



**KEPUASAN MAHASISWA FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
(FSRD) UNIVERSITAS TRISAKTI TERHADAP TAYANGAN
THE COMMENT DI NET.**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial Bidang Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh
Nama : Steffi Maya Anugrah
Nim : 1406017003
Peminatan : Penyiaran

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2017**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Steffi Maya Anugrah
NIM : 1406017003
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Judul : Kepuasan Mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Universitas Trisakti terhadap Tayangan The Comment di NET.

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta,

Yang Menyatakan



Steffi Maya Anugrah

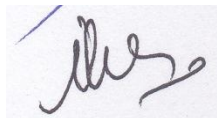
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Kepuasan Mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain
(FSRD) Universitas Trisakti terhadap Tayangan The
Comment di NET.
Nama : Steffi Maya Anugrah
NIM : 1406017003
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran

Telah diperiksa dan disetujui
untuk mengikuti ujian skripsi oleh:

Pembimbing I



Dr. Sri Mustika, M.Si.

Tanggal:

Pembimbing II



Dr. Maryono Basuki, M.Si.


Tanggal:


**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Kepuasan Mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Universitas Trisakti terhadap Tayangan The Comment di NET.
Nama : Steffi Maya Anugrah
NIM : 1406017003
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran

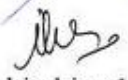
Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 05 Agustus 2017, dan dinyatakan LULUS


Said Romadlan, S.Sos, M.Si.
Penguji I


Husnan Nurjuman, S.Sos, M.Si.
Penguji II


Tanggal: 28/8/17

Tanggal: 05/08/17


Pembimbing I

Dr. Sri Mustika, M.Si


Tanggal: 30/8/17


Pembimbing II

Dr. Maryono Basuki, M.Si.

Tanggal: 04/09/17

Mengetahui,
Dekan


Said Romadlan, S.Sos., M.Si.

ABSTRAK

Judul : Kepuasan Mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Universitas Trisakti terhadap Tayangan The Comment di NET.
Nama : Steffi Maya Anugrah
NIM : 1406017003
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Halaman :

Kata Kunci: Kepuasan, mahasiswa, televisi, *variety show*, The Comment

NET. hadir sebagai stasiun televisi swasta baru yang menyuguhkan program-program acara yang memikat pemirsa televisi. Salah satunya tayangan ber-genre program *variety show* yang memiliki daya tarik bagi penonton. The Comment merupakan salah satu *variety show* unggulan di NET. Fokus penelitian ini, adalah “Kepuasan Mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Universitas Trisakti terhadap Tayangan The Comment di NET.?”.

Paradigma penelitian ini adalah positivism, teori yang digunakan adalah *uses and gratifications* untuk menjelaskan bagaimana individu memanfaatkan media dan mendapatkan kepuasan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, jenis penelitian deskriptif, dan metode survei. Populasi penelitian adalah mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Universitas Trisakti semester 2, 4, 6, dan 8 yang berjumlah 689 orang. Sampel yang didapat sebanyak 87 mahasiswa, ditentukan menggunakan rumus Taro Yamane. Pengumpulan data penelitian menggunakan angket. Analisis data menggunakan SPSS. Hipotesis penelitian diuji dengan korelasi Pearson dan uji beda T.

Peneliti menemukan *Gratifications Sought* (GS) atau kepuasan yang dicari berkorelasi positif dengan *Media Use* (MU) atau penggunaan media, dan *Media Use* (MU) atau penggunaan media berkorelasi positif dengan *Gratifications Obtained* (GO) atau kepuasan yang diperoleh. Uji beda *paired Samples T-Test* menunjukkan GS tidak signifikan berbeda dengan GO. Dengan demikian, mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Universitas Trisakti puas terhadap tayangan The Comment di NET.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya bagi kita semua. Dan tidak lupa pula penulis panjatkan shalawat serta salam kepada junjungan kita yakni baginda Rasulullah SAW. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Kepuasan Mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Universitas Trisakti Terhadap Tayangan The Comment di NET.”.

Berkat bantuan dan dukungan dari semua pihak, penulis berhasil menyelesaikan skripsi. Untuk itu penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua tercinta, Drs. Rikhman Sunadi dan Susi Tri Rejeki. Adikku Muhamad Rasul Pamungkas, kedua anak bunda yang sangat bunda sayangi dan cintai Restu Anugrah Ramadhan dan Adnan Khoiri Sya'bani serta keluarga besar tercinta yang telah memberi dukungan, doa dan semangat.
3. Bapak Said Ramadhan, S.Sos., M.I.Kom selaku Dekan FISIP UHAMKA.
4. Ibu Dr. Sri Mustika, M.Si selaku Wakil Dekan FISIP UHAMKA serta selaku dosen pembimbing I skripsi. Penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga.
5. Bapak Dr. Maryono Basuki, M.Si selaku dosen pembimbing II skripsi. Penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga.

6. Ibu Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom selaku Kepala Program Studi (Kaprodi) Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA.
7. Ibu Dra. Tellys Corliana, M.Hum. selaku dosen pembimbing akademis, Penulis mengucapkan banyak terima kasih atas bimbingan dan saran-sarannya dalam melaksanakan perkuliahan.
8. Dosen-dosen FISIP UHAMKA. Terima kasih atas segala ilmu yang telah diberikan.
9. Kepada Staf FISIP UHAMKA yang telah membantu penulis dalam mengurus prosedur proposal skripsi.
10. Reynaldi yang sudah membantu penulis dalam bertanya-tanya tentang skripsi dan Ahdi Fariz yang sudah menjadi teman *sharing* dalam segala hal, serta teman-teman FISIP UHAMKA lainnya. Penulis mengucapkan banyak terima kasih.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan proposal skripsi ini mungkin terdapat kekurangan, maka dari itu penulis bersikap terbuka jika terdapat kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan proposal skripsi ini.

Akhir kata, semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan, khususnya bagi para pembaca.

Jakarta, Juli 2017

Steffi Maya Anugrah

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL (COVER)	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Pembatasan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Signifikasi Penelitian	12
1.5.1 Signifikasi Akademis	12
1.5.2 Signifikasi Metodologis	12
1.5.3 Signifikasi Praktis	13
1.6 Sistematika Penulisan	13

BAB II KERANGKA TEORI

2.1	Paradigma Positivisme	15
2.2	Komunikasi	17
2.2.1	Hakekat Komunikasi	17
2.2.2	Definisi Komunikasi	17
2.2.3	Karakteristik Komunikasi	19
2.2.4	Fungsi Komunikasi	22
2.2.5	Elemen Komunikasi	23
2.2.6	Proses Komunikasi	24
2.3	Komunikasi Massa	25
2.3.1	Definisi Komunikasi Massa	25
2.3.2	Fungsi Komunikasi Massa	26
2.3.3	Karakteristik Komunikasi Massa	29
2.3.4	Proses Komunikasi Massa	31
2.4	Penyiaran	32
2.4.1	Definisi Penyiaran	32
2.4.2	Sifat Media Penyiaran	35
2.4.3	Jenis-Jenis Media Penyiaran	37
2.5	Televisi	42
2.5.1	Definisi Televisi	42
2.5.2	Fungsi Televisi	44
2.5.3	Karakteristik Televisi	45
2.6	Program Televisi	47

2.7	<i>Variety Show</i>	49
2.8	Program Acara The Comment NET. TV	54
2.9	<i>Audience</i> (Penonton) Televisi	59
2.10	Teori Humanistik Sosial	60
2.11	<i>Teori Uses & Gratifications</i>	63
2.12	Hipotesis Penelitian	68
2.13	Definisi Konsep dan Operasional Konsep	68
2.13.1	Definisi Konsep	69
2.13.2	Operasional Konsep	81
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Pendekatan, Jenis, dan Metode Penelitian	86
3.1.1	Pendekatan Penelitian	86
3.1.2	Jenis Penelitian	88
3.1.3	Metode Penelitian	88
3.2	Populasi, Sampel, dan Teknik Penelitian Sampel	89
3.2.1	Populasi	89
3.2.2	Sampel	90
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel	90
3.3	Teknik Pengumpulan Data	93
3.4	Uji Validitas dan Reliabilitas	94
3.4.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel GS “Kepuasan yang Dicari dalam Tayangan The Comment”	94

3.4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel GO “Kepuasan yang Diperoleh dalam Tayangan The Comment”	98
3.4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel MU “Penggunaan Media dalam Tayangan The Comment”	101
3.5 Teknik Analisis Data	105
3.6 Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian	106
3.6.1 Lokasi Penelitian	106
3.6.2 Jadwal Penelitian	106
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN	
4.1. Deskripsi Populasi Penelitian	108
4.1.1. Sejarah Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Universitas Trisakti	108
4.1.2. Visi dan Misi Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Universitas Trisakti	110
4.1.3. Struktur Organisasi Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Universitas Trisakti	112
4.2. Deskripsi Obyek Penelitian	113
4.2.1. Sejarah PT NET. Mediatama Indonesia	113
4.2.2. Pilar Utama PT NET. Mediatama Indonesia	114
4.2.3. Visi dan Misi PT NET. Mediatama Indonesia	114
4.2.5. Struktur Organisasi PT NET. Mediatama Indonesia	115
4.2.5. Arti Nama NET.	115
4.2.6. Arti Logo NET.	116

4.2.6. Slogan NET.	116
4.2.8. The Comment NET.	117
4.3. Hasil Penelitian.....	123
4.3.1. Kepuasan yang Dicari dalam Tayangan The Comment (<i>Gratifications Sought</i>)	123
4.3.2. Kepuasan yang Diperoleh dalam Tayangan The Comment (<i>Gratifications Obtained</i>)	127
4.3.3. Penggunaan Media dalam Tayangan The Comment (<i>Media Use</i>)	131
4.4. Pengujian Hipotesis	136
4.5. Pembahasan	142
4.5.1. Kepuasan yang Dicari Mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Universitas Trisakti terhadap Tayangan The Comment	142
4.5.2. Kepuasan yang Diperoleh Mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Universitas Trisakti terhadap Tayangan The Comment	143
4.5.3. Penggunaan Media oleh Mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Universitas Trisakti terhadap Tayangan The Comment	143
4.5.4. Relevansi Penelitian dengan Teori <i>Uses and Gratifications</i>	143
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	149

5.2. Saran-saran	149
5.1.1. Saran Akademis	149
5.1.2. Saran Metodologis	150
5.1.3. Saran Praktis	150
DAFTAR PUSTAKA	151
LAMPIRAN-LAMPIRAN	xvii
RIWAYAT HIDUP PENELITI	lvi



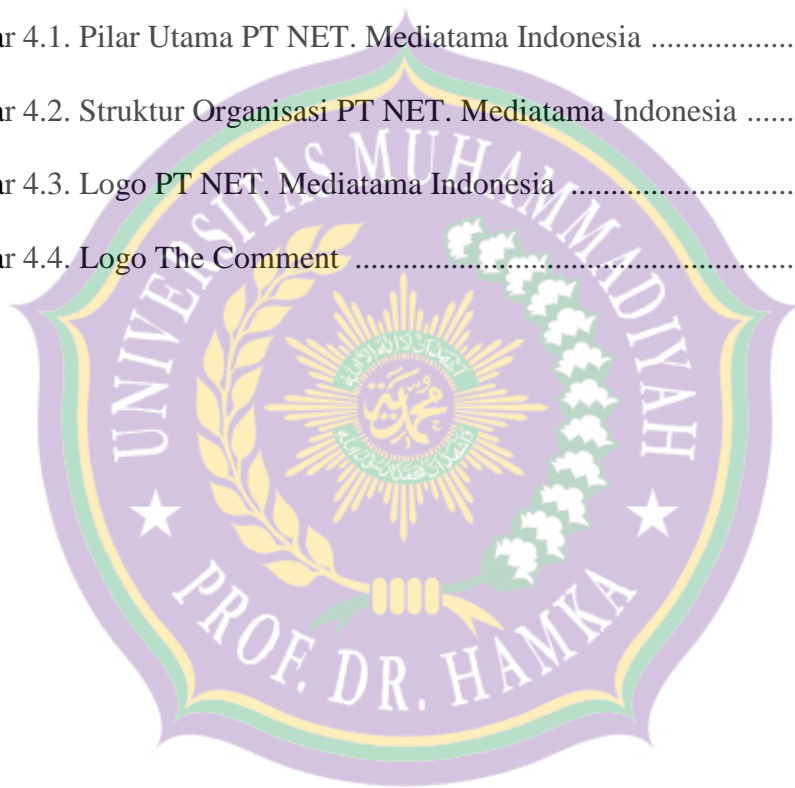
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Sifat Media Penyiaran NET.	36
Tabel 2.2. Format Program Acara Televisi	49
Tabel 2.3. Unsur-Unsur <i>Variety Show</i>	51
Tabel 2.4. Definisi Konsep	72
Tabel 2.5. Definisi Konsep <i>Variety Show The Comment</i>	73
Tabel 2.6. Unsur-Unsur <i>Variety Show The Comment</i>	74
Tabel 2.7. Unsur-Unsur Tayangan <i>The Comment</i>	76
Tabel 2.8. Operasional Konsep GS dan GO	82
Tabel 2.9. Operasional Konsep MU	83
Tabel 3.1. Kerangka Sampling	92
Tabel 3.2. <i>Case Processing Summary</i> Variabel GS	94
Tabel 3.3. Uji Validitas Variabel GS	95
Tabel 3.4. Uji Reliabilitas Variabel GS	97
Tabel 3.5. <i>Case Processing Summary</i> Variabel GO	98
Tabel 3.6. Uji Validitas Variabel GO	98
Tabel 3.7. Uji Reliabilitas Variabel GO	100
Tabel 3.8. <i>Case Processing Summary</i> Variabel MU	101
Tabel 3.9. Uji Validitas Variabel MU	102
Tabel 3.10. Uji Reliabilitas Variabel MU	104
Tabel 3.11. Jadwal Pelaksanaan Penelitian	107

Tabel 4.1. Struktur Organisasi Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD)	
Universitas Trisakti	112
Tabel 4.2. Kepuasan yang Dicari dalam Tayangan The Comment	
(<i>Gratification Sought</i>)	124
Tabel 4.3. Deskriptif Interval <i>Gratification Sought</i>	125
Tabel 4.4. Distribusi Frekuensi <i>Gratification Sought</i>	127
Tabel 4.5. Kepuasan yang Diperoleh dalam Tayangan The Comment	
(<i>Gratification Obtained</i>)	128
Tabel 4.6. Deskriptif Interval <i>Gratification Obtained</i>	129
Tabel 4.7. Distribusi Frekuensi <i>Gratification Obtained</i>	131
Tabel 4.8. Penggunaan Media daam Tayangan The Comment	
(<i>Media Use</i>)	132
Tabel 4.9. Deskriptif Interval <i>Media Use</i>	133
Tabel 4.10. Distribusi Frekuensi <i>Media Use</i>	135
Tabel 4.11. Uji Korelasi Antara GS dengan MU	136
Tabel 4.12. Uji Korelasi Antara MU dengan GO	137
Tabel 4.13. Uji Beda GS dengan GO	138

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Komunikasi Melvin De Fleur	31
Gambar 2.2. Klasifikasi Saluran Komunikasi Massa	33
Gambar 2.3. Logo The Comment	54
Gambar 2.4. Model ‘Nilai Harapan’ (<i>Expectancy-Vaue</i>)	65
Gambar 4.1. Pilar Utama PT NET. Mediatama Indonesia	114
Gambar 4.2. Struktur Organisasi PT NET. Mediatama Indonesia	115
Gambar 4.3. Logo PT NET. Mediatama Indonesia	116
Gambar 4.4. Logo The Comment	117



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi membuat perkembangan media komunikasi massa turut mengalami kemajuan yang juga sangat pesat dan semakin berkembang. Media massa pada umumnya mempunyai fungsi sebagai alat untuk memberikan informasi (fungsi *informative*), sebagai alat yang mendidik atau meningkatkan pengetahuan publik (fungsi *edukatif*), fungsi memengaruhi, fungsi meyakinkan (*to persuade*), fungsi menganugerahkan status, fungsi membius (*narcotization*), fungsi menciptakan rasa kebersatuan, dan fungsi privatisasi, (Ardianto, dkk, 2007: 18).

Salah satu media massa yang mempunyai fungsi tersebut dengan sangat baik adalah televisi. Televisi merupakan salah satu bentuk media massa yang paling banyak digunakan dan diminati oleh masyarakat untuk mengakses informasi-informasi dalam waktu yang sangat cepat dan memperoleh hiburan yang dibutuhkan, oleh karena itu televisi juga menjadi media yang paling banyak memberikan pengaruh pada kehidupan manusia.

Di Indonesia, sejarah perkembangan pertelevisian pertama kali dimulai dengan munculnya stasiun televisi milik pemerintah yaitu TVRI pada tahun 1962. Sejak saat itu kurang lebih 27 tahun penonton televisi di Indonesia hanya menonton satu saluran televisi saja.

Barulah pada tahun 1989, pemerintah memberikan izin operasi kepada kelompok usaha Bimantara untuk membuka stasiun televisi RCTI yang merupakan televisi swasta pertama di Indonesia, yang lalu diikuti dengan kehadiran televisi-televisi swasta lainnya seperti SCTV, Indosiar, ANTV, dan TPI (yang berubah nama menjadi MNC TV). Lalu gerakan reformasi pada tahun 1998 telah memicu perkembangan industri media massa di Indonesia khususnya televisi. Seiring dengan itu, kebutuhan masyarakat akan informasi juga semakin bertambah. Maka menjelang tahun 2000-an hadirlah beberapa stasiun televisi swasta nasional, diantaranya Metro TV, Trans TV, TV 7 (yang berubah nama menjadi Trans 7), Lativi (yang juga mengalami perubahan kepemilikan dan perubahan nama menjadi TV One), Global TV, serta NET. Pada tahun yang sama tidak hanya televisi swasta nasional saja yang berkembang dan bertambah akan tetapi televisi swasta daerah pun bertambah seperti Jak TV, CTV Banten, O'Channel, DAAI TV, Kompas TV, Elshinta TV, RTV, IN TV dan lain sebagainya.

Munculnya berbagai stasiun televisi swasta menguntungkan bagi berbagai pihak, yakni menjadi bertambahnya lapangan pekerjaan dan semakin beragamnya program acara yang disajikan oleh setiap pengelola stasiun televisi.

Dalam sebuah stasiun televisi program acara merupakan bagian penting bagi kelangsungan hidup suatu stasiun televisi. Masing-masing stasiun televisi memiliki program-program acara yang beragam dan dikemas dengan menarik, mulai dari program berita, *reality show*, religi,

dokumenter, *talk show*, *infotainment*, *variety show*, musik, hingga program sinetron. Mereka bersaing untuk menyajikan program-program acara yang menarik, berkualitas, menghibur, dan mendidik. Hal ini ditujukan agar program-program yang ditayangkan mendapatkan perhatian dari khalayak luas. Oleh sebab itu, setiap stasiun televisi memiliki program unggulan, misalnya RCTI dan SCTV unggul dalam program sinetron, Indosiar unggul dalam program pencarian bakat penyanyi dangdut, Metro TV dan TV One unggul dalam program berita.

Televisi yang merupakan media yang paling banyak digemari dan digunakan oleh masyarakat, pada dasarnya juga dapat memberikan suatu kepuasan tersendiri bagi yang menontonnya. Kepuasan merupakan suatu keadaan dalam diri seseorang yang berasal dari akibat suatu kebutuhan dan motif inilah yang menggerakkan perilaku seseorang untuk mencari pemenuhan kebutuhan seseorang. Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai” (Tjiptono & Chandra, 2011: 292). Kepuasan tersebut bisa berupa kesenangan yang membuat kita dapat tertawa sampai terbahak-bahak maupun yang berupa kesedihan yang membuat kita menangis sampai tersedu-sedu. Kepuasan tersebut dapat merubah perasaan *audience* yang tadinya sedih menjadi senang maupun sebaliknya, karena menonton suatu program acara.

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu tayangan/program dengan harapan-harapannya. Untuk memenuhi kebutuhan kepuasan tersebut *audiens* memilih media apa yang hendak digunakan kemudian juga memilih pesan apa yang ingin didapatkan. Kepuasan penonton sangat penting karena akan menempatkan tayangan pada rating teratas.

Menurut McQuail (2011: 178), *audience* (penonton) memiliki berbagai motivasi/kebutuhan menonton suatu program acara. Ada yang hanya ingin memenuhi kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan yang disebut dengan kebutuhan kognitif. Selain itu ada juga penonton yang memenuhi kebutuhan afektifnya, yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetik, menyenangkan, dan emosional. Ada juga yang hanya ingin memenuhi kebutuhan pribadi secara integratif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. Atau untuk memenuhi kebutuhan sosial secara integratif yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman, dan dunia yang didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi. Ada juga yang menggunakannya untuk kebutuhan penguatan yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, dan hasrat keanekaragaman, serta mengisi waktu luang.

Beragam latar belakang kebutuhan-kebutuhan tersebut membuat program di televisi dapat terus hidup.

Pada perkembangannya program *variety show* menjadi salah satu program unggulan di setiap stasiun televisi karena bisa disiarkan secara langsung atau interaktif sekaligus atraktif, ditambah dengan sifatnya yang menghibur (*entertain*). Penayangan program *variety show* yang menarik akan menimbulkan rasa kepuasan tersendiri bagi penontonnya. Program *variety show* yang ditayangkan di televisi dengan cara pengemasan (*packaging*) yang tidak membosankan, diharapkan dapat menimbulkan kepuasan bagi penonton.

Banyak program *variety show* yang dikemas sangat baik, bagus, dan menarik oleh setiap stasiun televisi. Seperti YKS (Yuk Keep Smile) Trans TV yang menjadi pionir *variety show* di dunia pertelevisian Indonesia, acara ini mulai mengudara 31 Agustus 2013 dan tayang secara langsung pada 30 September 2013 hingga 27 Juni 2014, acara ini di pandu oleh beberapa *host* yang sudah terkenal seperti Raffi Ahmad, Alm. Olga Syahputra, Billy Syahputra, dan juga Ceisar yang menjadi icon dari acara tersebut, mendatangkan bintang tamu yang berbeda di setiap harinya, acara ini di setiap segmennya hanya menampilkan tarian (*jogetan*) yang diiringi dengan musik dangdut koplo, sketsa komedi, kuis interaktif, musik, dan berbagai *games*. Belum sampai satu tahun tayangan ini hadir, sudah mendapatkan beberapa kali teguran dari KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) karena berbagai macam hal seperti pencelaan (menampilkan adegan-adegan

dan omongan yang menghina dan acara ini hanya berisi hura-hura), goyang oplosan (ormas Front Pembela Islam (FPI) juga mengkritik acara ini. Mereka mengkritik goyang oplosan yang menampilkan goyangan yang terlalu vulgar dan erotis sehingga Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) mengirimkan dua kali surat teguran), pelecehan terhadap Benyamin Sueb (pada tayangan tanggal 20 Juni 2014, acara YKS dinilai telah menyamakan tokoh legendaris Betawi, almarhum Benyamin Sueb dengan anjing. Pada saat itu, Caesar dihipnotis agar saat melihat anjing itu sama dengan melihat almarhum Benyamin Sueb yang lucu dan jenaka). Karena berbagai alasan-alasan ini dan juga karena sudah mendapatkan tiga kali surat peringatan dari KPI maka tayangan ini diberhentikan pada tanggal 24 Juni 2014.

Selain YKS ada acara *variety show* yang dikemas hampir sama dengan YKS yaitu *Pesbukers* yang tayang di ANTV. *Pesbukers* (sebelumnya *Pesta Buka Bareng Selebritis*) merupakan sebuah acara televisi yang ditayangkan oleh ANTV setiap Senin hingga Jumat pada awalnya, ditayangkan pada pukul 18:00-19:00 WIB. Acara ini pertama kali dimulai pada tanggal 25 Juli 2011. Yang berisi acara yang berhubungan dengan anak gaul (ABG) dan disiarkan selama 60 menit (15 menit sebelum Adzan Maghrib, dan dilanjutkan 3 menit kemudian setelah iklan). Acara yang dipandu oleh artis seperti Alm. Olga Syahputra, Raffi Ahmad, Jessica Iskandar, Denny Cagur, Opie Kumis, dan Sapri dalam perkembangannya lebih banyak menampilkan komedi-komedi dan beberapa kali kuis interaktif. *Pesbukers* pernah mendapatkan teguran dari KPI untuk tidak

ditayangkan dahulu karena candaan Olga terhadap Julia Perez yang menyapa dengan Assalamualaikum dan dibalas oleh Olga dengan mengatakan: "Jangan pakai Assalamualaikum, seperti pengemis saja." dan dari pihak ANTV Pesbukers ditayangkan secara tidak langsung (rekaman). Namun dengan berjalannya waktu program ini lambat laun kurang mendapatkan perhatian dari para pemirsanya karena banyaknya program-program India yang ditayangkan oleh ANTV.

Berbeda dengan stasiun-stasiun televisi lain yang menayangkan program *variety show* yang lebih banyak candaan-candaan yang kurang baik, NET. sebagai stasiun televisi baru di Indonesia memiliki visi menyajikan konten program yang kreatif, inspiratif, informatif, sekaligus menghibur. Barulah pada tanggal 26 Mei 2013 NET. sebagai Televisi Masa Kini resmi mengudara, setelah sebelumnya menjalani siaran percobaan sejak tanggal 18 Mei 2013. Beberapa program NET. langsung mendapat respon positif dari pemirsa, seperti "The Comment dan Sarah Sechan". Dari lini digital, NET. membuat terobosan dengan melakukan *engagement* langsung ke pemirsa, melalui beberapa alat pengukur yang terarah. Akun-akun sosial media NET. pun diberdayakan secara optimal untuk mengurangi jarak antara program dengan pemirsa.

NET. merupakan salah satu alternatif tontonan hiburan layar kaca. NET. hadir dengan format dan konten program yang berbeda dengan stasiun TV lain. Sesuai perkembangan teknologi informasi, NET. didirikan dengan semangat bahwa konten hiburan dan informasi di masa mendatang akan

semakin terhubung, lebih memasyarakat, lebih mendalam, lebih pribadi, dan lebih mudah di akses. Karena itulah, sejak awal NET. muncul dengan konsep multiplatform, sehingga pemirsanya bisa mengakses tayangan NET. secara tidak terbatas, kapan pun, dan di mana pun.

Secara konten, tayangan NET. berbeda dengan tayangan televisi yang sudah ada. Sesuai semangatnya, tayangan berita NET. wajib menghibur, dan sebaliknya, tayangan hiburan NET. harus mengandung fakta, bukan rumor atau gosip. Secara tampilan, NET. muncul dengan gambar yang tajam dan warna yang lebih cerah. NET. telah menggunakan sistem *full high definition* (Full-HD) dari hulu hingga hilir.

Program *variety show* yang ditayangkan di televisi dengan cara pengemasan (*packaging*) yang tidak membosankan seperti *host* yang memiliki jiwa *entertain*, adanya *home band*, menayangkan tayangan yang tidak hanya menghibur tapi juga mengedukasi dengan informasi-informasi yang diberikan baik dengan video, gambar/foto, *footage*, dan lain sebagainya, diharapkan dapat menimbulkan kepuasan bagi penonton. Kepuasan merupakan perasaan atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antarv persepsi kinerja atau hasil suatu tayangan/program dengan harapan-harapannya. Untuk memenuhi kebutuhan kepuasan tersebut *audience* memilih media apa yang hendak digunakan kemudian juga memilih pesan apa yang ingin didapatkan. Kepuasan penonton sangat penting karena akan menempatkan tayangan pada rating teratas.

The Comment yang merupakan salah satu program dengan format *variety show* yang dikemas secara unik dan menarik. Program ini dibawakan oleh dua *host* (pembawa acara) laki-laki yaitu Danang dan Darto, dimana dari masing-masing memiliki ciri khas, baik itu dalam penampilan (*style*) maupun gaya bahasa para *host*. Program ini mengomentari berbagai macam hal, mulai dari video, *footage*, gambar, foto, hingga *capture* dari *sosial media*, dengan gaya yang lucu dan menghibur. The Comment ditayangkan pada malam hari dengan tujuan untuk menghibur khalayak.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori *uses and gratifications* dari orang pertama yang mengenalkan teori ini yaitu Herbert Bluner dan Elihu Katz, dimana teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhannya (Nurudin, 2009: 192).

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti ingin melihat bagaimana kepuasan penonton dalam menonton The Comment. Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Universitas Trisakti, ini dipilih karena secara segmentasi usia, program The Comment ditujukan untuk kalangan remaja hingga dewasa (17 – 27 tahun), dan secara segmentasi ekonomi untuk stasiun televisi NET. berada pada tingkat menengah – atas (B – A).

Ada beberapa referensi penelitian yang menjadi pembanding dengan penelitian ini, antara lain :

No	Nama Penulis	Judul Skripsi	Paradigma	Metode	Temuan
1	Shelly Septia Dewi (Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka)	Kepuasan Siswa-Siswi SMA PGRI 1 Bekasi Terhadap Program Acara Japan Suki di Radio 8EH	Positivisme-eksplanatif	Kuantitatif	Siswa-siswi SMA PGRI 1 Bekasi tidak mendapatkan kepuasan dari mendengarkan program acara Japan Suki di Radio 8EH
2	Rifani Cahayani (Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka)	Kepuasan Khalayak Ibu-Ibu Majelis Ta'lim Al-Ikhlas RW 11 Kelurahan Karanggunung Putri Bogor Terhadap Program acara Dakwah Sarapan Hati di MNC TV	Positivisme-deskriptif	Kuantitatif	Ibu-Ibu Majelis Ta'lim Al-Ikhlas RW 11 Kelurahan Karanggunung Putri Bogor, tidak mendapatkan kepuasan dari menonton program Dakwah Sarapan Hati di MNC TV
3	Firda Canida (Universitas Mercu Buana)	Harapan dan Kepuasan Mahasiswa Universitas Mercu Buana Dalam Menonton Tayangan X-Factor di RCTI	Positivisme-deskriptif	Kuantitatif	Mahasiswa Universitas Mercu Buana mendapatkan harapan dan kepuasan dari menonton tayangan X-Factor di RCTI
4	Desi Ratna Sari (Universitas Mercu Buana)	Harapan dan Kepuasan Mahasiswa Universitas Mercu Buana Angkatan	Positivisme-deskriptif	Kuantitatif	Mahasiswa <i>Broadcasting</i> Universitas Mercu Buana Angkatan 2009

		2009 Pada Tayangan Sinetron <i>Tukang Bubur Naik Haji The Series</i> di RCTI			mendapatkan harapan dan kepuasan dalam menonton tayangan sinetron <i>Tukang Bubur Naik Haji The Series</i> di RCTI
5	Steffi Maya Anugrah (Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka)	Kepuasan Mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Universitas Trisakti Terhadap Tayangan <i>The Comment</i> di NET.	Positivisme-deskriptif	Kuantitatif	

1. Meskipun sudah banyak penelitian tentang kepuasan penonton tetapi perlu dilakukan karena penonton memiliki berbagai tujuan untuk menonton suatu tayangan, dan setiap penonton memiliki rasa puas atau tidak puas terhadap tayangan yang mereka tonton, serta penelitian ini dalam teknik pengumpulan data juga menggunakan teknik wawancara.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka perumusan masalahnya adalah “Apakah Mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Universitas Trisakti mendapatkan kepuasan dalam menonton tayangan *The Comment* di NET. ?”

1.3. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan untuk membatasi masalah penelitian agar tidak melebar. Peneliti membatasi masalah pembahasan pada Kepuasan Mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Universitas Trisakti dalam menonton tayangan The Comment di NET.

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui kepuasan mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Universitas Trisakti terhadap tayangan The Comment di NET.

1.5. Signifikansi Penelitian

1.5.1. Signifikansi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat teori humanistik sosial dan teori *uses and gratification* dalam mengukur kepuasan khlayak terhadap suatu media massa khususnya televisi yang menjadi media massa paing berpengaruh bagi kehidupan masyarakat dalam pemenuhan *kepuasaan*, dalam hal ini ialah *kepuasaan* mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Universitas Trisakti terhadap tayangan The Comment NET.

1.5.2. Signifikansi Metodologis

Penelitian ini diharapkan hasilnya dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang sejenis dan dapat dikembangkan lagi, terutama dalam memberikan kerangka metodologis dalam paradigm positivisme. Penelitian ini bersifat

deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau obyek tertentu. Penelitian kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan.

1.5.3. Signifikasi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan bagi para insan pertelevisian untuk menghadirkan tayangan-tayangan hiburan yang lebih mendidik, dan dikemas secara menarik.

1.6. Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini dibahas secara garis besar mulai dari latar belakang masalah, perumusan masalah yang menjelaskan secara singkat gambaran umum, batasan masalah yang akan dibahas, tujuan penelitian dan signifikasi penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Kerangka Teori

Pada bab ini akan dijabarkan tentang paradigma positivisme, hakikat komunikasi, definisi komunikasi massa, definisi penyiaran, definisi televisi, definisi program televisi, *variety show*, program acara *The Comment*, *audience* (penonton) televisi, teori *uses and gratification*, hipotesis penelitian, definisi konsep dan operasional konsep.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini berisi metodologi penelitian yang digunakan, pendekatan, jenis dan metode penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, teknik analisis data, serta lokasi dan jadwal penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini berisi deskripsi populasi penelitian, deskripsi obyek penelitian, hasil penelitian, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V Penutup

Pada bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran-saran peneliti.



DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elnivaro, dkk. 2007. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- Ardianto, Elnivaro. 2009. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- Baksin, Askurifai. 2009. *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- Baran, Stenly J, dan Davis, Denis K. 2010. *Teori Komunikasi Massa : Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*. Jakarta. Salemba humanika.
- Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Rajawali Persada. Jakarta.
- Djamal, Hidajanto & Fachruddin, Andi. 2013. *Dasar-Dasar Penyiaran (Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi)*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Teori dan Praktek Ilmu Komunikasi Massa*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Fachruddin, Andi. 2015. *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- _____. 2016. *Manajemen Pertelevision Modern*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Frank G. Goble. 1987. *Mazhab Ketiga : Psikologi Humanistik Abraham*. Kanisius. Yogyakarta.

- Kountur, Ronny. 2009. *Metode penelitian untuk penulisan skripsi dan tesis*. Jakarta. PPM.
- Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa (Sebuah Analisis Isi Media Televisi)*. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Kriyantono, Rakhmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public relation, advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Latief, Rusman dan Yusiatie, Ubud. 2015. *Siaran Televisi Non Drama : Kreatif, Produktif, Public Relation, dan Iklan*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Maleong, Lexy J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Margono. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail (McQuail's Mass Communication Theory) Edisi 6 Buku 2*. Salemba Humanika. Jakarta.
- Morissan. 2008. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta
- _____. 2009. *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Mufid, Muhammad. 2007. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.

- Naratama, Rukmananda. 2006. *Menjadi Sutradara Televisi dengan Single dan Multi Camera*. Grasindo. Jakarta.
- Narbuko, Cholid & Abu Achmadi. 2005. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Rakhmat, Jalaludin. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung. PT Remajv Rosdakarya.
- Riduwan. 2004. *Skala Pengukuran Variabel dan Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Romli, Asep Syamsul M. 2014. *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Salim, Agus. 2001. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. PT. Tiara Wacana. Yogyakarta.
- Set, Sony. 2008. *Menjadi Perancang Program Televisi Profesional*. Andi Yogyakarta. Yogyakarta.
- Soenarto, RM. 2007. *Program TV dari Penyusunan Sampai Pengaruh Siaran*. FFTV – IKJ Press. Jakarta.
- Sudjana. 2005. *Metoda Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. 2008. *Statistika untuk penelitian*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality & Satisfaction: Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Wiryanto. 2004. *Teori Komunikasi Massa*. PT. Grasindo. Jakarta.

REFERENSI SKRIPSI :

Shelly Septia Dewi. 2010. *Kepuasan Siswa-Siswi SMA PGRI 1 Bekasi Terhadap Program Acara Japan Suki di Radio 8EH*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.

Rifani Cahayani. 2015. *Kepuasan Khalayak Ibu-Ibu Majelis Ta'lim Al-Ikhlas RW 11 Kelurahan Karanggun Gunung Putri Bogor Terhadap Program acara Dakwah Sarapan Hati di MNC TV*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.

Firda Canida. 2010. *Harapan dan Kepuasan Mahasiswa Universitas Mercu Buana Dalam Menonton Tayangan X-Factor di RCTI*. Jakarta: Universitas Mercu Buana.

Desi Ratna Sari. 2010. *Harapan dan Kepuasan Mahasiswa Broadcasting Universitas Mercu Buana Angkatan 2009 Pada Tayangan Sinetron Tukang Bubur Naik Haji The Series di RCTI*. Jakarta: Universitas Mercu Buana.

WEBSITE :

<http://www.landasanteori.com/2015/10/pengertian-televisi-fungsi-sebagai.html> di akses pada tanggal 26 Maret 2016.

Twitter : @TheComment_NET akses pada tanggal 26 April 2016.

<http://www.netmedia.co.id/about> di akses pada tanggal 20 November 2016

<http://www.netmedia.co.id/program/77/The-Comment> di akses pada tanggal 20 November 2016

https://id.wikipedia.org/wiki/The_Comment di akses pada tanggal 20 November 2016

https://id.wikipedia.org/wiki/Acara_varietas di akses pada tanggal 20 November 2016

<https://id.wikipedia.org/wiki/film> akses pada tanggal 10 Maret 2017

<https://dikiumbara.wordpress.com/2016/03/15/gimmick-di-televisei-bukan-sekadar-pemanis/> akses pada tanggal 20 November 2016

<http://fsrd.trisakti.ac.id/tentang-fsrd/sejarah-singkat> akses pada tanggal 15 Maret 2017

<http://fsrd.trisakti.ac.id/tentang-fsrd/visi-dan-misi> akses pada tanggal 15 Maret 2017

<http://fsrd.trisakti.ac.id/tentang-fsrd/struktur-organisasi> akses pada tanggal 15 Maret 2017

