



## KEPUASAN MAHASISWA FISIP UHAMKA TERHADAP TAYANGANINI TALKSHOW DI NET TV

### *SKRIPSI*

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



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
JAKARTA, 2016

**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 : Renaldy Iqramullah Litiloly

NIM : 1206015114

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Penyiaran

Judul : Kepuasan Mahasiswa FISIP UHAMKA terhadap Tayangan Ini  
Talkshow di NET TV

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, Agustus 2016

Yang Menyatakan



**Renaldy Iqramullah Litiloly**

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

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Kepuasan Mahasiswa FISIP UHAMKA terhadap Tayangan Ini  
*Talkshow di NET TV*

Nama : Renaldy Iqramullah Litiloly

NIM : 1206015114

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Penyiaran



Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Maryono Basuki, M.Si.

Tanggal: 25 Agustus 2016

Eko Digdoyo, S.Pd., M.Hum.

Tanggal: 10 Agustus 2016

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

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Kepuasan Mahasiswa FISIP UHAMKA terhadap Tayangan Ini

*Talkshow di NET TV*

Nama : Renaldy Iqramullah Litiloly

NIM : 1206015114

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Penyiaran



Telah dipertahankan di hadapan pengaji pada sidang skripsi  
yang dilaksanakan pada hari Rabu, tanggal 31 Agustus 2016, dan  
dinyatakan LULUS.

Dr. H. Syaiful Rohim, M.Si.  
Pengaji I  
Tanggal: 15 September 2016

Windaningsih, S.Sos., M.I.Kom.  
Pengaji II  
Tanggal: 15 September 2016

Dr. Maryono Basuki, M.Si.  
Pembimbing I  
Tanggal: 15 September 2016

Eko Digdoyo, S.Pd., M.Hum.  
Pembimbing II  
Tanggal: 16 September 2016

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

## ABSTRAK

Judul	: Kepuasan Mahasiswa FISIP UHAMKA terhadap Tayangan Ini <i>Talkshow</i> di NET TV
Nama	: Renaldy Iqramullah Litiloly
NIM	: 1206015114
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Peminatan	: Penyiaran
Halaman	: 118 + Iv halaman + 2 bagan + 26 tabel + 7 gambar + 16 lampiran + 29 bibliografi

Kata Kunci: Kepuasan, FISIP UHAMKA, Ini *Talkshow*

NET hadir sebagai stasiun televisi swasta baru yang menyuguhkan program-program acara yang memikat pemirsa televisi, salah satunya genre program *talkshow* yang menjadi daya tarik perhatian penonton. Salah satu *talkshow* yang sedang naik daun di NET TV adalah Ini *Talkshow*. Perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu “Apakah mahasiswa FISIP UHAMKA puas dalam menonton tayangan Ini *Talkshow* di NET TV?”.

Teori yang digunakan dalam penelitian adalah teori *uses and gratifications* untuk menjelaskan bagaimana individu menggunakan atau mengonsumsi media dan efek apa yang ditimbulkannya. Dalam penelitian ini, mahasiswa FISIP UHAMKA menonton tayangan Ini *Talkshow* untuk mendapatkan kepuasan.

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif serta jenis penelitian yang digunakan bersifat eksplanatif dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei eksplanatif (analitik). Populasi dalam penelitian adalah mahasiswa FISIP UHAMKA semester 2, 4, 6, dan 8 berjumlah 547 orang. Sampel yang didapat sebanyak 85 orang dengan mengukur menggunakan rumus Taro Yamane. Pengumpulan data dalam penelitian menggunakan kuesioner atau angket yang diberikan kepada responden, yaitu mahasiswa FISIP UHAMKA semester 2, 4, 6, dan 8. Selanjutnya, penelitian ini melakukan uji validitas dan reliabilitas serta menganalisis datanya dengan uji korelasi.

Hasil penelitian yang didapat adalah *gratifications sought* atau kepuasan yang dicari (GS) berkorelasi positif dengan *media use* atau penggunaan media (MU), dan *media use* atau penggunaan media (MU) berkorelasi positif dengan *gratifications obtained* atau kepuasan yang diperoleh (GO) dan nilai rata-rata (*mean*) GS dalam uji beda *Paired Samples T-Test* memiliki nilai lebih kecil, yaitu 35,0991 dari nilai rata-rata (*mean*) GO sebesar 39,021 (GS < GO). Dengan demikian, mahasiswa FISIP UHAMKA puas terhadap tayangan Ini *Talkshow* di NET TV.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya bagi kita semua, karena atas Rahman dan Rahim-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Kepuasan Mahasiswa FISIP UHAMKA terhadap Tayangan Ini *Talkshow* di NET TV”. Tak lupa penulis panjatkan shalawat serta salam kepada junjungan kita yakni baginda Rasulullah SAW sebagai suri tauladan bagi manusia hingga akhir zaman nanti, kita sebagai umat-Nya yang tak luput dari salah dan lupa akan senantiasa mengharapkan syafaat-Nya.

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Said Romadlan, S.Sos., M.Si. selaku Dekan FISIP UHAMKA.
2. Dr. Sri Mustika, M.Si. selaku Wakil Dekan FISIP UHAMKA.
3. Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom. selaku Kepala Program Studi (Kaprodi) Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA.
4. Dr. Maryono Basuki, M.Si. selaku dosen pembimbing I skripsi. Penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga.
5. Eko Digdoyo, S.Pd., M.Hum. selaku dosen pembimbing II skripsi. Penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga.
6. Husnan Nurjuman, S.Ag., M.Si. selaku dosen pembimbing akademis. Penulis mengucapkan banyak terima kasih atas bimbingan dan saran-sarannya selama melaksanakan perkuliahan.

- 
7. Dosen-dosen FISIP UHAMKA. Terima kasih atas ilmu yang telah diberikan selama 4 (empat) tahun dalam melaksanakan perkuliahan.
  8. Staf FISIP UHAMKA yang telah membantu penulis dalam mengurus administrasi hingga prosedur skripsi.
  9. Kedua orang tua dan keluarga besar tercinta yang telah memberi dukungan dan semangat sampai skripsi ini selesai.
  10. Citra Putri Merdekawati, Damayanti Junaedi, Nicky Audina dan Mentari Ikaputri. Sahabat terbaikku dari bangku SMA hingga sekarang. Terima kasih buat semangatnya, kalian luar biasa! Tahun 2016 jadi mimpi kita semua ya! Raih gelar sarjana. Semangat kawan!!
  11. *Geng Kapak!* (Ceriya Liliyana, Cicilya Utami Rachmat, Fajrin Annisa dan Reva Harry Putra). Saya, Cya dan Reva akan segera menyusul Cicil dan Icha yang sudah wisuda *hehe*. Tetap semangat kawan-kawanku!
  12. Sahabat-sahabat terbaikku di FISIP UHAMKA (Adam Joe, Andita, Andys, Alfian, Bramantyo, Cece, Dedy, Dhika, Dwi, Eva, Firda, Hana, Ilham Obat, Jihan, Kiki, Koenta, Memei, Nurlinda, Nur Azizah (Nurza), Putri Permata (Pepe), Rahmi, Regi, Rina, dan Utin). *I love you guys!* Terima kasih sudah menjadi kawan yang baik yang selalu beri semangat dan masukkan positif sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
  13. FISIP UHAMKA Angkatan 2012. Angkatan yang paling kompak dan *super!* Terutama SATUCE '12. *Keep solid guys!* Tak lupa Angkatan

2013, 2014 dan 2015 yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi.

14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

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

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



## DAFTAR ISI

### HALAMAN

<b>HALAMAN JUDUL (COVER)</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	12
1.3. Pembatasan Masalah .....	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Signifikansi Penelitian.....	12
1.5.1. Signifikansi Akademis.....	12
1.5.2. Signifikansi Metodologis.....	13
1.5.3. Signifikansi Praktis .....	13
1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian .....	13
1.7. Sistematika Penulisan.....	14

<b>BAB II KERANGKA TEORI</b> .....	16
2.1. Paradigma Positivisme .....	16
2.2. Komunikasi .....	18
2.2.1. Hakikat Komunikasi .....	18
2.2.2. Definisi Komunikasi .....	19
2.2.3. Elemen Komunikasi .....	21
2.2.4. Fungsi Komunikasi.....	21
2.2.5. Media Komunikasi .....	22
2.2.6. Model Komunikasi .....	23
2.2.7. Konteks Komunikasi .....	25
2.3. Penyiaran.....	28
2.3.1. Definisi Penyiaran .....	28
2.3.2. Media Penyiaran .....	29
2.3.3. Sifat Penyiaran .....	29
2.4. Komunikasi Massa.....	31
2.4.1. Definisi Komunikasi Massa .....	31
2.4.2. Karakteristik Komunikasi Massa .....	32
2.4.3. Fungsi Komunikasi Massa .....	35
2.4.4. Komponen Komunikasi Massa .....	36
2.5. Televisi.....	37
2.5.1. Sejarah Singkat Televisi .....	38
2.5.2. Siaran Televisi di Indonesia .....	38
2.5.3. Fungsi Televisi .....	40

2.5.4. Karakteristik Televisi .....	41
2.5.5. Jenis Program Televisi .....	42
2.6. Teori <i>Uses and Gratifications</i> .....	44
2.7. Program <i>Talkshow</i> .....	48
2.8. Ini <i>Talkshow</i> .....	50
2.9. Hipotesis Penelitian.....	52
2.10. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	53
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>63</b>
3.1. Pendekatan, Jenis dan Metode Penelitian .....	63
3.1.1. Pendekatan Penelitian .....	63
3.1.2. Jenis Penelitian.....	64
3.1.3. Metode Penelitian.....	65
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian .....	65
3.2.1. Populasi .....	65
3.2.2. Sampel.....	66
3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	67
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	69
3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	70
3.4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel GS “Kepuasan yang Dicari dalam Tayangan Ini <i>Talkshow</i> ” .....	70
3.4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel GO “Kepuasan yang Diperoleh dalam Tayangan Ini <i>Talkshow</i> ” .....	73

3.4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel MU “Penggunaan Media dalam Tayangan Ini <i>Talkshow</i> ” .....	76
3.5. Teknik Analisis Data.....	79
3.6. Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian.....	81
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>82</b>
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	82
4.1.1. Sejarah FISIP UHAMKA.....	82
4.1.2. Visi, Misi, dan Tujuan FISIP UHAMKA .....	86
4.1.3. Struktur Organisasi FISIP UHAMKA .....	87
4.1.4. Sejarah PT. NET Mediatama Indonesia .....	88
4.1.5. Pilar Utama PT. NET Mediatama Indonesia.....	89
4.1.6. Visi dan Misi PT. NET Mediatama Indonesia .....	89
4.1.7. Struktur Organisasi PT. NET Mediatama Indonesia.....	89
4.1.8. Arti Nama NET. TV .....	90
4.1.9. Arti Logo NET. TV .....	91
4.1.10. Slogan NET. TV .....	91
4.1.11. Ini <i>Talkshow</i> NET. TV .....	92
4.2. Hasil Penelitian .....	93
4.3. Pengujian Hipotesis .....	104
4.4. Pembahasan.....	110
4.4.1. Kepuasan yang Dicari Mahasiswa FISIP UHAMKA terhadap Tayangan Ini <i>Talkshow</i> .....	110

4.4.2. Kepuasan yang Diperoleh Mahasiswa FISIP UHAMKA terhadap Tayangan Ini <i>Talkshow</i> .....	110
4.4.3. Penggunaan Media oleh Mahasiswa FISIP UHAMKA terhadap Tayangan Ini <i>Talkshow</i> .....	111
4.4.4. Relevansi Penelitian dengan Teori <i>Uses and Gratifications</i> .....	111
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>116</b>
5.1. Kesimpulan .....	116
5.2. Saran-saran.....	116
5.2.1. Saran Akademis .....	117
5.2.2. Saran Metodologis .....	117
5.2.3. Saran Praktis .....	117
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xvii</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>xxi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP PENELITI .....</b>	<b>lv</b>

## DAFTAR TABEL

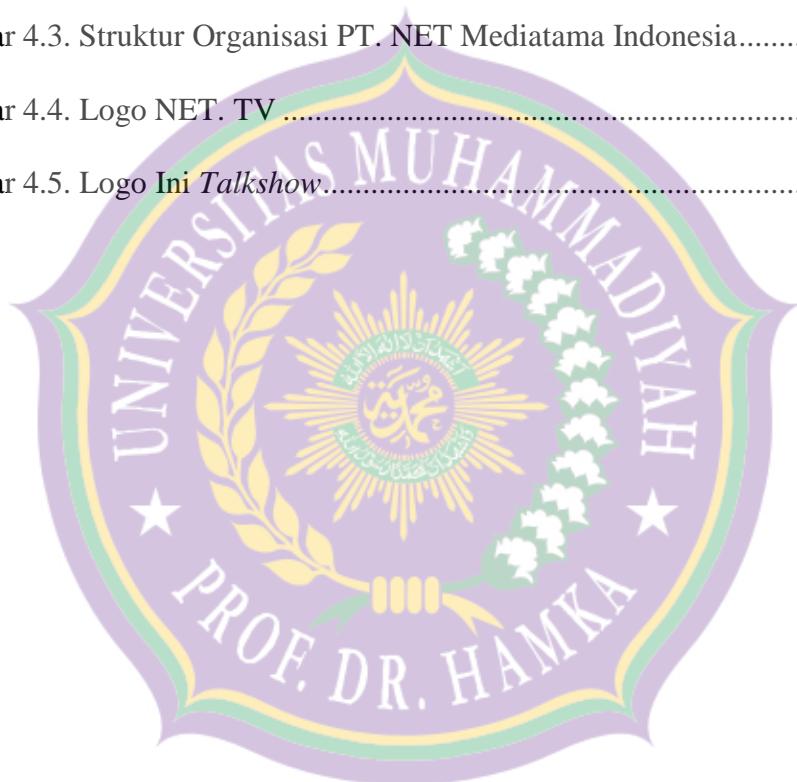
Tabel 2.1. Sifat Media Penyiaran .....	30
Tabel 2.2. Operasionalisasi Konsep GS & GO .....	57
Tabel 2.3. Operasionalisasi Konsep MU.....	60
Tabel 3.1. Kerangka Sampling.....	68
Tabel 3.2. <i>Case Processing Summary</i> Variabel GS .....	70
Tabel 3.3. Uji Validitas Variabel GS .....	71
Tabel 3.4. Uji Reliabilitas Variabel GS .....	72
Tabel 3.5. <i>Case Processing Summary</i> Variabel GO .....	73
Tabel 3.6. Uji Validitas Variabel GO .....	74
Tabel 3.7. Uji Reliabilitas Variabel GO.....	75
Tabel 3.8. <i>Case Processing Summary</i> Variabel MU.....	76
Tabel 3.9. Uji Validitas Variabel MU .....	77
Tabel 3.10. Uji Reliabilitas Variabel MU .....	78
Tabel 3.11. Jadwal Penelitian .....	81
Tabel 4.1. Kepuasan yang Dicari dalam Tayangan Ini <i>Talkshow</i> (GS) .....	94
Tabel 4.2. Deskriptif Interval GS .....	95
Tabel 4.3. Distribusi Frekuensi GS .....	97
Tabel 4.4. Kepuasan yang Diperoleh dalam Tayangan Ini <i>Talkshow</i> (GO) ....	97
Tabel 4.5. Deskriptif Interval GO .....	99
Tabel 4.6. Distribusi Frekuensi GO .....	100
Tabel 4.7. Penggunaan Media dalam Tayangan Ini <i>Talkshow</i> (MU) .....	101

Tabel 4.8. Deskriptif Interval MU .....	102
Tabel 4.9. Distribusi Frekuensi MU.....	104
Tabel 4.10. Uji Korelasi antara GS dengan MU .....	104
Tabel 4.11. Uji Korelasi antara MU dengan GO .....	105
Tabel 4.12. Uji Beda GS dengan GO.....	107



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1. Model Komunikasi Lasswell.....	25
Gambar 2.2. Model ‘Nilai Harapan’ ( <i>Expectancy-Value</i> ) .....	46
Gambar 4.1. Struktur Organisasi FISIP UHAMKA .....	87
Gambar 4.2. Pilar Utama PT. NET Mediatama Indonesia.....	89
Gambar 4.3. Struktur Organisasi PT. NET Mediatama Indonesia.....	90
Gambar 4.4. Logo NET. TV .....	91
Gambar 4.5. Logo <i>Ini Talkshow</i> .....	92



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pada saat ini komunikasi massa sudah sangat berkembang, dapat dilihat dari perkembangan pada dunia penyiaran. Dunia penyiaran merupakan salah satu bagian dari konteks komunikasi massa. Di dalam dunia penyiaran terdapat dua aspek, yaitu penyiaran radio dan penyiaran televisi. Penyiaran radio terlebih dahulu muncul daripada penyiaran televisi. Sejarah ditemukannya radio dimulai dari Inggris dan Amerika Serikat. Donald McNicol dalam bukunya *Radio's Conquest of Space* menyatakan bahwa terkalahkannya ruang angkasa dengan radio dimulai tahun 1802 oleh Dane.

Radio yang digunakan sebagai alat atau media komunikasi massa (*broadcasting*) mula-mula diperkenalkan oleh David Sarnoff pada tahun 1915. Kemudian Le De Forrest melalui eksperimen siaran radionya telah menyiaran kampanye pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 1916, sehingga ia dikenal sebagai pelopor radio siaran (Riswandi, 2009: 8).

Menurut catatan Agee et.al, siaran percobaan televisi di AS dimulai pada tahun 1920-an. Para ilmuwan terus menerus mengembangkan teknologi komunikasi televisi. Tahun 1948 merupakan tahun penting dalam dunia pertelevisian dengan dikembangkannya televisi komersial di AS. Sejak saat itu

televisi mengalami perkembangan yang pesat dan berpengaruh luar biasa terhadap khalayak (Riswandi, 2009: 9-10).

Penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan. Penyiaran televisi adalah media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.

Menurut Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002, penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. Televisi dibagi menjadi empat jenis, yaitu televisi nasional, televisi swasta, televisi berlangganan dan televisi komunitas.

Televisi berasal dari dua kata yang berbeda asalnya, yaitu *tele* (bahasa yunani) yang berarti jauh dan *visi* (*vision*) berarti penglihatan, dengan demikian televisi yang dalam bahasa Inggris *television* diartikan dengan melihat jauh. Melihat jauh di sini diartikan dengan gambaran dan suara yang diproduksi di suatu tempat dengan demikian kita pahami bahwa televisi adalah salah satu bentuk media massa yang melancarkan suara dan gambar yang diproduksi dari kenyataan yang disiarkan melalui gelombang elektromagnetik sehingga dapat diterima oleh pesawat televisi.

Televisi merupakan media yang dapat mendominasi komunikasi massa, karena sifatnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak. Televisi memiliki kelebihan dari media massa lainnya karena bersifat audio dan visual (didengar dan dilihat), dapat menggambarkan kenyataan, dan secara langsung dapat menyajikan peristiwa yang sedang terjadi kepada setiap pemirsa dimanapun berada.

Fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya, yakni memberi informasi, mendidik, menghibur dan membujuk. Tetapi fungsi menghibur lebih dominan pada media televisi sebagaimana hasil penelitian-penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNPAD, yang menyatakan bahwa pada umumnya tujuan utama khalayak menonton televisi adalah untuk memperoleh hiburan, selanjutnya untuk memperoleh informasi.

Televisi sendiri memiliki 3 (tiga) karakteristik, yaitu 1) Audiovisual. Televisi memiliki kelebihan yang dapat didengar sekaligus dapat dilihat (*audiovisual*); 2) Berpikir dalam gambar. Pihak yang bertanggung jawab atas kelancaran acara televisi adalah pengarah acara. Bila ia membuat naskah acara atau membaca naskah acara, ia harus berpikir dalam gambar (*think in picture*); dan 3) Pengoperasian lebih kompleks. Pengoperasian televisi lebih kompleks, dan lebih banyak melibatkan orang.

Media massa khususnya televisi memiliki pengaruh yang begitu besar terhadap perkembangan informasi yang ada di masyarakat kita. Sebut saja mulai

dari informasi politik, ekonomi, *fashion*, dan sebagainya. Hal ini karena televisi merupakan media yang paling mudah diakses oleh sebagian masyarakat Indonesia.

Televisi tidak hanya digunakan sebagai media untuk memperoleh informasi dan berita, tetapi juga sebagai sarana hiburan. Banyaknya jumlah stasiun televisi menghadirkan beragam pilihan bagi pemirsanya. Spesialisasi stasiun televisi menjadi ciri khas mereka dalam menggaet jumlah khalayak.

Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya sangat beragam. Pada dasarnya apa saja bisa dijadikan program untuk ditayangkan di televisi selama program itu menarik dan disukai audien, dan selama tidak bertentangan dengan kesuilaan, hukum dan peraturan yang berlaku. Pengelola stasiun penyiaran dituntut untuk memiliki kreativitas seluas mungkin untuk menghasilkan berbagai program yang menarik.

Berbagai jenis program itu dapat dikelompokkan menjadi dua bagian besar berdasarkan jenisnya yaitu: 1) program informasi (*news*) dan; 2) program hiburan (*entertainment*) (Morissan, 2008: 218).

Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada audien. Daya tarik program ini adalah infomasi, dan infomasi itulah yang “dijual” kepada audien. Program informasi dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu berita keras (*hard news*) dan berita lunak (*soft news*). Contoh dari berita keras (*hard news*) adalah *straight news, features, dan infotainment*. Kemudian contoh berita lunak (*soft news*) adalah *current affair, magazine, documenter, dan talkshow*.

Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan (*game*), musik, dan pertunjukkan.

Salah satu contoh *talkshow* yang sedang naik daun saat ini adalah *Ini Talkshow* di NET TV. NET dengan *tagline*-nya “Televisi Masa Kini” merupakan salah satu alternatif tontonan hiburan layar kaca. NET hadir dengan format dan konten program yang berbeda dengan stasiun TV lain. NET hadir sebagai stasiun televisi swasta baru yang menyuguhkan program-program acara yang memikat pemirsa televisi, salah satunya *genre* program *talkshow* yang menjadi daya tarik perhatian penonton.

Ini *Talkshow* merupakan *talkshow entertainment* yang dikemas dengan suasana santai. Membahas persoalan hangat yang ada di masyarakat dengan cara sederhana. Di acara ini juga memperlihatkan suasana rumah dan karakter-karakter yang ada di rumah tersebut. Di dalam acara ini, pemain-pemain juga bermain peran atau berakting sekaligus menanyakan bintang tamu dan persoalan di masyarakat. Acara ini mengudara setiap hari Senin sampai Jum’at pukul 20.00-21.30 WIB di NET TV.<sup>1</sup>

Berdasarkan *rating* dan *share* Nielsen Audience Measurement seminggu terakhir (14/12), *Ini Talkshow* (NET TV) menempati peringkat 323 dengan *rating*

---

<sup>1</sup> <http://www.netmedia.co.id/program/107/Ini-Talk-Show>. Diakses pada hari Jum’at tanggal 08 Januari 2016, Pukul 16:55.

sebesar 0.7% dan *share* sebesar 2.8% dari 349.000 penonton yang peringkatnya dikalahkan oleh program sejenis seperti “dr. OZ Indonesia” (Trans TV) dan “Gen Z” (Trans7).<sup>2</sup>

Pada Kamis (17/12) siang, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) akhirnya mempublikasikan hasil *rating* survei mereka. Walau sistemnya tidak secanggih Nielsen, namun sampel respondennya cukup luas karena menjangkau 9 kota besar di Indonesia. Responden yang menjadi sampel KPI merupakan mahasiswa perguruan tinggi, sehingga tidak heran jika hasilnya sangat berbeda jauh dengan rating yang dikeluarkan oleh Nielsen Indonesia. Ini *Talkshow* (NET TV) dalam kategori program *variety show* menempati peringkat pertama dengan persentase sebesar 55.80% yang mengalahkan program *variety show* lainnya seperti “Dangdut Academy Asia” (Indosiar) sebesar 36.80%, “A Night with Judika” (Trans TV) sebesar 34%, “Inbox Weekend” (SCTV) sebesar 30.30%, “The New Eat Bulaga Indonesia” (ANTV) sebesar 27.80%, “Live With Trio Lestari” (Trans TV) sebesar 25.30%, “Dapur Mama Seru” (ANTV) sebesar 23.50% dan “The Biggest Concert Raisa” (SCTV) sebesar 21.60%.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Data *rating* dan *share* Nielsen Audience Measurement per tanggal 14 Desember 2015. Sumber diperoleh dari Dosen Manajemen Media Elektronik dan Programming Televisi FISIP UHAMKA, Bapak Drs. Andi Fachruddin, M.Si.

<sup>3</sup> <http://blog.terus.be/2015/12/buat-rating-tandingan-nielsen-ini-program-dengan-rating-tinggi-versi-kpi.html>. Diakses pada hari Kamis tanggal 24 Desember 2015, Pukul 15:06.

Dari sinilah masalah muncul dan menarik perhatian peneliti untuk meneliti dengan judul “Kepuasan Mahasiswa FISIP UHAMKA terhadap Tayangan Ini *Talkshow* di NET TV”.

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 mempunyai kata dasar puas yang berarti merasa senang karena sudah secukupnya merasa terpenuhi hasrat hatinya. Kepuasan adalah suatu konsep yang biasanya berkaitan dengan kenyamanan (Kriyantono, 2012: 123).

Alasan peneliti tertarik untuk meneliti Ini *Talkshow* di NET TV karena NET sebagai salah satu televisi swasta yang baru di industri penyiaran menyajikan program-program hiburan yang lebih *fresh*. Program baru yang disuguhkan NET adalah berupa program *talkshow* yang bersifat *entertainment*. Tidak hanya informasi yang disampaikan di tayangan tersebut, tetapi hiburan yang disajikan di Ini *Talkshow* sangat bervariasi.

Berdasarkan *rating* dan *share* Nielsen Audience Measurement, Ini *Talkshow* menempati peringkat yang sangat jauh dari harapan. Akan tetapi, *rating* survei Komisi Penyiaran Indonesia menunjukkan tayangan Ini *Talkshow* menempati peringkat teratas dalam kategori *variety show*. Dalam hal ini, NET berusaha untuk menyajikan tayangan Ini *Talkshow* dengan sebaik mungkin agar menarik perhatian khalayak untuk menonton tayangan tersebut serta

mempertahankan *rating* dan *share* Ini *Talkshow* agar kualitas tayangan tersebut dapat meningkat dan bertahan lama di industri hiburan.

Dari segi konsep, Ini *Talkshow* dikemas dengan ringan dan santai yang menggunakan konsep ala rumahan, sehingga khalayak yang menonton tayangan Ini *Talkshow* di studio maupun televisi seperti menonton di rumah sendiri.

Bintang tamu atau narasumber yang diundang dalam acara tersebut memiliki kriteria baik seperti kalangan selebriti tanah air dan mancanegara, atlit, inspirator, dan sebagainya yang mengulas persoalan hangat yang ada di masyarakat dan mengulas sedikit informasi mengenai narasumber yang diundang ke Ini *Talkshow*, sehingga informasi tersebut tersampaikan dan diketahui oleh khalayak yang menonton tayangan tersebut.

Ini *Talkshow* juga menampilkan nuansa komedi yang mengundang gelak tawa seperti memparodikan lagu makanan dan minuman yang diaransemen sama dengan lagu aslinya, misalnya Sate diparodikan oleh *host* (Sule) dan *consultant host* (Andre Taulany) dengan aransemen lagu Cita Citata “Sakitnya Tuh Disini”.

*Host* dan *consultant host* juga memberi kejutan/*surprise* atau tantangan kepada bintang tamu atau narasumber yang mengisi acara tersebut. Hal menarik dari tayangan Ini *Talkshow* adalah memberi denda atau sanksi sebesar Rp 5.000,00 (lima ribu rupiah) apabila *host*, *consultant host* dan semua pengisi acara tersebut melakukan celaan yang tidak sesuai dengan etika dan nilai moral.

Selain nuansa komedi yang ditampilkan di Ini *Talkshow* ada juga nuansa budaya seperti budaya Sunda yang terbawa oleh *host* (Sule) dan beberapa

pendukung acara seperti Yudjeng dan Sas Widjanarko (Mang Saswi) yang merupakan asli Jawa Barat. Budaya Sunda yang ditampilkan di *Ini Talkshow*, misalnya saat *opening* *Ini Talkshow* disambut dengan *karawitan* maupun tarian tradisional dari Jawa Barat. Dalam beberapa segmen, *host* *Ini Talkshow* kadang-kadang melontarkan pertanyaan dengan bahasa Sunda kepada bintang tamu yang berasal dari Jawa Barat.

Sebelumnya telah dilakukan penelitian mengenai kepuasan penonton terhadap suatu program acara televisi. Penelusuran hasil-hasil penelitian yang menggunakan kepuasan dapat dicantumkan sebagai perbandingan yaitu:

1. Nurrijal Maulia, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang meneliti mengenai Kepuasan Menonton Tayangan Kabar Siang TV One Guru SMA dan SMK Yayasan Pendidikan Mandiri Balaraja. Secara keseluruhan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan menonton tayangan Kabar Siang TV One pada guru SMA dan SMK Yayasan Pendidikan Mandiri Balaraja, karena sekolah yang berbasiskan Sekolah Standar Nasional (SSN), guru diwajibkan untuk menonton tayangan berita karena guru dituntut untuk mempunyai wawasan luas dan mempunyai informasi. Peneliti menggunakan teori *uses and gratifications* dengan metode survei. Peneliti menggunakan rumus Taro Yamane dengan populasi SMA 40 orang dan SMK 74 orang. Menggunakan nilai presisi 0,01, kemudian dijumlahkan

menjadi sampel sebanyak 114 orang. Hasil penelitian Nurrijal terdapat motif dan kepuasan dalam menonton Kabar Siang Tv One cukup puas dalam hal memberikan informasi kepada Guru SMA dan SMK Yayasan Pendidikan Mandiri Balaraja.

2. Reni Sukma Handayani, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang meneliti mengenai Kepuasan Siswa SMA Budi Mulia Ciledug—Tangerang terhadap Program Musik Dahsyat di RCTI. Secara keseluruhan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana motif yang dicari siswa SMA Budi Mulia Ciledug—Tangerang dalam menonton program musik Dahsyat RCTI, bagaimana kepuasan yang diperoleh Siswa SMA Budi Mulia Ciledug—Tangerang dalam menonton program musik Dahsyat RCTI, dan apakah terjadi kesenjangan antara kepuasan yang dicari dan diperoleh setelah menonton Dahsyat di RCTI. Peneliti menggunakan teori *uses and gratifications* dengan metode survei. Peneliti menggunakan rumus Taro Yamane dengan populasi siswa SMA Budi Mulia sebanyak 607 orang. Menggunakan nilai presisi 0,05, kemudian dijumlahkan menjadi sampel sebanyak 242 orang. Hasil penelitian Reni menyimpulkan bahwa kepuasan siswa SMA Budi Mulia terhadap program musik Dahsyat di RCTI direspon puas.
3. Sigit Prasetyo, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang meneliti

mengenai Kepuasan warga RW 01 Kelurahan Pondok Betung Tangerang Menonton Tayangan Sergap di RCTI. Teori yang digunakan yaitu *Uses and Gratifications*. Hasil penelitian Sigit menunjukkan kepuasan GO (kepuasan signifikansi) berbeda dengan GS (motif/harapan) yang artinya  $GO < GS$  yaitu responden tidak puas terhadap tayangan Sergap di RCTI.

4. Irmalia Septiana, mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang meneliti mengenai Perbandingan Motif dan Kepuasan Penonton Program Islam itu Indah Trans TV. Teori yang digunakan yaitu *Uses and Gratifications*. Hasil penelitian Irmalia menunjukkan bahwa ada perbedaan skor yang signifikan antara motif dan kepuasan. Skor tertinggi pada motif dan kepuasan adalah informasi. Penonton sangat berharap memiliki informasi lebih dengan menonton program Islam itu Indah Trans TV. Meski demikian, perbedaan skor tertinggi terdapat pada dimensi hiburan. Maka dapat disimpulkan program Islam itu Indah belum dapat memuaskan penontonnya pada dimensi informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, akan tetapi berhasil memberikan kepuasan pada dimensi hiburan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai kepuasan mahasiswa FISIP UHAMKA terhadap tayangan *Ini Talkshow* di NET TV.

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah pokok yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu “Apakah mahasiswa FISIP UHAMKA puas dalam menonton tayangan *Ini Talkshow* di NET TV?”

## 1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Kepuasan
2. *Ini Talkshow* NET TV

## 1.4. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan perumusan masalah di atas maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah “Untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa FISIP UHAMKA dalam menonton tayangan *Ini Talkshow* di NET TV”.

## 1.5. Signifikansi Penelitian

### 1.5.1. Signifikansi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan dapat memberikan pengetahuan kepada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA dan mahasiswa lainnya. Adanya teori yang

ingin dibahas yaitu teori *uses and gratifications* bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut.

### **1.5.2. Signifikansi Metodologis**

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang dapat digeneralisasikan untuk mendapatkan data yang akurat dan metodologi ini mempunyai prinsip postivisme. Penelitian diharapkan dapat digunakan dan memberikan sumbangsih terhadap pengembangan metode-metode penelitian baru yang lebih valid dengan metode survei.

### **1.5.3. Signifikansi Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan kepada lembaga, yaitu PT. NET Mediatama Indonesia dalam memperbaiki atau mengembangkan kegiatan industri pertelevisian, sehingga PT. NET Mediatama Indonesia dapat memberikan tayangan yang edukatif, informatif, dan menghibur.

## **1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian**

Kelemahan dalam penelitian ini adalah peneliti hanya meneliti tingkat kepuasan mahasiswa terhadap tayangan *Ini Talkshow* NET TV. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah dari segi waktu karena responden yang diteliti sedang liburan semester, sehingga peneliti menyebarluaskan kuesioner secara *online* dengan menggunakan *Google Forms* melalui *link* yang telah diberikan oleh peneliti kepada responden. Keterbatasan *Google Forms* yang digunakan dalam penelitian

ini adalah responden hanya mengisi pernyataan kuesioner dengan tergesa-gesa atau hanya mengisi saja tanpa tahu maksud dari pernyataan kuesioner tersebut dibanding dengan kuesioner manual atau cetak yang lebih terinci dan responden pun dengan mudah bertanya kepada peneliti mengenai maksud dari pernyataan kuesioner penelitian tersebut.

### **1.7. Sistematika Penulisan**

Agar mudah dalam menyampaikan informasi dan pokok-pokok pikiran, penulis menyusun skripsi ini secara sistematis yang dibagi dalam lima (5) bab dengan susunan sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini, penulis menerangkan pendahuluan yang akan penulis teliti mulai dari latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, kelemahan dan keterbatasan penulisan, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II KERANGKA TEORI**

Bab ini akan dijabarkan tentang paradigma positivisme, komunikasi, penyiaran, komunikasi massa, televisi, teori *uses and gratifications*, program *talkshow*, Ini *Talkshow*, hipotesis penelitian, dan definisi konsep serta operasionalisasi konsep.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

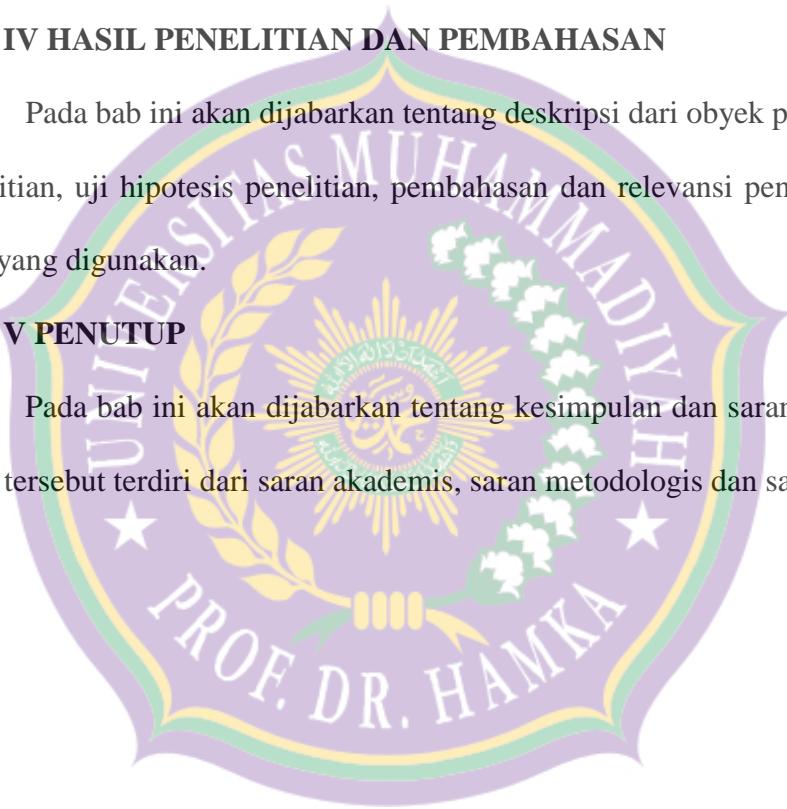
Bab ini berisi metodologi penelitian yang digunakan. Mencakup tentang pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, teknik analisis data serta lokasi dan jadwal penelitian.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan dijabarkan tentang deskripsi dari obyek penelitian, hasil penelitian, uji hipotesis penelitian, pembahasan dan relevansi penelitian dengan teori yang digunakan.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini akan dijabarkan tentang kesimpulan dan saran-saran. Saran-saran tersebut terdiri dari saran akademis, saran metodologis dan saran praktis.



## DAFTAR PUSTAKA

**Buku:**

Ardianto, Elvinaro dan Lukiat Komala Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Ardianto, Elvinaro dan Bambang Q-Anies. 2009. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Arifin, Eva. 2010. *Broadcasting: to be broadcaster*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

\_\_\_\_\_. 2005. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Fachruddin, Andi. 2015. *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*. Yogyakarta: Andi.

Kountur, Ronny. 2009. *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PPM.

Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

Loudon, David L. dan Albert J. Della Bitta. 1998. *Consumer Behavior: Concept & Application 4<sup>th</sup> edition*. Jakarta: Salemba Empat.

Lull, James. 1998. *Media, Komunikasi, Kebudayaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Maleong, Lexy J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Margono. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- McQuail, Denis. 2011. *McQuail's Mass Communication Theory: Buku 2, Edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy. 2011. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Narbuko, Cholid & Abu Achmadi. 2005. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Riduwan. 2004. *Skala Pengukuran Variabel dan Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Riswandi. 2009. *Dasar-dasar Penyiaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam, & Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Romli, Asep Syamsul M. 2014. *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Setyobudi, Ciptono. 2006. *Teknologi Broadcasting TV*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Singarimbun, Masri dan Sofyan Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3S.

Soetarno, R. 1989. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Kanisius.

Sudjana. 2005. *Metoda Statistika*. Bandung: Tarsito.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality & Satisfaction: Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.

**Internet:**

<http://www.perpuskita.com/macam-talkshow/157/>. Diakses pada hari Rabu tanggal 23 Desember 2015, Pukul 21:25.

<http://blog.terus.be/2015/12/buat-rating-tandingan-nielsen-ini-program-dengan-rating-tinggi-versi-kpi.html>. Diakses pada hari Kamis tanggal 24 Desember 2015, Pukul 15:06.

<http://www.tabloidbintang.com/articles/film-tv-musik/kabar/30435-ini-variety-show-paling-banyak-ditonton-versi-kpi>. Diakses pada hari Kamis tanggal 24 Desember 2015, Pukul 15:08.

<http://www.netmedia.co.id/program/107/Ini-Talk-Show>. Diakses pada hari Jum'at tanggal 08 Januari 2016, Pukul 16:55.

<https://jogie.wordpress.com/hang-tuah/modul-pelajaran/smk-broadcasting/penyiaran-tv/>. Diakses pada hari Sabtu tanggal 16 Januari 2016, Pukul 15:56.

<http://seputartelevisi.blogspot.co.id/2014/04/fungsi-televisi.html?m=1>. Diakses pada hari Kamis tanggal 30 Juni 2016, Pukul 04:43.

<http://www.referensimakalah.com/2013/03/definisi-kepuasan-menurut-para-ahli.html?m=1>. Diakses pada hari Minggu tanggal 24 Juli 2016, Pukul 16:25.

<http://fisip.uhamka.ac.id/>. Diakses pada hari Rabu tanggal 03 Agustus 2016, Pukul 14:00.

### **Sumber Lain:**

#### **Skripsi**

Handayani, Reni Sukma. 2012. *Kepuasan Siswa SMA Budi Mulia Ciledug—Tangerang Terhadap Tayangan Program Musik Dahsyat di RCTI*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Maulia, Nurrijal. 2011. *Kepuasan Menonton Tayangan Kabar Siang TV One Guru SMA dan SMK Yayasan Pendidikan Mandiri Balaraja*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Prasetyo, Sigit. 2008. *Kepuasan Warga RW 01 Kelurahan Pondok Betung Tangerang Menonton Tayangan Sergap di RCTI*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Septiana, Irmalia. 2013. *Perbandingan Motif dan Kepuasan Penonton Program Islam Itu Indah Trans TV*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

#### **Data**

- 1) Data *rating* dan *share Nielsen Audience Measurement* per tanggal 14 Desember 2015. Sumber diperoleh dari Dosen Manajemen Media Elektronik dan Programming Televisi FISIP UHAMKA, Bapak Drs. Andi Fachruddin, M.Si.
- 2) Data *Company Profile* PT. NET Mediatama Indonesia. Sumber diperoleh dari HRD PT. NET Mediatama Indonesia.