumahan wilayah desa kota yang mengerti akan kualitas lingkungan yang baik sebagai pendorong pembangunan yang positif terhadap dampak dan “tetesan” bagi wilayah tetangganya.

Perumahan warga di Komplek Pondok Sukatani Permai merupakan lintas wilayah Bogor, Depok hingga Kota Jakarta, sehingga merupakan bauran wilayah yang menguntungkan. Untuk menjangkau wilayah ini, dalam kondisi stabil, dari arah Stasiun Kota dapat ditempuh sekitar 30 menit melalui jalur Tol. Dari arah Bogor dapat ditempuh sekitar 45 menit menggunakan mobil angkutan kota. Karakteristik masyarakat memperlihatkan logat bahasa serta pergaulan sebagai bauran dari budaya Betawi, Sunda, Jawa, bahkan mewakili provinsi wilayah Indonesia.

Hal yang berpengaruh dalam kehidupan masyarakat salah satunya terkait dengan kebutuhan informasi yang terbuka yang sebagian diperjualbelikan lewat media cetak pada transportasi kereta api lintas Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (Jabodetabek). Penyebaran informasi dari media cetak maupun elektronik seperti televisi di wilayah desa-kota yang heterogen, cukup rentan dan diharapkan tetap terealisasi dan terkontrol oleh sumber media maupun pihak yang terkait, sehingga setiap informasi dalam jaringan sosial diharapkan tetap dapat memberikan dampak yang positif, yang marak disajikan di televisi swasta.

Gambaran Umum Stasiun Televisi ANTV

Stasiun Televisi ANTV adalah salah satu stasiun televisi swasta nasional yang didirikan pada 1 Januari 1993 sebagai stasiun televisi lokal di kota Lampung. Tanggal 18 Januari 1993 antv mendapat izin siaran nasional melalui Keputusan Menteri Penerangan RI No. 04A/1993. Sepuluh hari setelah izin tersebut keluar antv mengudara secara nasional. Studio antv yang semula berada di Lampung dipindahkan ke Jakarta.

Tepat tanggal 1 Maret 1993 antv untuk pertama kalinya memproduksi program sendiri berupa liputan berita aktual jalannya Sidang Umum DPR/MPR. Saat itu antv berhasil melakukan siaran langsung meliput jalannya kegiatan penting kenegaraan. Momen istimewa itu yang kini dijadikan sebagai hari jadi antv.

Stasiun televisi ini pada mulanya dikhususkan pada pemirsa remaja (usia 13–25 tahun) dan pernah menyiarkan acara-acara MTV Indonesia hingga awal tahun 2000-an, tetapi tahun 2002 stasiun ini berkembang menjadi stasiun untuk segala usia, sama dengan stasiun televisi yang lain.

Setelah itu antv berhasil mencatatkan prestasi gemilang di Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai penyelenggara konser selama 72 jam yang diselenggarakan akhir tahun 2003.

Pada 30 April 2006 antv berhasil menjalin kerjasama strategis dengan jaringan televisi dunia STAR TV. Kerjasama ini ditandai dengan masuknya 20% saham STAR TV ke antv, sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Namun kerjasama dengan STAR TV hanya berjalan sekitar setahun.

Visi dan Logo ANTV

Mulai September 2009, antv kembali mengubah logonya dengan kemiripan seperti logo yang lama. Memiliki kotak yang berbentuk sama dengan logo sebelumnya, namun logo ini didominasi warna merah dengan bayangan berwarna kuning dan menggunakan huruf "antv".

Pancaran yang tebal dan berwarna merah menggambarkan kekuatan dan kepercayaan diri antv menuju masa depan yang gemilang, yang memperlihatkan antv dipersembahkan sebagai kebanggaan Indonesia.

Warna putih melambangkan tekad antv menjalankan usaha ini berdasarkan azas ketentuan yang berlaku dilandasi nilai-nilai kejujuran, ketulusan, serta menjunjung tinggi integritas bangsa.

Warna kuning melambangkan kemakmuran dengan harapan bahwa antv akan dapat memberikan kemakmuran kepada seluruh pemangku kepentingan.

Karakteristik Individu

Karakteristik individu adalah keadaan spesifik individu yang berkaitan langsung dengan dirinya. Jumlah keseluruhan responden adalah 85 orang. Karakteristik individu terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan penghasilan.

1. Jenis Kelamin

Hasil penelitian yang dilakukan terhadap 85 orang responden diperoleh data bahwa responden yang diteliti terbagi menjadi dua kelompok jenis kelamin, yaitu laki-laki dan perempuan. Berdasarkan Tabel 5. terlihat bahwa responden didominasi oleh laki-laki yaitu sebanyak 65,9%. Perbedaan tersebut terjadi karena berdasarkan kerangka *sampling*, jumlah laki-laki lebih banyak dibandingkan dengan perempuan dan kebanyakan yang menyukai program berita adalah laki-laki.

Tabel 5. Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Perempuan	29	34,1
Laki-Laki	56	65,9
Total	85	100,0

n=85

2. Pendidikan

Hasil penelitian yang dilakukan terhadap 85 orang responden diperoleh data bahwa responden yang diteliti terbagi menjadi lima kelompok jenis pendidikan, yaitu SLTP, SLTA, Diploma, Sarjana (S1), Pascasarjana. Berdasarkan Tabel 6. terlihat bahwa responden didominasi responden berpendidikan SLTA yaitu sebanyak 51,8%, kemudian menyusul yang berpendidikan sarjana sebanyak 24,7 persen.

Tabel 6. Distribusi Responden Menurut Pendidikan

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
SMP	2	2,4
SLTA	44	51,8
Diploma	16	18,8
S1	21	24,7
S2	2	2,4
Total	85	100,0

n=85

3. Pekerjaan

Hasil penelitian yang dilakukan terhadap 85 orang responden diperoleh data bahwa responden yang diteliti terbagi menjadi lima kelompok jenis pekerjaan, yaitu mahasiswa, PNS, pegawai swasta, wiraswasta, Ibu rumah tangga dan pensiunan. Berdasarkan Tabel 7. terlihat bahwa responden yang paling banyak adalah pegawai swasta sebesar 24,7%. Sementara yang dimaksud lain-lain pada Tabel 7. adalah; mahasiswa, ibu rumah tangga dan pensiunan besarnya 45,8 persen.

Tabel 7. Distribusi Responden Menurut Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
PNS	9	10,6
Peg. Swasta	21	24,7
Wiraswasta	16	18,8
Lain-lain	39	45,8
Total	85	100,0

n=85

Motivasi Menonton Responden terhadap Program Berita Topik ANTV

Motivasi menonton adalah sesuatu yang menjadi pendorong responden untuk menonton program berita Topik ANTV untuk memenuhi kebutuhannya. Motivasi dibentuk dari elemen-elemen psikologis meliputi kepribadian, kemampuan, nilai-nilai, sikap dan suasana hati. Menurut pendekatan *Uses and Gratification*, seseorang menggunakan media massa karena didorong oleh motif-motif tertentu. Dalam pendekatan

ini khalayak diasumsikan aktif dan diarahkan oleh tujuan. Anggota khalayak dianggap memiliki tanggungjawab sendiri dalam mengadakan pemilihan terhadap media massa untuk mengetahui kebutuhannya, memenuhi kebutuhannya dan bagaimana cara memenuhinya. Menurut McQuail (2005) ada sejumlah motivasi dalam kaitan penggunaan media, yaitu (a) motivasi informasi, yaitu dorongan untuk memenuhi kebutuhan akan informasi; (b) motivasi identitas pribadi, yaitu dorongan untuk memperkuat identitas pribadi dari nilai-nilai yang didapat dari program acara yang ditayangkan; (c) motivasi integrasi dan interaksi sosial, yaitu untuk kepentingan hubungan sosial dan interaksi dengan orang lain serta memperkuat persatuan dan (e) motivasi hiburan, yaitu untuk melepaskan diri dari kondisi yang tidak menyenangkan. Rataan skor motivasi menonton program berita Topik ANTV dapat dilihat pada Tabel 8.

Berdasarkan Tabel 8, terlihat bahwa motivasi informasi, identitas pribadi serta motivasi integrasi dan interaksi sosial responden tergolong tinggi. Program berita Topik ANTV memang disajikan untuk memenuhi aspek kognisi khalayak, sehingga responden memiliki harapan untuk memperoleh tambahan pengetahuan guna menambah informasi dan mendapat referensi.

Tabel 8. Rataan Skor Motivasi Menonton Program Berita Topik ANTV

Motivasi Menonton Program ANTV	Rataan Skor*
Informasi	2,89
Identitas Pribadi	2,74
Integrasi & Interaksi Sosial	2,80
Hiburan	3,22
Total Rataan Skor	2,91

Keterangan: *Kisaran ratahan Skor 1-1,75= sangat rendah; 1,76-2,50= rendah; 2,51- 3,25= tinggi; 3,26-4=sangat tinggi

Berdasarkan Tabel 8, ratahan skor motivasi menonton responden dalam menonton program berita Topik ANTV secara keseluruhan menunjukkan angka 2,91, yang artinya bahwa motivasi menonton responden tergolong tinggi. Selain itu Khalayak biasanya menggunakan media untuk memperoleh informasi hiburan, seperti liputan mengenai lokasi wisata, informasi seni dan budaya dan liputan ringan lainnya.

Pola Menonton Responden pada Program Berita Topik ANTV

Pola menonton adalah suatu tindakan menonton televisi karena adanya dorongan dalam diri seseorang untuk menonton televisi. Dorongan dalam diri seseorang untuk menonton televisi tak lepas dari berbagai motif. Menurut Riset Rubin dan Perse dalam Shrum (2010), pemirsa ingin mengisi waktunya untuk hiburan dengan menonton acara yang menyenangkan, memenuhi kebutuhan informasi penting yang sedang terjadi, kegunaan sosial dan untuk menambah pengetahuan dan wawasan.

Ada tiga hal yang menjadi alat ukur pola dalam menonton televisi yaitu: (1) durasi, (2) frekuensi menonton dan (3) pilihan acara yang ditonton dalam sehari serta yang paling disukai. Distribusi responden menurut pola menonton program berita Topik ANTV tersaji pada Tabel 9.

Tabel 9. Distribusi Responden menurut Pola Menonton Program Berita Topik ANTV

Pola Menonton ANTV	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Durasi		
Rendah (21-141 menit)	32	37,64
Sedang (140-280 menit)	51	60,00
Tinggi (281-420 menit)	2	2,35
Frekuensi		
Rendah (1-7 kali)	8	9,41
Sedang (8-14)	28	32,94
Tinggi (15-21)	49	57,64
Pilihan Acara		
Topik Pagi ANTV	42	49,41
Topik Siang ANTV	12	14,11
Topik Petang ANTV	16	18,82
Topik Malam ANTV	15	17,64

Berdasarkan Tabel 9, dapat dilihat distribusi pola menonton responden dalam menonton program berita Topik ANTV. Pada durasi dapat diketahui durasi menonton responden sebanyak 51 orang (60,00%) dalam seminggu hanya mencapai kisaran 140 - 280 menit yang artinya tingkat durasi menonton hanya tergolong sedang. Hal ini terjadi, mungkin karena khalayak biasanya berpindah-pindah saluran saat menonton televisi. Sementara dalam hal frekuensi menonton sebanyak 49 orang (57,64%) mencapai kisaran 15-21 kali dalam seminggu. Artinya frekuensi ini tergolong tinggi bagi program berita Topik ANTV. Sementara pada pilihan acara peringkat tertinggi ada pada program berita Topik Pagi sebanyak 42 orang (49,41%) yang menonton program berita Topik Pagi ANTV.

Durasi Menonton

Durasi menonton yang digunakan dalam penelitian ini adalah total waktu yang digunakan responden untuk menonton program berita Topik ANTV. Berdasarkan Tabel 9, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang memiliki durasi menonton yang tergolong sedang lebih banyak, yaitu 62 orang (62,35%). Hal ini disebabkan oleh frekuensi menonton yang rendah akibat banyaknya kegiatan responden, sehingga durasi menonton responden juga tidak tinggi. Responden biasanya menonton dengan durasi berkisar 140-280 menit dalam seminggu. Selain itu hanya pada waktu-waktu tertentu, terkadang khalayak memilih program acara lain. Sebab seperti pada saat program berita Topik Siang ANTV, pada umumnya kurang diminati oleh khalayak, karena pada siang hari lhalayak lebih menyukai acara-acara seperti *Quiz*, sinetron dan dialog ringan.

Frekuensi Menonton

Frekuensi menonton adalah tingkat keseringan khalayak dalam menonton program berita Topik Pagi ANTV selama seminggu. Pada Tabel 9, terlihat bahwa jumlah

responden dengan frekuensi menonton yang tergolong tinggi lebih besar yaitu 49 orang dengan frekuensi 57,64% dengan frekuensi berkisar antara 15-21 kali per minggu dalam menonton program berita Topik ANTV. Hal ini disebabkan adanya sebagian responden yang menonton pada pagi hari sebelum berangkat bekerja dan tengah malam setelah pulang bekerja.

Pilihan Acara

Pilihan Acara dalam penelitian ini dikategorikan menjadi empat, yaitu Program Berita Topik Pagi, Topik Siang, Topik Petang dan Topik Malam.

Program berita Topik Pagi ANTV adalah program berita harian yang tayang pada pukul 04.00-05.00 WIB, dengan muatan berita politik, ekonomi, kriminal, sosial dan berita ringan (*soft news*) tentang kuliner, seni, budaya dan pariwisata.

Program berita Topik Siang ANTV adalah program berita harian yang tayang pada pukul 11.30-12.00 WIB. Dengan format tayangan informasi politik, ekonomi, sosial dan berita ringan (*soft news*) tentang kuliner, seni, budaya dan pariwisata. Kecenderungan program berita Topik Siang lebih banyak berita ringan kuliner, seni, budaya dan pariwisata.

Program berita Topik Petang ANTV adalah program berita harian yang tayang pada pukul 17.30-18.00 WIB. Dengan format berita politik, ekonomi, kriminal, sosial dan berita ringan (*soft news*). Penekanan berita pada Topik Petang ANTV adalah liputan peristiwa di seluruh Indonesia dan mencakup peristiwa manca negara dari siang hingga sore hari.

Program berita Topik Malam ANTV, adalah program berita yang tayang pada pukul 00.30-01.00 dini hari. Format beritanya mencakup politik, ekonomi, kriminal, sosial, seni dan budaya.

Hasil Analisis

Hasil Analisis Tingkat Kepuasan Menonton Responden terhadap Program Berita Topik ANTV

Kepuasan menonton adalah sesuatu yang dirasakan khalayak ketika kebutuhannya terpenuhi setelah menonton televisi. Oleh sebab itu, kepuasan khalayak dalam menonton televisi diarahkan pada motivasi menonton. Berdasarkan teori *Uses and Gratification*, kepuasan itu disebut sebagai *gratification obtained* yang menurut Lommeti dalam Wiryandari (2003), adalah kepuasan nyata, yang diperoleh setelah seseorang menggunakan media massa. Rataan skor tingkat kepuasan menonton program berita Topik ANTV disajikan dalam Tabel 10.

Tabel 10. Rataan Skor Tingkat Kepuasan Responden dalam Menonton Program Berita Topik ANTV

Motivasi Menonton Program ANTV	Rataan Skor*
Informasi	3,82
Identitas Pribadi	3,76
Integrasi & Interaksi Sosial	3,85
Hiburan	3,94
Total Rataan Skor	3,84

Keterangan: *Kisaran skor 1-1,75= sangat rendah; 1,76-2,50= rendah; 2,51- 3,25= tinggi; 3,26-4=sangat tinggi

Berdasarkan Tabel 10, terlihat bahwa rata-rata skor untuk tingkat kepuasan informasi responden dalam menonton program berita Topik ANTV yaitu 3,82. Hal ini berarti bahwa tingkat kepuasan informasi responden tergolong tinggi. Demikian pula dengan tingkat kepuasan identitas pribadi serta integrasi dan interaksi sosial yang juga tergolong tinggi, dengan rata-rata skor masing-masing 3,76 dan 3,85.

Sementara tingkat kepuasan hiburan ternyata lebih tinggi yaitu dengan rata-rata skor 3,94. Secara keseluruhan tingkat kepuasan menonton responden dalam menonton program berita Topik ANTV tergolong sangat tinggi. Hal ini sejalan dengan motivasi menonton responden yang juga tergolong tinggi. Kepuasan menonton akan tercipta jika motivasi untuk memenuhi kebutuhan dalam menonton juga terpenuhi. Responden merasa bahwa program berita Topik ANTV telah dapat memenuhi sebagian harapannya untuk memperoleh berbagai informasi, agar dapat menambah pengetahuan. Selain itu program berita Topik ANTV juga dapat membantu pemirsa untuk meningkatkan nilai intelektual. Motivasi yang terdapat dibalik sebuah perilaku, didasari oleh alasan tertentu, salah satunya adalah kebutuhan *performanced*, artinya kebutuhan tersebut memberikan tingkat kepuasan yang berbanding lurus dengan pemenuhannya. Konsumen akan bertambah puas apabila kebutuhan-kebutuhannya terpenuhi, sebaliknya konsumen akan kecewa apabila kebutuhannya tidak terpenuhi.

Hasil Analisis Hubungan Motivasi Menonton dengan Pola Menonton Program Berita Topik ANTV

Motivasi menonton diduga berhubungan dengan pola menonton. Motivasi menonton terdiri dari motivasi informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial serta motivasi hiburan. Pola menonton diukur dengan durasi menonton, frekuensi menonton dan pilihan acara. Hasil penelitian mengenai hubungan motivasi menonton dengan pola menonton program berita Topik ANTV tersaji pada Tabel 11.

Tabel 11. Hubungan Motivasi Menonton dengan Pola Menonton Program Berita Topik ANTV

Variabel	Koefisien Korelasi <i>rank</i> Spearman (r) terhadap X2 (Pola menonton)
X1 (Motivasi)	0,290**

Keterangan: **Berhubungan sangat nyata pada $p < 0,01$; $r_s =$ Koefisien *rank*-Spearman

Untuk melakukan uji signifikansi dapat digunakan rumus:

$$t = \frac{\rho\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-\rho^2}}$$

Dari hasil analisis di atas maka dilakukan uji signifikansi dengan uji t sebagai berikut:

$$t = \frac{\rho\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-\rho^2}} \qquad t = \frac{0,290\sqrt{85-2}}{\sqrt{1-(0,290)^2}}$$

sehingga $t_{hitung} = 2,884$

.df = (n-2) = (85-2) = 83, dengan $\alpha = 1\%$ dua sisi berarti $\alpha/2 = 0,005$, maka daerah kritis $t > t_{(0,005,83)}$ dan $t < -t_{(0,005,83)}$, sehingga $t_{tabel} = 2,636$

karena $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka kesimpulannya H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Artinya terdapat hubungan kuat antara motivasi menonton pemirsa dengan pola menonton pada program Topik ANTV. Melihat nilai *rank* Spearman (r) 0,290 dan hubungan ini nilainya positif. Namun menurut kriteria Guilford's (*Guilford's empirical rule*) angka ini hanya berada pada posisi tingkat hubungan yang rendah.

Hasil Analisis Hubungan Motivasi Menonton dengan Tingkat Kepuasan Menonton Program Berita Topik ANTV

Tabel 12. Hubungan Motivasi Menonton dengan Tingkat Kepuasan Menonton Program Berita Topik ANTV

Variabel	Koefisien Korelasi <i>rank</i> Spearman (r) terhadap Y (Tingkat Kepuasan)
X1 (Motivasi)	0,246*

Keterangan: *Berhubungan nyata pada $p < 0,05$; r_s = Koefisien *rank*-Spearman

Dari hasil analisis di atas maka dilakukan uji signifikansi dengan uji t sebagai berikut:

$$t = \frac{\rho\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-\rho^2}} \qquad t = \frac{0,246\sqrt{85-2}}{\sqrt{1-(0,246)^2}} \qquad \text{sehingga } t_{hitung} = 2,384$$

.df = (n-2) = (85-2) = 83, dengan $\alpha = 5\%$ dua sisi berarti $\alpha/2 = 0,025$, maka daerah kritis $t > t_{(0,025,83)}$ dan $t < -t_{(0,025,83)}$, sehingga $t_{tabel} = 1,988$

karena $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka kesimpulannya H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Artinya ada hubungan antara motivasi menonton dengan tingkat kepuasan menonton pemirsa pada program berita Topik ANTV. Dilihat dari angka koefisien korelasi rank Spearman (r) 0,246* dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, namun nilai ini tergolong rendah berdasarkan kriteria Guilford (*Guilford's empirical rule*), namun positif, jadi tetap menunjukkan hubungan yang nyata.

Hubungan Pola Menonton dengan Tingkat Kepuasan Menonton Program Berita Topik ANTV

Pola menonton diduga berhubungan dengan tingkat kepuasan menonton. Adapun pola menonton terdiri dari durasi, frekuensi dan pilihan acara. Tingkat kepuasan meliputi kepuasan informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial dan hiburan. Hasil penelitian mengenai hubungan antara pola menonton dengan tingkat kepuasan menonton program berita Topik ANTV berdasarkan nilai korelasi *rank* Spearman disajikan pada Tabel 13.

Tabel 13. Hubungan Pola Menonton dengan Tingkat Kepuasan Menonton Program Berita Topik ANTV

Variabel	Nilai Koefisien Korelasi <i>rank</i> Spearman (r) Y (Tingkat Kepuasan Menonton)
X2 (Pola Menonton)	0,345**

Keterangan: **Berhubungan sangat nyata pada $p < 0,01$; $r_s =$ Koefisien *rank*-Spearman

Dari hasil analisis di atas maka dilakukan uji signifikansi dengan uji t sebagai berikut:

$$t = \frac{\rho\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-\rho^2}} \qquad t = \frac{0,345\sqrt{85-2}}{\sqrt{1-(0,345)^2}}$$

sehingga $t_{hitung} = 3,566$
 $.df = (n-2) = (85-2) = 83$, dengan $\alpha = 1\%$ dua sisi berarti $\alpha/2 = 0,005$, maka daerah kritis $t > t_{(0,005,83)}$ dan $t < -t_{(0,005,83)}$, sehingga $t_{tabel} = 2,636$

karena $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka kesimpulannya H_0 ditolak dan H_3 diterima.

Artinya ada hubungan antara pola menonton dengan tingkat kepuasan menonton pemirsa pada program berita Topik ANTV.

Pembahasan

Hubungan Motivasi Menonton dengan Pola Menonton Pemirsa Program Berita Topik ANTV

Berdasarkan Tabel 11, terlihat bahwa adanya hubungan yang sangat nyata pada nilai 0,290 (r) dengan signifikansi ($p < 0,01$) antara motivasi menonton dengan pola

menonton pemirsa dalam menonton program berita Topik ANTV. Artinya motivasi menonton tinggi maka pola menonton juga meningkat. Artinya program berita Topik ANTV bisa memenuhi keinginan pemirsa dalam memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan. Hal ini terjadi karena setiap pemirsa memiliki kebutuhan masing-masing, sehingga mereka akan memilih program berita yang disukainya. Meskipun nilai 0,290 (r) tergolong rendah dalam *Guilford's rule* namun nilainya positif, artinya terjadi hubungan. Namun dalam pemenuhan kebutuhan akan informasi, tentunya pemirsa tidaklah menonton sepenuhnya sebuah program berita, sesuai dengan kebutuhannya. Maka nilai 0,290 (r) itu menunjukkan bahwa pemirsa menonton televisi pada jam-jam tertentu dan setelah informasi diserap dalam waktu yang hanya beberapa menit, kemudian berpindah pada saluran televisi lainnya. Menurut McQuail (1987) tipologi penggunaan media oleh pemirsa tak lepas dari upaya pemenuhan; (1) kebutuhan informasi, mencari tahu tentang peristiwa atau situasi yang sedang terjadi (relevan) di sekitar lingkungan, baik lokal maupun internasional, (2) identitas pribadi, untuk memperkuat nilai-nilai personal, (3) integritas dan interaksi sosial, untuk memperoleh pengetahuan sebagai pemenuhan dalam berinteraksi sosial, (4) hiburan, melepaskan diri dari berbagai masalah keseharian. Mengenai kebutuhan manusia juga tak lepas dari pendapat yang dikemukakan Abraham Maslow (1954) dalam (Winardi 2001). Maslow mengemukakan sejumlah proposisi penting tentang perilaku dan kebutuhan manusia. Maslow memandang motivasi seorang individu sebagai suatu urutan kebutuhan yang dipredeterminasi, yang masing-masing memiliki peringkatnya sendiri. Adapun peringkat itu adalah: (1) Kebutuhan fisiologikal, merupakan tingkatan terendah hierarki kebutuhan, yang merupakan kebutuhan-kebutuhan yang perlu dipenuhi untuk mempertahankan hidup. (2) Kebutuhan keamanan, terjaminnya kondisi keamanan diri dalam menjalankan kegiatan sehari-hari, (3) Kebutuhan-kebutuhan sosial, yakni seseorang ingin tergolong pada kelompok-kelompok tertentu, maka perlu berasosiasi dengan pihak lain (4) Kebutuhan akan penghargaan, yakni adanya keinginan untuk adanya pengakuan atau dihargai oleh pihak lain, maka kebutuhan ini berkaitan dengan pengetahuan, kompetensi diri dan prestasi, (5) Kebutuhan realisasi diri, yakni kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri atau merealisasikan potensi yang ada pada dirinya secara berkelanjutan dan seluas-luasnya. Dalam pemenuhan berbagai kebutuhan inilah setiap orang tak bisa lepas dari kebutuhannya untuk mendapatkan segala macam informasi melalui berbagai media massa, terutama media televisi, untuk mewujudkan impiannya.

Dilihat dari hasil analisis tingkat hubungan dengan nilai 0,290 (r) dengan nilai signifikan ($p < 0,01$) berdasarkan *Guilford's empirical rule* masih berada pada tingkat rendah, namun nilainya positif.

Maka hipotesis pertama yang berbunyi "terdapat hubungan sangat nyata antara motivasi menonton dengan dengan pola menonton program berita Topik ANTV" diterima.

Hubungan Motivasi Menonton dengan Tingkat Kepuasan Pemirsa pada Program Berita Topik ANTV

Berdasarkan Tabel 12, dapat dilihat bahwa ada hubungan nyata pada motivasi menonton dengan tingkat kepuasan pemirsa dalam menonton program berita Topik ANTV. Artinya secara keseluruhan baik motivasi kebutuhan informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial serta hiburan memiliki hubungan yang erat dengan tingkat kepuasan pemirsa program berita Topik ANTV.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hetty (1999) menunjukkan bahwa motivasi informasi dan kepuasan informasi memiliki hubungan yang positif (nyata). Artinya semakin tinggi motivasi informasi responden semakin terpenuhi kebutuhan informasinya dalam menonton televisi. Demikian pula dengan aspek-aspek motivasi lainnya seperti motivasi identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial serta hiburan, dimana semakin tinggi motivasi, maka semakin tinggi tingkat kepuasannya. Dilihat dari hasil analisis tingkat hubungan dengan nilai koefisien korelasi *rank* Spearman 0,246 (r) dengan nilai signifikan ($p < 0,01$) berdasarkan *Guilford's empirical rule* berada pada tingkat rendah, namun nilainya positif.

Jadi perlu adanya penguatan kemasan pada produksi berita pada program berita Topik ANTV agar memperkuat motivasi pemirsa untuk menonton. Berbagai informasi mungkin memiliki nilai tertentu, seperti pendapat dari Shimp (1997). Nilai-nilai yang dimaksud adalah nilai fungsional, sosial, emosional, epistemik (menawarkan sesuatu yang baru), maupun kondisional. Hal inilah yang juga bisa menarik pemirsa untuk menonton televisi. Dalam format berita Topik ANTV memang telah mencakup semua kebutuhan informasi seperti pendapat dari Shimp, diantaranya seperti berita mengenai informasi suasana pendidikan anak-anak di daerah pegunungan di Papua yang banyak mengalami berbagai kendala. Berita ini sungguh menyentuh rasa sosial dan emosional pemirsa. Untuk menarik minat dan motivasi pemirsa untuk menontonnya adalah bagaimana cara mengemas berita tersebut agar menarik dan ditayangkan pada jam yang tepat.

Jadi, hipotesis kedua yang berbunyi “terdapat hubungan nyata antara motivasi menonton dengan kepuasan yang dirasakan pemirsa terhadap tayangan program berita Topik ANTV,” diterima.

Hasil Analisis Hubungan Pola Menonton dengan Tingkat Kepuasan Menonton Program Berita Topik ANTV

Berdasarkan Tabel 13, terlihat antara pola menonton dan tingkat kepuasan memiliki hubungan yang sangat nyata pada nilai koefisien *rank* Spearman 0,345 dengan nilai signifikan ($p < 0,01$). Nilai ini menunjukkan secara keseluruhan aspek memiliki hubungan sangat nyata antara motivasi, pola menonton dan tingkat kepuasan. Artinya semakin lama pemirsa menonton program berita Topik ANTV semakin terpenuhi, karena responden dapat menyerap semua informasi yang ditayangkan program Topik ANTV untuk menambah pengetahuan yang dibutuhkannya. Setiap responden tentunya memiliki favorit program berita yang disukainya untuk menambah pengetahuan dalam interaksi dan interaksi sosial.

Menurut McQuail dan Windahl dalam Wiryandari (2003) menjelaskan bahwa yang paling penting dari teori gratifikasi penggunaan media adalah ide bahwa media menawarkan “imbalan” yang bisa diharapkan (dapat diprediksi) oleh pemirsa. Ide ini menyediakan cara untuk menjelaskan perilaku penggunaan media massa. Dalam teori ini pemirsa televisi lebih aktif, membantah anggapan bahwa televisi secara langsung dapat mengarahkan masyarakat dengan tujuan tertentu. Mereka memenuhi kebutuhan tertentu yang mereka rasakan sendiri dengan menonton televisi. Memang kondisi dan perubahan dalam kemajuan teknologi sekarang ini menjadikan pemirsa aktif tidak lagi pasif seperti dulu. Maka kedua belah pihak saling menentukan dan mempengaruhi dalam penyajian berita.

Program berita Topik ANTV sudah memiliki kemampuan dalam beberapa segmen acaranya yang dapat memenuhi kepuasan responden. Dilihat dari hasil analisis tingkat hubungan dengan nilai 0,345 (r) dengan nilai signifikan ($p < 0,01$) berdasarkan *Guilford rule* berada pada tingkat rendah. Namun meskipun tingkat hubungan rendah tetapi nilainya positif. Jadi hubungan tetap terjadi namun tidak secara merata, hal ini disebabkan tidak semua segmen dalam acara pada program berita Topik ANTV diminati oleh pemirsa.

Dengan demikian hipotesis ketiga yang berbunyi "terdapat hubungan yang sangat nyata antara pola menonton dengan kepuasan yang dirasakan pemirsa pada program berita Topik ANTV," diterima.

Dari analisis di atas juga perlu diketahui perolehan *rating* dan *share* dalam program berita Topik ANTV, sehingga bisa dilihat persentase jumlah penontonnya. Berikut adalah beberapa perolehan *rating* dan *share* dalam program Topik ANTV:

Tabel. 14. *Rating dan Share Program Berita Topik ANTV*

Program Berita	8/12/2012			9/12/2012	
	Jam Tayang	TVR	Share	TVR	Share
Topik Pagi	06.15-06.45	0,3	6,4	0,2	6,8
Topik Siang	11.30-12.00	0,5	3,7	0,5	3,3
Topik Petang	17.30-18.00	2,2	12	1,3	8,3
Topik Malam	00.30-01.00	0,4	4,2	0,4	5,8

Sumber: R&D ANTV

Dari hasil perolehan *rating dan share* dapat diketahui prosentase perolehan jumlah penonton dalam program Topik ANTV. Dapat dilihat pada tabel 14 perolehan *share* program Berita Topik Pagi ANTV masih tergolong sedang, pada tanggal 8 Desember 2012 *share* Topik Pagi mencapai 6,8 persen. Tayangan pada 8 dan 9 Desember adalah tayangan Topik pagi akhir pekan (*weekend*) yang diisi dengan berbagai liputan ringan dari berbagai daerah (lihat lampiran *rundown*). Dari data yang diperoleh sejalan dengan hasil penelitian bahwa pemirsa menyukai tayangan hiburan, terbukti dengan tayangan Topik Pagi ANTV yang menayangkan liputan ringan di akhir pekan ternyata memperoleh *share* rata-rata masih di atas program berita Topik Siang, Topik Petang dan Topik Malam.

Tabel. 15. *Rating dan Share Program Berita Topik ANTV*

Program Berita	13/12/2012			14/12/2012	
	Jam Tayang	TVR	Share	TVR	Share
Topik Pagi	04.00-05.00	0,2	13,3	0,2	8,3
Topik Siang	11.30-12.00	0,7	4,9	0,5	4,7
Topik Petang	17.30-18.00	1,3	7,7	1,3	7,9
Topik Malam	00.30-01.00	0,3	4,8	0,4	3,6

Sumber: R&D ANTV

Bisa dilihat lagi pada Tabel 15, Topik pagi juga berada pada peringkat atas perolehan *share* penontonnya. Adapun kekuatan program berita Topik Pagi lebih unggul karena pada jam itu pemirsa sudah bangun pagi dan bersiap-siap untuk beraktivitas. Biasanya pemirsa ingin mengetahui apa peristiwa yang telah terjadi pada malam hari. Pada malam hari saat pemirsa beristirahat cukup banyak terjadi peristiwa kriminal, yang merupakan salah satu tayangan yang diminati pemirsa untuk diketahui, agar lebih waspada saat beraktivitas setiap hari. Topik pagi memang memiliki liputan pada malam hari hingga

dini hari dari berbagai daerah, sehingga bisa ditayangkan sedini mungkin untuk memenuhi rasa ingin tahu pemirsa pada pagi hari.

Simpulan

Adanya hubungan yang sangat nyata antara motivasi menonton dengan pola menonton program berita Topik ANTV. Hal ini karena setiap pemirsa tentunya memiliki kebutuhan masing-masing, sehingga mereka akan memilih program berita yang disukainya pada jam-jam tertentu. Responden yang memiliki motivasi tinggi di cenderung memiliki durasi menonton yang lebih lama.

Adanya hubungan nyata antara motivasi menonton dengan tingkat kepuasan menonton program berita Topik ANTV. Namun tingkat hubungan masih tergolong rendah pada nilai positif. Jadi hubungannya erat tetapi tidak merata, karena tidak semua tayangan berita menarik minat pemirsa, sehingga pemirsa bisa berpindah-pindah saluran televisi.

Adanya hubungan yang sangat nyata antara pola menonton dengan tingkat kepuasan menonton program berita Topik ANTV, namun pada kategori rendah. Hal ini tercermin dari perolehan *share* program berita Topik ANTV.

DAFTAR PUSTAKA

- ANTV. 2012. *Samudera Karya*. 19 Tahun Wow Keren! Jakarta: ANTV
- Bungin, Burhan. 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Hetty. 1999. *Pola Penggunaan Media Televisi di Kalangan Mahasiswa, Studi Mengenai Motivasi Kepuasan Pemirsa* (Tesis). Jakarta: Universitas Indonesia.
- Littlejohn, Stephen W. 2005. *Theories of Human Communication, Eight Edition*, Canada: Thomson Wadsworth.
- McQuail, Dennis. 1987. *Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*, Penerbit Jakarta: Erlangga.
- Severin, Werner, J. and Tankard, James W. Jr. 2005. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Shimp, Terence A. 1997. *Advertising, Promotion and Supplemental Aspect of Integrated Marketing Communication, 4th ed.* USA: The Dryden Press Harcourt Brace College Publishers.

- Shrum, D.J. 2010. *Psikologi Media Entertainment, Membedah Keampuhan Periklanan Subliminal dan Bujukan yang Tak Disadari Konsumen*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Singarimbun M, Effendi S. 2011. *Metode penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES
- Uyanto SS. 2006. *Pedoman Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Winardi, J. 2001. *Motivasi dan Pemotivasian dalam Manajemen*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Wiryandari, Rosita. 2003. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensitas Audiens dalam Menonton Program Berita Sore Pilihan di Televisi* (Tesis). Jakarta: Universitas Indonesia.