

**FILM TELEVISI DAN KESENJANGAN KEPUASAN**  
**(Studi Tentang Kesenjangan Kepuasan Menonton Film Televisi Kisah**  
**Nyata di Indosiar di Kalangan Ibu-Ibu Paguyuban Kepek 3, Timbulharjo,**  
**Sewon, Bantul)**



**UIP**  
STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
**Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**  
**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat**  
**Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

**Oleh:**

**Suci Wibowo**  
**NIM 14210102**

**Dosen Pembimbing :**

**Dr. H. M. Kholili, M. Si.**  
**NIP 19590408 190503 1 005**

**PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**  
**2018**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR**

Nomor : B- 2399/Un.02/DD/PP.05.3/11/2018

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**FILM TELEVISI DAN KESENJANGAN KEPUASAN (STUDI TENTANG  
KESENJANGAN KEPUASAN MENONTON FILM TELEVISI KISAH NYATA DI  
INDOSIAR DI KALANGAN IBU - IBU PAGUYUBAN KEPEK 3, TIMBULHARJO,  
SEWON, BANTUL)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Suci Wibowo  
NIM/Jurusan : 14210102/KPI  
Telah dimunaqasyahkan pada : Senin, 1 Oktober 2018  
Nilai Munaqasyah : 90.16 / A -

dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

**TIM MUNAQASYAH**

Ketua Sidang/Penguji I.

**Dr. H. M. Kholili, M.Si.**  
NIP 19590408 198503 1 005

Penguji II,

**Drs. Moch. Sahlan, M.Si.**  
NIP 19680501 199303 1 006

Penguji III,

**Dra. Hj. Evi Septiani TH, M.Si.**  
NIP 19640923 199203 2 001

Yogyakarta, 1 Oktober 2018

**Dr. H. M. Kholili, M.Si.**  
NIP. 19590408 198503 1 005



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230  
E-mail: [fd@uin-suka.ac.id](mailto:fd@uin-suka.ac.id), Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr. wb*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Suci Wibowo  
NIM : 14210102  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : FILM TELEVISI DAN KESENJANGAN KEPUASAN (Studi Tentang Kesenjangan Kepuasan Menonton Film Televisi Kisah Nyata di Indosiar di Kalangan Ibu-Ibu Paguyuban Kepek 3, Timbulharjo, Sewon, Bantul)

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera di munaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.


*Wassalamu'alaikum wr. wb.*


Yogyakarta, 21 Agustus 2018

Mengetahui:

Ketua Program Studi

Pembimbing I

  
Dr. Abdul Rozak, M.Pd.  
NIP: 19671006 199403 1 003

  
Dr.H.M. Kholik, M.Si  
NIP: 19590408 198503 1 005

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Suci Wibowo  
NIM : 14210102  
Tempat, Tanggal Lahir : Bantul, 1 Agustus 1995  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sungguh-sungguh, bahwa skripsi saya yang berjudul: **FILM TELEVISI DAN KESENJANGAN KEPUASAN** (Studi Tentang Kesenjangan Kepuasan Menonton Film Televisi di Indosiar di Kalangan Ibu-Ibu Paguyuban Kepek 3, Timbulharjo, Sewon, Bantul) adalah hasil penelitian pribadi dan tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang diambil penyusun sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggung jawabkannya sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 21 Agustus 2018  
Yang membuat pernyataan,



Suci Wibowo  
NIM. 14210102

## SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Suci Wibowo  
NIM : 14210102  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar berjilbab dengan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan maka saya tidak akan menyangkutputkan kepada pihak fakultas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan kesadaran yang sebenarnya.

*Wassalamu'alaikum wr.wb*

Yogyakarta, 21 Agustus 2018  
Yang membuat pernyataan,


Suci Wibowo  
NIM. 14210102

## HALAMAN PERSEMBAHAN

**Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya Mamak Paijem dan Bapak Sarjilan, Mbak Tari dan Mas Surat yang mendukung pendidikan saya sampai titik ini.**

**Untuk semua orang yang mendukung dan menyayangiku tanpa batas**

**Kepada yang selalu bertanya**

**“skripsi apa kabar ?”**

**“Skripsi sampai mana ?”**

**“Kapan wisudan ?”**

**Sungguh tanpa kalian pasti aku masih diperdaya kemalasan  
Almamaterku Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Fakultas Dakwah dan Komunikasi**

**UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

**-Suci Wibowo-**



## MOTTO

**Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya...**

**(QS. Al – Baqarah : 286)**

**Karena “WAKTU” tidak pernah memberi kesempatan kedua**

**(Suci Wibowo)**



## Kata Pengantar

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji bagi ALLAH SWT yang telah memberikan kenikmatan rahmat, hidayah, dan Inayah-Nya kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "FILM TELEVISI DAN KESENJANGAN KEPUASAN (Studi Tentang Kesenjangan Kepuasan Menonton Film Televisi "Kisah Nyata" di Kalangan Ibu-Ibu Paguyuban Kepek 3, Timbulharjo, Sewon, Bantul). Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada nabi junjungan kita, Nabi Agung Muhammad SAW yang kita nanti-nantikan syafaatnya nanti di *Yaumul Qiyamah*. Allahuma Aamiin.

Skripsi merupakan salah satu karya ilmiah yang wajib diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana. Selama proses penelitian untuk menulis skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga, Bapak Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, Ibu Dr. Nurjannah, M. Si.
3. Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Bapak Drs. Abdul Rozak, M Pd.



4. Drs. Muhammad Sahlan., selaku Dosen Pembimbing Akademik.  
Terima kasih atas bimbingan dan nasehat Bapak selama ini, yang selalu mendukung dan menanyakan “kamu belum sidang juga”.  
Semoga Bapak selalu sehat, dilimpahkan banyak rezeki, dan dilancarkan semua urusan oleh Allah SWT. Aamiin.
5. Dosen Pembimbing Skripsi Dr. H. M. Kholili, M. Si. Terima kasih sudah sabar, telaten, dan ikhlas membimbing saya, yang selalu saya repotkan dengan tiba-tiba datang keruangan, semoga Bapak selalu dalam limpahan kasih sayang Allah SWT. Aamiin.
6. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang dengan setia melayani kami.
7. Kepada tercinta, Ibu Paijem, Bapak Sarjilan, dan kedua kakakku Mas Surat dan Mbak Tari yang selalu memberikan kekuatan dan dukungan dalam segala hal. Terima kasih telah menjadi motivasi terbesar dalam pencapaian segala hal dalam hidup Suci selama ini. Terima kasih sayang yang tak pernah terhitung dalam hidup.
8. Sahabat-sahabat terbaikku Febri, Mas Totok, Intan, Nur, Rio, Apri, Elma Putri, Syada, Fatma, Devi, Rita, dan Icha yang selalu memberi semangat yang istimewa.
9. Teman-teman KKN UIN Sunan Kalijagan angkatan 93, Mertelu Gedangsari Gunung Kidul: Nur, Elma, Laily, Farikha, Habibi, Zaky, Deni, Anis.

10. Teman-teman dari KKN UPN “Veteran” Yogyakarta, di Mertelu, Gedangsari, Gunung Kidul. Cepet pada lulus wahai angkatan '13.
11. Teman-teman Outbound Waterbyur: Bunda, Mas Krisna, Kak Novi, Kak Joe, Kak Tutik, Kak Resti, Kak Darmawan, Kak Joko, dan semuanya.
12. Keluarga Besar KPI 2014 Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.
13. Dan untuk siapapun yang selama ini mendukung pendidikanku, kemajuanku, yang mungkin lupat tersebut. Kalian semua bagiku istimewa.

Yogyakarta, 21 Agustus 2018

Suci Wibowo

## ABSTRAK

Suci Wibowo, 14210102, KESENJANGAN KEPUASAN MENONTON FILM TELEVISI (Studi Tentang Kesenjangan Kepuasan Menonton Film Televisi Kisah Nyata di Indosiar di Kalangan Ibu-Ibu Paguyuban Kepek 3, Timbulharjo, Sewon, Bantul), skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Juli, 2018

Televisi merupakan salah satu media yang kehadirannya menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan yang dukungan tampilan audio visual secara bersamaan sehingga komunikasi yang disampaikan menjadi efektif dan mudah dipahami oleh semua kalangan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar kesenjangan kepuasan yang diharapkan (*gratification sought*) dengan kepuasan yang diperoleh (*gratification obtained*) setelah menonton film televisi Kisah Nyata di Indosiar.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang menggunakan metode survai dengan alat bantu kuesioner yang dibuat dengan motif menggunakan media massa menurut Mc. Quail. Responden dari penelitian ini ialah Ibu-Ibu yang berada di wilayah Paguyuban Kepek 3, Timbulharjo, Sewon, Bantul yang menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar dengan jumlah sampel 67 dari 207 populasi. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Data hasil kuesioner diolah dengan SPSS kemudian dimasukkan ke dalam coding sheet secara manual kemudian dianalisis. Sedangkan untuk mengetahui kesenjangan kepuasan yang diharapkan dengan kepuasan yang diperoleh dihitung dengan menggunakan rumus *discrepancy Palmgreen*.

Hasil dari perhitungan kesenjangan, diketahui bahwa FTV Kisah Nyata mampu memenuhi delapan jenis kebutuhan yang ditawarkan yakni angka kesenjangan <30% yakni pada kebutuhan mengetahui kisah-kisah hidup orang lain (11,94%), memperoleh arti kehidupan (19,40%), memperoleh cara menyelesaikan masalah dengan bijak (17,91%), menemukan karakter yang sesuai (28,35%), menemukan sosok yang bisa dijadikan contoh (29,85%), mendapatkan bimbingan menjalani kehidupan (11,94%), memperoleh bahan pembicaraan dengan orang lain (20,89%), melupakan permasalahan yang dihadapi (22,38%). Untuk kebutuhan yang mampu tidak mampu dipenuhi FTV Kisah Nyata karena angka kesenjangan >30% ialah pada motif dapat berkumpul dengan keluarga dan teman (31,34%), memperoleh dapat

mengisi waktu luang dan bersantai (35,82%), untuk memperoleh hiburan (35,82%).

Kata Kunci : Televisi, film televisi, kesenjangan kepuasan



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN BERJILBAB</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xix</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8

E. Kajian Pustaka.....	8
F. Kerangka Teori.....	12
G. Hipotesis.....	26
H. Sistematika Pembahasan .....	27
<b>BAB II METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
A. Jenis Analisis Penelitian.....	29
B. Definisi Konseptual .....	30
C. Definisi Operasional.....	31
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	37
E. Instrumen Penelitian.....	40
F. Teknik Pengumpulan Data.....	43
G. Validitas dan Reliabilitas.....	45
H. Analisis Data.....	49
<b>BAB III. GAMBARAN UMUM DAN DESKRIPSI LOKASI .....</b>	<b>52</b>
A. Gambaran Umum Paguyuban Kepek 3 .....	52
B. Gambaran Umum Indosiar .....	55
<b>BAB IV. FILM TELEVISI DAN KESENJANGAN KEPUASAN.....</b>	<b>62</b>
A. Variabel Kepuasan Yang Diharapkan (GS) .....	63
B. Variabel Penggunaan Media (MU).....	76

C. Variabel Kepuasan Yang Diperoleh.....	81
D. Analisis Data Kesenjangan Kepuasan Antara Kepuasan Yang Diharapkan dengan Kepuasan Yang Diperoleh.....	94

BAB V. PENUTUP .....	113
----------------------	-----

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jenis Media dan Sifat .....	15
Tabel 2 Jumlah Populasi Ibu-Ibu di Paguyuban Kepek 3 .....	38
Tabel 3 Rencana Butir Pertanyaan Kuesioner .....	42
Tabel 4 Uji Validitas Kepuasan Yang Diharapkan (GS).....	46
Tabel 5 Uji Validitas Penggunaan Media (MU).....	47
Tabel 6 Uji Validitas Kepuasan Yang Diperoleh (GO).....	47
Tabel 7 Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 8 Jenis Pekerjaan Responden Penelitian.....	54
Tabel 9 Sebaran Usia Responden Penelitian.....	54
Tabel 10 Sebaran Pendidikan Responden Penelitian.....	55
Tabel 11 Kebutuhan Responden untuk Mengetahui Kisah-Kisah Hidup Orang lain .....	66
Tabel 12 Kebutuhan Responden untuk Memperoleh Arti Kehidupan .....	67
Tabel 13 Kebutuhan Responden untuk Memperoleh Cara Menyelesaikan Suatu Masalah dengan Bijak.....	68
Tabel 14 Kebutuhan Responden untuk Menemukan Karakter yang Sesuai ..	69



Tabel 15 Kebutuhan Responden untuk Menemukan Sosok yang Bisa Dijadikan Contoh .....	70
Tabel 16 Kebutuhan Responden untuk Mendapatkan Bimbingan Menjalani Kehidupan .....	71
Tabel 17 Kebutuhan Responden untuk Memperoleh Bahan Pembicaraan Mengobrol dengan Orang Lain .....	72
Tabel 18 Kebutuhan Responden untuk Berkumpul dengan Keluarga dan Teman .....	73
Tabel 19 Kebutuhan Responden untuk Melupakan Permasalahan yang Sedang Dihadapi .....	74
Tabel 20 Kebutuhan Responden untuk Mengisi Waktu Luang dan Bersantai	75
Tabel 21 Kebutuhan Responden untuk Menyalurkan Emosi dan Ketegangan	76
Tabel 22 Kebutuhan Responden untuk Memperoleh Hiburan.....	77
Tabel 23 Aktifitas Responden Sebelum Menonton FTV Kisah Nyata.....	78
Tabel 24 Aktifitas Responden Ketika Menonton FTV Kisah Nyata .....	78
Tabel 25 Aktifitas Res[onden Setelah Menonton FTV Kisah Nyata .....	80
Tabel 26 Tingkat Keseringan Menonton FTV Kisah Nyata.....	81
Tabel 27 Curahan Waktu yang Diberikan Responden Ketika Menonton FTV Kisah Nyata .....	82

Tabel 28 Tingkat Kepuasan Mengetahui Tentang Kisah-Kisah Kehidupan Orang Lain .....	83
Tabel 29 Tingkat Kepuasan Memperoleh Arti Kehidupan .....	84
Tabel 30 Tingkat Kepuasan Memperoleh Cara Menyelesaikan Masalah dengan Bijak .....	85
Tabel 31 Tingkat Kepuasan Menemukan Karakter yang Sesuai .....	86
Tabel 32 Tingkat Kepuasan Menemukan Sosok Yang Bisa Dijadikan Contoh	87
Tabel 33 Tingkat Kepuasan Mendapatkan Bimbingan dalam Menjalani Kehidupan .....	88
Tabel 34 Tingkat Kepuasan Memperoleh Bahan Pembicaraan Mengobrol dengan Orang Lain .....	89
Tabel 35 Tingkat Kepuasan Dapat Berkumpul Dengan Keluarga dan Teman	90
Tabel 36 Tingkat Kepuasan Melupakan Permasalahan Yang Dihadapi .....	91
Tabel 37 Tingkat Kepuasan Dapat Mengisi Waktu Luang dan Bersantai .....	92
Tabel 38 Tingkat Kepuasan Menyalurkan Emosi dan Ketegangan .....	93
Tabel 39 Tingkat Kepuasan Dapat Memperoleh Hiburan .....	94
Tabel 40 Tingkat Kesenjangan Kepuasan dan Kemampuan Kebutuhan dari FTV Kisah Nyata di Indosiar .....	108
Tabel 41 Pola Penggunaan Media dalam Menonton FTV Kisah Nyata .....	111

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran .....	26
Gambar 2 Struktur Organisasi Paguyuban Kepek 3.....	53
Gambar 3 Logo Stasiun Televisi Indosiar.....	55

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1 Survey Responden</b>
<b>Lampiran 2 Kuesioner</b>
<b>Lampiran 3 Tabel Nilai R Product Momen</b>
<b>Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas</b>
<b>Lampiran 5 Skor Kuesioner Penelitian</b>
<b>Lampiran 6 Karakteristik Responden</b>
<b>Lampiran 7 Kategori Responden</b>
<b>Lampiran 8 Hasil Tabulasi Silang dengan SPSS</b>
<b>Lampiran 9 Foto Responden</b>

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Televisi merupakan salah satu media massa yang kehadirannya menjadi salah satu bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Sifatnya yang audio visual membuat televisi memiliki daya tarik tersendiri, apapun yang ditampilkan oleh media ini menjadi tampak nyata. Televisi menjadikan komunikasi lebih efektif sehingga tidak perlu menggunakan imajinasi yang berlebih untuk menikmati, karena dapat dilihat dan didengarkan secara bersamaan tentang pesan yang disampaikan.

Siaran televisi sesuai dengan sifatnya yang dapat diikuti secara audio dan visual (suara dan gambar) secara bersamaan oleh semua lapisan masyarakat, maka tidak semua siaran televisi dapat memuaskan semua lapisan masyarakat. Siaran televisi dapat membuat kagum dan memukau sebagai penontonnya, tapi sebaliknya siaran televisi dapat membuat jengkel dan rasa tidak puas bagi penonton lainnya.<sup>1</sup> Program televisi di Indonesia yang sedang banyak diproduksi adalah film televisi, sehingga stasiun televisi berlomba-lomba membuat film televisi yang dianggap sedang tren dan memenuhi keinginan pasar. Seperti, transTv dengan FTV Sinetrans

---

<sup>1</sup> Morrissan, *Manajemen Media Penyiaran*, ed. Revisi, cet . 5 (Jakarta: Prenada Grup, 2015). Hlm 22.

yang tayang setiap Senin-Jumat pukul 10.00 – 12.00 WIB. SCTV dengan FTV Pagi yang tayang pukul 10.00 – 12.00 WIB, dan FTV Malam tayang pada pukul 23.30 – 01.00 WIB yang mengisahkan kisah percintaan remaja. Kemudian, film televisi yang berorientasi tentang kehidupan keluarga lebih banyak tayang di stasiun televisi Indonesia seperti MNC TV tayang pada pukul 14.00 – 15.00 WIB. ANTV dengan Oh Mama Oh Papa tayang pada 10.00 – 11.30 WIB dan 11.30 – 13.00 WIB, Jodoh Wasiat Bapak 19.00 – 20.00 WIB, Karma The Series 20.00 – 21.00 WIB dan 21.00 – 22.30 WIB.<sup>2</sup>

Selain yang telah disebutkan, stasiun televisi sedang banyak memproduksi dan menayangkan film televisi yang segmentasi keluarga sebab akibat, yaitu Film Televisi Kisah Nyata di Indosiar. Film televisi “Kisah Nyata” menceritakan tentang kejadian nyata yang dialami masyarakat di mana dari kisah tersebut dapat dipetik hikmah serta nilai moralnya.<sup>3</sup> Kisah-kisah nyata yang kemudian ditampilkan dalam film televisi yang merupakan sayembara sebagai inovasi yang dilakukan oleh Indosiar dalam mengajak masyarakat untuk berkontribusi dalam memberikan tayangan yang memiliki nilai *plus*. Di setiap episodnya, film televisi “Kisah Nyata” selalu menampilkan hukum sebab akibat, di mana kebaikan akan berbalas kebaikan, dan keburukan akan mendatangkan keburukan.

---

<sup>2</sup> <http://www.jadwaltv.net/> dan pengamatan peneliti.

<sup>3</sup> Indosiar, “Kisah Nyata”, <http://www.indosiar.com/shows/sayembara-sinema-indonesia-kisah-nyataku>, diakses tanggal 12 Februari 2018.

Film televisi Kisah Nyata ditayangkan beberapa kali dalam sehari, yaitu Kisah Nyata Dini Hari tayang pukul 01.30 – 03.30 WIB, Kisah Nyata Siang pada pukul 11.30 – 13.30 WIB, Kisah Nyata Sore pada pukul 13.30 – 15.30 WIB, dan Kisah Nyata Petang pukul 15.30 – 17.30 WIB, serta Kisah Nyata Malam pada pukul 00.00 – 01.30 WIB dengan durasi yang cukup panjang yakni 120 menit setiap episodenya. Segmentasi yang dibangun dalam FTV Kisah Nyata adalah ditujukan kepada kehidupan keluarga. Cerita yang dibangun dalam FTV ini tidak terlalu rumit, alurnya mudah dipahami dengan menekankan hukum sebab-akibat.

Selain itu, FTV Kisah Nyata banyak menuai kontroversi dan mendapat beberapa peringatan oleh Komisi Penyiaran Indonesia terkait UU Penyiaran. Contohnya, seperti pada kasus tanggal 11 April 2017 Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) pernah melayangkan surat peringatan tertulis terkait dengan program siaran Kisah Nyata pada 22 Maret 2017 tentang penayangan adegan kekerasan dalam rumah tangga, yakni seorang suami yang melempar bantal ke arah istrinya, yang dianggap berpotensi melanggar Pasal 15 Ayat (1) dan Pasal 37 Ayat (4) huruf a SPS KPI Tahun 2012 tentang perlindungan remaja dan penggolongan program siaran.<sup>4</sup> Setelah itu, pada 7 Agustus 2018 KPI juga telah memebrikan peringatan tertulis program yang di tayangkan pada 16

---

<sup>4</sup> Komisi Penyiaran Indonesia, Peringatan Tertulis Program Siaran “Kisah Nyata” Indosiar, <http://www.kpi.go.id/index.php/id/edaran-dan-sanksi/33901-peringatan-tertulis-program-siaran-kisah-nyata-indosiar>, diakses 20 Maret 2018.

Julis 2017. Program Kisah Nyata tersebut menayangkan adegan seorang pria yang mengusir istri dan anaknya dan akan menceraikan istrinya karena tidak ingin wanita yang menjadi selingkuhannya disebut sebagai perusak rumah tangganya. KPI Pusat menilai hal ini berpotensi melanggar Pasal 15 Ayat (1) dan Pasal 37 Ayat (4) huruf a SPS KPI Tahun 2012 tentang perlindungan anak dan larangan program siaran klasifikasi R menampilkan materi yang mengganggu perkembangan kesehatan fisik dan psikis remaja.<sup>5</sup>

Dan pada sepanjang bulan Juli 2017, KPI telah melakukan pemantauan dan menemukan bahwa film televisi Kisah Nyata yang menampilkan muatan adegan dewasa, seperti perceraian, perselingkuhan, perebutan anak, dan konflik-konflik rumah tangga yang banyak mengandung unsur kekerasan. Hal tersebut dinilai memberikan pengaruh yang buruk kepada khalayak yang menonton acara tersebut.<sup>6</sup>

Dari uraian-uraian di atas, peneliti tertarik untuk lebih mengetahui bagaimana khalayak khususnya Ibu-Ibu di wilayah Paguyuban Kepek 3 menggunakan media televisi, kemudian pada tanggal 4 Februari 2018, peneliti melakukan observasi dan wawancara awal kepada sebagian populasi sebagai data tambahan, di

---

<sup>5</sup> Komisi Penyiaran Indonesia, Peringatan Tertulis Program Siaran "Kisah Nyata" Indosiar, <http://www.kpi.go.id/index.php/id/edaran-dan-sanksi/34063-peringatan-tertulis-program-siaran-kisah-nyata-indosiar-2>, diakses 19 Maret 2018.

<sup>6</sup> Panditiyo Rayendra, "Suami Usir Anak Istri Demi Selingkuhan, KPI peringatkan FTV Kisah Nyata Indosiar", <https://www.msn.com/id-id/hiburan/story/suami-usir-anak-istri-demi-selingkuhan-kpi-peringatkan-ftv-kisah-nyata-Indosiar//ar-AAq8Z1Y>, diakses 20 Maret 2018.

temukan dari empat puluh tiga Ibu-ibu di Paguyuban Kepek 3 yang ditemui tiga puluh diantaranya menonton Kisah Nyata Indosiar, sepuluh menonton acara lain, dan tiga orang tidak menonton televisi. Besarnya respon yang diberikan responden menjadi penelitian ini menarik untuk diteliti. Meskipun telah mendapatkan banyak peringatan dan menampilkan adegan-adegan kekerasan, tidak bisa dipungkiri tayangan FTV tersebut tetap menjadi tayangan yang cukup digemari bagi sebagian Ibu-Ibu di Paguyuban Kepek 3.<sup>7</sup>

Dalam penelitian ini, subyek yang dipilih adalah Ibu-Ibu, khususnya yang berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga karena dianggap sebagai khalayak media yang banyak menghabiskan waktu di depan televisi apalagi setelah melakukan pekerjaan rumah. Ibu Rumah Tangga ialah seorang wanita yang mengatur segala penyelenggaraan yang berkaitan dengan berbagai macam pekerjaan rumah tangga sebagai pekerjaan utama di dalam keluarganya.<sup>8</sup> Salah satu calon responden penelitian memberikan jawaban yang berkaitan dengan alasan menonton FTV Indosiar.

Film-film indosiar ini hadirnya setiap siang saat pekerjaan rumah sudah terselesaikan. Jadi, waktunya tepat untuk melepas rasa lelah. Meski acaranya sering

---

<sup>7</sup> Lampiran 1

<sup>8</sup> Tim Penyusun Pusat, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, hlm.



banyak tangis dan bikin gemes, tapi selalu penasaran kalau tidak menonton sampai selesai.<sup>9</sup>

Hanya pengguna media yang dapat mengetahui media mana yang dianggap paling besar dalam pemuasan kebutuhannya. Penelitian ini cenderung melihat khalayak yang aktif dalam pemenuhan kebutuhan melalui media massa. Motif-motif dan keinginan yang dicari menjadikan mereka selektif dalam memilih media.

Melalui pendekatan *Use and Gratification*, yaitu sebuah studi pendekatan yang lebih berorientasi pada studi khalayak, peneliti ingin memperoleh gambaran kebutuhan apa saja yang dicarikan pemuasnya melalui media massa, pola pengguna media, dan kepuasan yang diperoleh. Selanjutnya akan diketahui adanya kesenjangan kepuasan khalayak.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Seberapa besar tingkat kepuasan yang diharapkan responden (*Gratification Sought/GS*) dari menonton film televisi “Kisah Nyata” di Indosiar ?

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan Erna Novutasari, salah satu Ibu Rumah Tangga di Paguyuban Kepek 3, Timbulharjo, Sewon, Bantul, 4 Februari 2018.

2. Bagaimana pola penggunaan media di kalangan responden dalam menonton film televisi “Kisah Nyata” di Indosiar ?
3. Seberapa tingkat kepuasan yang diperoleh responden (*Gratifications Obtained/GO*) setelah menyaksikan film televisi “Kisah Nyata” di Indosiar ?
4. Apakah terdapat kesenjangan kepuasan (*Gratification Discrepancy/GD*) yang nmdiharapkan responden (*Gratification Sought/GS*) dengan kepuasan yang diperoleh (*Gratification Obtained/GO*) dari menonton film televisi “Kisah Nyata” di Indosiar ?

### C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan yang diharapkan (*Gratification Sought/GS*) di Kalangan Ibu-Ibu Paguyuban Kepek 3 dalam menonton film televisi “Kisah Nyata” di Indosiar.
2. Untuk mengetahui pola penggunaan media televisi Indosiar di Kalangan Ibu-Ibu Paguyuban Kepek 3.
3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan yang diperoleh (*Gratification Obtained/GO*) setelah menonton film televisi “Kisah Nyata” di Indosiar.
4. Untuk mengetahui kesenjangan kepuasan (*Gratification Discrepancy/GD*) antara kepuasan yang diharapkan responden (*Gratification Sought/GS*) dengan kepuasan yang diperoleh

responden (*Gratification Obtained/GO*) dari menyaksikan film televisi “Kisah Nyata di Indosiar.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Dapat mengetahui sejauh mana kemampuan metodologi dalam mengungkap permasalahan kesenjangan kepuasan dalam menonton film televisi Kisah Nyata di Indosiar.
- b. Hasil penelitian dapat dilanjutkan sebagai rekomendasi pada penelitian selanjutnya.

##### **2. Manfaat Praktis**

- a. Dapat memberikan jawaban kepuasan yang diharapkan di kalangan ibu-ibu Paguyuban Kepek 3, Timbuharjo, Sewon, Bantul dalam menonton film televisi Kisah Nyata di Indosiar.
- b. Dapat memberikan deskripsi yang jelas seberapa besar kepuasan yang di peroleh di kalangan ibu-ibu Paguyuban Kepek 3, Timbulharjo, Sewon, Bantul dalam menonton film televisi Kisah Nyata di Indosiar.

#### **E. Kajian Pustaka**

Telaah pustaka ditunjukkan agar peneliti tidak mempunyai kesamaan dengan penelitian sebelumnya yang telah ada. Selain itu, juga sebagai perbandingan peneliti dengan penelitian yang sudah

dilakukan oleh penelitian yang berjudul Kesenjangan Kepuasan Menonton Program Acara Komedi di Televisi (Studi Diskriptif tentang kesenjangan Kepuasan dalam Menonton Pesbukers di ANTV dan Comedy Project di Trans TV periode Juli – September 2012 di Kalangan Mahasiswa S1 Televisi dan Film ISI Surakarta Melalui Pendekatan *Use and Gratification*) persamaannya adalah kajian kesenjangan kepuasan pada televisi dengan pendekatan yang sama yaitu dengan teori *use and gratification*.<sup>10</sup> Perbedaan penelitian ini terletak pada subjeknya, Taufik Indra R meneliti di Mahasiswa, sedangkan penelitian ini meneliti di kalangan Ibu-Ibu. Selain itu pada objek yang diteliti, Taufik Indra R meneliti acara komedi, sedangkan penelitian ini adalah film televisi.

Selanjutnya, penelitian yang berjudul Kesenjangan Kepuasan Dalam Membaca Majalah *Happen Skaterboarding Magazine* (Studi tentang Kesenjangan Kepuasan dalam Membaca Majalah *Happen Skateboarding Magazine* di Kalangan Komunitas *Skateboard* Kota Solo) persamaan penelitian terletak pada metodologi dan teori yang digunakan, yakni pendekatan kuantitatif dengan teori *use and gratification*.<sup>11</sup> Selain itu, penelitian ini sama-sama menggunakan satu objek penelitian tanpa menggunakan perbandingan. Perbedaan

---

<sup>10</sup> Taufik Indra R, *Kesenjangan Kepuasan Menonton Program Acara Komedi di Televisi*, Skripsi (Surakarta : Program Ilmu Komunikasi, UNS, 2013).

<sup>11</sup> Muhammad Nur. W, *Kesenjangan Kepuasan dalam Membaca Majalah Happen Skateboard Magazine*, (Surakarta: Ilmu Komunikasi, UNS, 2014).

terletak pada media yang diteliti, Muhammad Nur pada majalah sedangkan penelitian ini pada film televisi.

Kemudian, kemudian yang berjudul Kesenjangan Kepuasan Dalam Menyaksikan Program Acara Jejak Paranormal di ANTV dan Mister Tukul Jalan-Jalan di Trans 7 (Studi Diskriptif Kuantitatif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FKI UMS Angkatan 2006-2014 dengan Pendekatan *Use and Gratification*) persamaannya adalah pada teori dan pendekatan yang digunakan yaitu *Use and Gratification*, dan penelitian tentang kesenjangan kepuasan.<sup>12</sup> Perbedaannya terletak pada acara televisi yang diteliti, Astri Werdiningtyas meneliti kesenjangan kepuasan pada acara mistik sedangkan penelitian ini meneliti kesenjangan kepuasan pada film televisi.

Selanjutnya, penelitian yang berjudul Motif dan Kepuasan Membaca Koran Pabelan (Studi Kesenjangan Antara Motif dan Kepuasan Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Informatika Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 Universitas Muhammadiyah Surakarta Terhadap Koran Pabelan).<sup>13</sup> Persamaan penelitian terletak pada menghitung tingkat kesenjangan kepuasan antara kepuasan yang diharapkan dengan kepuasan yang diperoleh menggunakan teori

---

<sup>12</sup> Astri Werdiningtyas, *Kesenjangan Kepuasan Dalam Menyaksikan Program Acara Jejak Paranormal di ANTV dan Mister Tukul di Trans 7*, (Surakarta: Ilmu Komunikasi, UMS, 2016).

<sup>13</sup> Arsita Dwi Suryandari, *Motif dan Kepuasan Membaca Koran Pabelan (Studi Kesenjangan Antara Motif dan Kepuasan Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Informatika Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 Universitas Muhammadiyah Surakarta Terhadap Koran Pabelan)*, (Surakarta, Ilmu Komunikasi, UMS, 2017).

*use and gratification*. Selain itu, penelitian ini sama-sama hanya menggunakan satu objek penelitian, tanpa membandingkan obyek penelitian satu dengan yang lainnya. Perbedaannya ialah pada objek penelitian, di mana Arsita meneliti tingkat kesenjangan mahasiswa yang membaca koran Pabelan, sedangkan penelitian ini akan meneliti tingkat kesenjangan ibu-ibu yang menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar.

Lalu, penelitian yang berjudul Diskrepansi Kepuasan Pembaca Media Online Islam: Studi Komparatif Kesenjangan Kepuasan Membaca Situs *eramuslim.com* di Kalangan Dosen dan Mahasiswa di Malang.<sup>14</sup> Persamaan penelitian adalah pada studi kesenjangan kepuasan. Sedangkan perbedaannya, ada pada media yang diteliti, Winda Hardyanti meneliti situs online *eramuslim.com*, penelitian ini meneliti pada film televisi. Selain itu, Winda meneliti menggunakan studi komparatif pada subjek penelitian yaitu mahasiswa dan dosen, penelitian ini hanya menggunakan satu subjek penelitian, yaitu ibu-ibu yang kemudian dideskripsikan seberapa besar kesenjangan kepuasannya.

Selain itu, penelitian yang berjudul Kesenjangan Kepuasan Penggunaan Aplikasi *Line* dan *Blackberry Messenger* di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Pekanbaru. Persamaannya pada studi

---

<sup>14</sup> Winda Hardyanti, *Diskrepansi Kepuasan Pembaca Media Online Islam: Studi Komparatif Kesenjangan Kepuasan Membaca Situs *eramuslim.com* di Kalangan Dosen dan Mahasiswa di Malang*, (Jurnal Sospol, Vol. 3, 2017), hlm 180-201.

kesenjangan kepuasan, dan teori yang digunakan yaitu *use and gratification* dengan pendekatan kuantitatif.<sup>15</sup> Perbedaannya terletak pada media yang diteliti, Syarifah Fathimy A tentang kesenjangan kepuasan penggunaan media aplikasi *Line* dan *Blackberry Messenger*, sedangkan penelitian ini kesenjangan kepuasan menonton film televisi.

## F. Kerangka Teori

### 1. Komunikasi Massa

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna.<sup>16</sup> Komunikasi menjadi sangat penting bagi manusia, karena setiap saat manusia membutuhkan komunikasi baik secara verbal maupun non-verbal yang digunakan agar apa yang di sampaikan menjadi satu paham makna dengan komunikan.

Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect ?* dari paradigma Lasswell

---

<sup>15</sup> Syarifah Fathimy Azizah, *Kesenjangan Kepuasan Penggunaan Aplikasi Line dan Blackberry Messenger di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Pekanbaru*, (Jurnal Jom Fisip, Vol. \$, No. 1, 2017), hlm 1-4.

<sup>16</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, cet.2 (Bandung: Remaja Karya, 1985), hlm. 11.

tersebut menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yaitu:<sup>17</sup>

- a) Komunikator (*Communicator, source, sender*)
- b) Pesan (*Message*)
- c) Media (*Channel, media*)
- d) Komunikan (*Communicant, communicatee, receiver, recipient*)
- d) Efek (*Effect, impact, influence*)

Dari paradigma yang telah dipaparkan diatas bisa diartikan proses komunikasi dimulai dari komunikator yang menyampaikan pesan kepada komunikan melalui sebuah media yang menghasilkan suatu efek tertentu. Penerapan paradigma Lasswell dalam penelitian ini, dijabarkan tentang unsur-unsurnya seperti dibawah ini:

- a) Komunikator : Indosiar
- b) Pesan : Film Televisi Kisah Nyata
- c) Media : Televisi
- d) Komunikan : Ibu-Ibu Paguyuban Kepek 3
- e) Efek : Kepuasan Khalayak

Berbicara tentang komunikasi massa adalah komunikasi yang berlangsung melalui sebuah media massa. Media massa yang dimaksudkan ialah media komunikasi massa modern, seperti televisi, radio, film, maupun media cetak. Pengertian komunikasi massa yang lebih terperinci seperti yang dinyatakan Joseph A. Devito dalam

---

<sup>17</sup> *Ibid.*, hlm. 12.



bukunya dalam bukunya “ *Communicology: An Introduction to the Study of Communication* yang dikutip oleh Drs. Onong Uchjana Effendy, sebagai berikut:<sup>18</sup>

*“First, mass communication is communication addressed to the masses, to an extremely large audience. This does not mean that the audience includes all people or everyone who reads or everyone who watches television; rather it means an audience that is large and generally rather poorly defined.*

*Second, mass communication is communication mediated by audio and/or visual transmitters. Mass communication is perhaps most easily and most logically defined by its forms: television, radio, newspaper, magazine, films, books, and tapes.”*

(Pertama, Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan.

Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan/atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio, surat kabar, film, buku, dan pita).

Dari sekian banyaknya pengertian tentang komunikasi massa, bahwa ciri-cirinya ialah, komunikasi massa berlangsung satu arah, Komunikator pada komunikasi massa melembaga, pesan pada komunikasi massa bersifat umum, media komunikasi massa

---

<sup>18</sup> *Ibid.*, hlm. 14.

menimbulkan keserempakan, Komunikasi komunikasi massa bersifat heterogen.<sup>19</sup>

Sebagai upaya melakukan komunikasi massa tentu terdapat perbedaan-perbedaan dari masing-masing media tersebut. Selain itu, upaya menyampaikan informasi melalui media cetak, audio dan audiovisual, masing-masing memiliki kelebihan juga kelemahan. Penyebabnya adalah sifat fisik masing-masing jenis media massa seperti pada tabel di bawah ini:<sup>20</sup>

**Tabel 1**

**Jenis media massa dan sifat**

<b>Jenis Media</b>	<b>SIFAT</b>
Cetak	<ul style="list-style-type: none"> <li>- dapat dibaca, di mana dan kapan saja.</li> <li>- dapat dibaca berulang-ulang</li> <li>- daya rangsang rendah</li> <li>- pengolahan bisa mekanik, bisa listrik</li> <li>- biaya relatif rendah</li> <li>- daya jangkau terbatas</li> </ul>
Radio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- dapat didengar bila siaran</li> <li>- dapat didengar kembali bila diputar kembali</li> <li>- daya rangsang rendah</li> <li>- listrik</li> <li>-relatif murah</li> <li>-daya jangkau besar</li> </ul>
Televisi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- dapat didengar dan dilihat bila ada siaran</li> <li>- dapat dilihat dan didengar kembali, diputar kembali</li> <li>- daya rangsang sangat tinggi</li> </ul>

<sup>19</sup> *Ibid.*, hlm.

<sup>20</sup> Morrissan, *Manajemen Media Penyiaran*, hlm. 11.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- listrik</li> <li>- sangat mahal</li> <li>- daya jangkauan besar</li> </ul>
--	---

## 2. Televisi dan Film Televisi

Televisi sebagai media massa modern, selain itu merupakan media yang dapat dinikmati oleh siapa saja secara audio-visual sehingga memudahkan pemirsanya untuk menangkap isi pesan yang disampaikan secara cepat. Televisi menyediakan beragam informasi dan hiburan sebagai kebutuhan manusia.

Menurut Skomis dalam bukunya *“Television and Society: An Incupest and Agenda*, yang dikutip Kuswandi menyatakan, dibandingkan dengan media massa yang lainnya, televisi memiliki sifat yang istimewa. Televisi ialah gabungan media yang dapat didengar dan gambar yang dapat bersifat politis, informatif, hiburan, pendidikan. Televisi mampu menciptakan suasana yang membuat pemirsa mampu menikmati dengan santai dalam keadaan sengaja ataupun tidak.<sup>21</sup>

Di Indonesia, siaran televisi pertama dimulai pada tahun 1962 ketika TVRI (Televisi Republik Indonesia) menayangkan upacara HUT-RI (Hari Ulang Tahun Republik Indonesia) yang ke-17 yang dihitung sebagai siaran percobaan. Kemudian, secara resmi siaran TVRI dimulai pada 24 Agustus 1962 pukul 14.30 untuk

---

<sup>21</sup> Wawan Kuswandi, *Sebuah Analisis Media Televisi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), hlm. 8.

menyiarkan secara langsung pembukaan ASEAN GAMES ke-4 di stadion Gelora Bung Karno.<sup>22</sup>

Televisi sebagai salah satu dari komunikasi massa menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1998) dalam Nurudin memiliki fungsi : (1) *to inform* (menginformasikan), (2) *to entertain* (sebagai hiburan), (3) *to persuade* (untuk meyakinkan), (4) *transmission of the culture* (sebagai transmisi budaya).<sup>23</sup> Fungsi hiburan yang ada di televisi menduduki posisi yang tinggi daripada fungsi-fungsi yang lainnya. Hal ini dikarenakan khalayak atau masyarakat masih menjadikan televisi sebagai media hiburan, yakni media yang memberi waktu istirahat dari hari dan sebagai pengisi waktu luang.<sup>24</sup>

Banyak motif yang melatarbelakangi seseorang untuk menggunakan televisi sebagai alat pemenuh kebutuhan menurut McQuail dan kawan-kawan, yang kemudian dijabarkan sebagai berikut:<sup>25</sup>

#### a. Informasi

- 1) Mencari berita tentang peristiwa yang berkaitan dengan lingkungan, masyarakat, dan dunia,

---

<sup>22</sup> *Ibid.*, hlm. 34.

<sup>23</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), hlm. 64.

<sup>24</sup> *Ibid.*, hlm. 69.

<sup>25</sup> Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1996), hlm. 72.

- 2) Mencari bimbingan yang praktis dan sesuai, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
- 3) Memuaskan rasa ingin tahu yang timbul.
- 4) Memperoleh rasa damai dengan penambahan pengetahuan dengan belajar/pendidikan diri sendiri.

b. Identitas Pribadi

- 1) Dapat menemukan menunjang nilai-nilai pribadi
- 2) Dapat mengidentifikasi diri sendiri dengan nilai-nilai lain dalam media
- 3) Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri

c. Integrasi dan Interaksi Sosial

- 1) Dapat memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan orang lain
- 2) Dapat menemukan bahan pembicaraan dan interaksi sosial dengan orang lain.
- 3) Dapat memperoleh peran sosial dalam lingkungan masyarakat
- 4) Keinginan untuk dekat dan dihargai orang lain

d. Hiburan

- 1) Dapat melepaskan diri dari permasalahan
- 2) Bisa bersantai dan mengisi waktu luang
- 3) Sebagai sarana menyalurkan emosi
- 4) Bisa mendapatkan hiburan dan kesenangan.

Sedangkan, pengertian film adalah selaput tipis yang terbuat dari seluloid untuk gambar negatif (yang akan dibuat potret) atau untuk tempat gambar positif (yang akan dimainkan di bioskop). Film juga diartikan sebagai lakon cerita gambar yang hidup.<sup>26</sup> Lakon cerita gambar hidup ialah bagaimana film merepresentasikan sebuah tokoh tertentu secara utuh.

Kemudian, yang dimaksud dengan film televisi ialah film yang diproduksi televisi yang dibuat oleh stasiun televisi ataupun rumah produksi berdurasi 60 menit sampai 120 menit dengan tema yang beragam seperti remaja, tragedi kehidupan, cinta dan agama.<sup>27</sup> Selain itu, proses pembuatannya lebih singkat dan memakan biaya yang murah.

### **3. Use and Gratification**

Teori *uses and gratification* ini pertama kali diperkenalkan oleh Elihu Kantz pada tahun 1959. Metode use and gratification ini menonjolkan keunikan dalam teknik dan metodenya yang lebih revolusioner daripada penelitian-penelitian riset komunikasi

---

<sup>26</sup> Tim Penyusun Pusat, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, ( Jakarta: Balai Pustaka, 1990), hlm. 242.

<sup>27</sup> Riyani I, Perbedaan FTV dan Film Layar Lebar, <https://teen.kapanlagi.com/girls/lifestyle/perbedaan-ftv-dan-film-layar-lebar-623674.html>, diakses 22 Februari 2018.

kuantitatif lainnya. Selain itu, dalam riset use and gratification menitikberatkan tentang efek komunikasi terhadap khalayak:<sup>28</sup>

- a. *Use and gratification* lebih menitikberatkan pada fokus utama pada khalayak.
- b. Titik berat *use and gratification* adalah “*what do people do with the media and not what do people do*”.
- c. Bukan motif yang akan menimbulkan kepuasan, akan tetapi kepuasan yang dapat memengaruhi khalayak.
- d. Media itu bukan dan tidak menjadi satu-satunya faktor yang dapat memengaruhi khalayak, ada faktor lain yang dapat memengaruhi khalayak.
- e. Kekuatan persuasi media massa bukanlah merupakan variabel utama untuk perubahan perilaku khalayak.
- f. Situasi dan kondisi pada saat itu, 1959 di AS, memang menunjukkan bahwa studi efek media, yang pada awalnya menganggap bahwa media itu punya kemampuan *powerfull* dalam memengaruhi khalayak (teori *hypodermis*, teori jarum suntik) mulai tidak terbukti sepenuhnya dan telah terjadi perubahan dari teori *powerfull effect* media cenderung menjadi teori *limitter effect media*.

Teori ini menyatakan bahwa khalayak tidaklah pasif, sehingga apa yang mungkin dianggap penting oleh media, belum

---

<sup>28</sup> Munawar Syamsudin Aan, *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm. 75.

tentu dinilai penting oleh khalayak. Dengan ungkapan lain khalayak aktif dalam membuat suatu pilihan sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkannya. Sehingga peneliti ingin mengetahui apa yang dilakukan khalayak terhadap media. Dalam menggunakan media, setiap orang baik diakui secara sadar ataupun tidak, dilakukan dengan berbagai alasan, motivasi, tujuan yang sebab media memiliki fungsi menghibur, memberi informasi, aktualisasi diri, dan membentuk sikap.

Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch menjelaskan mengenai asumsi dasar dari teori *Uses and Gratification* yaitu:<sup>29</sup>

- a. Khalayak dianggap aktif, artinya bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan tertentu.
- b. Dalam proses komunikasi massa, inisiatif yang berhubungan dengan kebutuhan kepuasan dan pilihan media massa lebih banyak terletak pada khalayak.
- c. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya, kebutuhan media massa hanyalah sebagian dari rentang kebutuhan manusia yang lebih luas, bagaimana kebutuhan itu dapat terpenuhi melalui konsumsi media massa, sangatlah tergantung kepada perilaku khalayak.

---

<sup>29</sup> *Ibid.*, hlm. 78.



- d. Tujuan penggunaan media dapat disimpulkan dari data yang diberikan oleh khalayak secara verbal, artinya orang dianggap cukup mengerti dan mampu mengungkapkan apa yang menjadi motivasi-motivasi identitasnya.
- e. Penilaian tentang arti kultural media massa, harus ditangguhkan dulu sebelum diteliti orientasi khalayak terlebih dahulu.

Teori *uses and gratification* menurut Mc Quail mengklasifikasikan kebutuhan khalayak terhadap media menjadi 5 macam yaitu:<sup>30</sup>

- a. Kebutuhan kognitif

Meliputi kebutuhan akan informasi, pengetahuan dan pemahaman. Artinya bahwa kebutuhan khalayak terhadap media yang berkaitan dengan penguatan terhadap informasi yang berkaitan dengan pemahaman lingkungan khalayak.

- b. Kebutuhan afektif

Kebutuhan akan pengalaman emosional, hal yang menyenangkan atau estetis seperti keindahan, yaitu khalayak menikmati media sebagai penguatan terhadap pengalaman yang menyenangkan terkait emosional khalayak. Kebutuhan tersebut berupa kegiatan yang berkaitan dengan aktifitas dan perilaku yang menyenangkan.

- c. Kebutuhan integrasi personal

---

<sup>30</sup> Richard West dan Lynn H. Tunner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), hlm. 102.

Kebutuhan mengenai bagaimana individu maupun khalayak dapat meningkatkan kredibilitas, kepercayaan diri dan status individu yang diperoleh dari keinginan dan harga diri dengan penggunaan media.

d. Kebutuhan integrasi sosial

Kebutuhan yang berkaitan dengan bagaimana seseorang meningkatkan hubungan dengan keluarga, teman, lingkungan, dan dunia luar. Hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk bersosialisasi terhadap sesama.

e. Kebutuhan pelepasan ketegangan

Kebutuhan yang berkaitan akan pengalihan atas rutinitas sehari-hari dan masalah seseorang, serta untuk menghindari tekanan, ketegangan dan hasrat akan keaneragaman.

Dalam teori *Uses and Gratification* terdapat beberapa model, salah satunya adalah model *Uses and Gratification* dari Palmgreen dkk (1985). Model ini disusun berdasarkan fakta bahwa model sebelumnya telah gagal dalam mengukur perbedaan yang dicari oleh khalayak dan apa yang didapatkan setelah menggunakan suatu media massa. Kemudian Palmgreen menyusun model yang dapat mengukur kesenjangan antara kepuasan yang dicari (*gratification sought*) dengan kepuasan yang diperoleh (*gratification obtain*). *Gratification sought* diartikan sebagai kepuasan yang diinginkan akan diperoleh individu apabila khalayak secara selektif memilih

dan menggunakan media massa tertentu. Sedangkan, *gratification obtain* adalah kepuasan yang menjadi realitas yang ingin dinikmati oleh individu setelah menggunakan media massa.

#### 4. Kesenjangan Kepuasan (*Gratification Discrepancy*)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kesenjangan merupakan suatu hal yang bersifat senjang atau ketidaksinambungan sebagai jurang pemisah<sup>31</sup>, yang dalam hal ini anatar kepuasan yang diharapkan dengan kepuasan yang diperoleh. Sedangkan kepuasan merupakan kata sifat puas yang dapat diartikan bahwasanya hasrat keinginan yang diharapkan dapat terpenuhi.

Untuk mengetahui kepuasan khalayak, dihitung berdasarkan kesenjangan antara *gratification sought* dengan *gratification obtain*. Dengan kata lain, kesenjangan kepuasan adalah perbedaan perolehan kepuasan yang terjadi antara skor *gratification sought* (GS) dengan *gratification obtain* (GO) dalam mengkonsumsi media tertentu.<sup>32</sup>

Konsep yang digunakan Palmgreen, kepuasan individu ketika menggunakan media akan diketahui seberapa kesenjangan

---

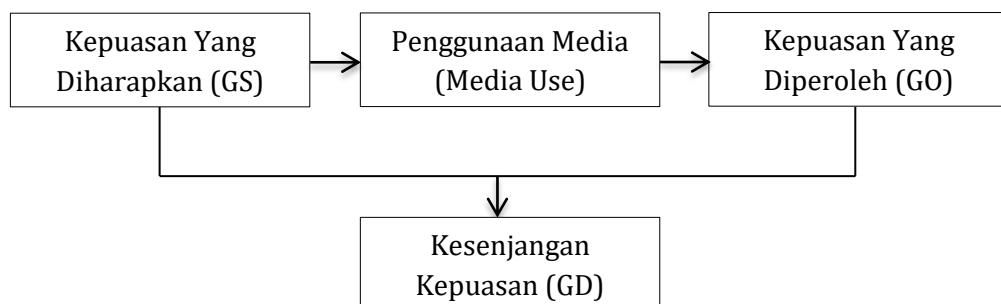
<sup>31</sup> Tim Penyusun Pusat, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, hlm. 242.

<sup>32</sup> Kriyantoro, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 209-

yang terjadi antara kepuasan yang diharapkan dengan kepuasan yang diperoleh ketika menggunakan media. Dalam mengukur konsep media yang memuaskan, peneliti menggunakan GS dan GO dengan membandingkan dalam tingkat kesenjangan.

Jadi, kepuasan khalayak terhadap suatu media tertentu dihitung berdasarkan kesenjangan antara GS dan GO. Semakin kecil kesenjangan yang terjadi, maka semakin memuaskan media bagi khalayak. Sebaliknya, semakin besar kesenjangan yang terjadi, maka semakin tidak memuaskan media tersebut bagi khalayaknya.<sup>33</sup>

Kerangka pemikiran yang dapat dibangun dalam penelitian ini dengan menggunakan model *Uses and Gratification* versi Palmgreen. Model ini sesuai dengan obyek yang diteliti yaitu fokus pada pengukuran kesenjangan kepuasan (GD) berdasarkan kepuasan yang diharapkan (GS) dan kepuasan yang diperoleh (GO) dari FTV Kisah Nyata Indosiar di Kalangan Ibu-Ibu Paguyuban Kepek 3, Timbulharjo, Sewon, Bantul.



<sup>33</sup> *Ibid.*, hlm. 208

## Gambar 1 Kerangka Pemikiran

### G. Hipotesis

Secara asal kata (etimologis) hipotesis berasal dari kata *hypo* dan *thesis*. *Hypo* berarti kurang dan *thesis* berarti pendapat. Dari kedua kata itu dapat diartikan bahwa hipotesis adalah pendapat yang kurang, maksudnya bahwa hipotesis ini merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih harus diuji lebih dulu dan karenanya bersifat sementara atau dugaan awal.<sup>34</sup> Sebelum melakukan pengujian, diperlukan perumusan hipotesis. Perumusan ini dilakukan berdasarkan jenis analisisnya. Berdasarkan jenis risetnya secara garis besar hipotesis dapat dirumuskan ke dalam hipotesis deskriptif dan inferensial.

Bentuk hipotesis deskriptif ini adalah dugaan tentang nilai variabel mandiri, tidak membuat perbandingan atau hubungan tertentu dan terdapat pada riset deskriptif.<sup>35</sup> Maka dari rumusan masalah yang sudah dipaparkan diatas, dapat dibangun hipotesis sebagai berikut:

“Terdapat kesenjangan kepuasan (*Gratification Discrepancy*) antara kepuasan yang diharapkan responden (*Gratification Sought*) dengan kepuasan yang diperoleh responden (*Gratification Obtained*) dari menyaksikan Sinema Kisah Nyata di Indosiar.

---

<sup>34</sup> *Ibid.*, hlm. 28.

<sup>35</sup> *Ibid.*, hlm. 33-34.

## H. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapatkan penjelasan yang mudah dimengerti dan terarah, maka penulis membagi pembahasan menjadi 5 bab yang dibagi menjadi sub-sub bab sebagai berikut:

- BAB I : Pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika penelitian.
- BAB II : pada bab ini berisi metodologi penelitian yang berisi jenis analisis data, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, dan analisis data.
- BAB III : pada bab ini berisi paparan gambaran umum tentang deskripsi lokasi penelitian.
- BAB IV : pada bab selanjutnya berisi, deskripsi variabel *gratification sought (GS)*, deskripsi variabel *gratification obtained (GO)*, deskripsi variabel penggunaan media (*media use*) , dan analisis kesenjangan kepuasan (*gratification discrepancy*)
- BAB V : Adapun bagian penutup meliputi kesimpulan dari hasil penelitian, saran-saran, dan penutup.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Mengacu pada data yang diperoleh peneliti di lapangan, maka dapat ditarik kesimpulan dari variabel kepuasan yang diharapkan (GS), variabel penggunaan media (MU), dan variabel kepuasan yang diperoleh (GO), dan kesenjangan kepuasan responden dari program FTV Kisah Nyata di Indosiar.

##### **1. Kepuasan yang Diharapkan (GS)**

Dari pengkategorian secara umum, dari 12 kebutuhan yang ditawarkan kepada responden seluruhnya mayoritas berada dalam kategori penting. Sehingga bisa disimpulkan bahwa responden mengharapkan kebutuhannya dapat dipenuhi oleh FTV Kisah Nyata di Indosiar.

##### **2. Penggunaan Media (MU)**

a. Untuk penggunaan media berdasarkan tingkat perhatian, sebelum terpaa media responden termasuk dalam kategori sedang dengan kadang-kadang meluangkan waktu untuk menonton FTV Kisah Nyata, saat terpaa media tergolong tinggi karena tidak disertai dengan aktifitas lain, dan setelah terpaa media responden termasuk dalam kategori sedang atau jarang mebicarakan isi cerita dengan orang lain.

- b. Frekuensi responden dalam menonton FTV Kisah Nyata termasuk dalam kategori tinggi karena mayoritas hanya menonton 6-7 kali seminggu
- c. Curahan Waktu yang digunakan responden termasuk dalam kategori tinggi yakni pada 120 menit – lebih dari satu episode setiap kali menonton.

### 3. Kepuasan yang Diperoleh (GO)

Pada pengkategorian secara umum dari 12 kebutuhan yang ditawarkan diantaranya mayoritas termasuk dalam kategori Puas sehingga dapat disimpulkan bahwasanya responden merasa puas dengan apa yang ditampilkan Indosiar dalam hal ini FTV Kisah Nyata. Dua lainnya mayoritas termasuk ke dalam kategori netral yakni pada tingkat kepuasan memperoleh bahan pembicaraan mengobrol dengan orang lain dan tingkat kepuasan menyalurkan emosi dan ketegangan.

### 4. Kesenjangan Kepuasan (GD)

Nilai kesenjangan berbanding terbalik dengan kepuasan, semakin tinggi nilai kesenjangan maka semakin tidak memuaskan media tersebut bagi khalayak. Dari 12 kebutuhan yang ditawarkan terdapat delapan yang mampu memenuhi kebutuhan responden di kalangan Ibu-Ibu Paguyuban Kepek 3. Sisanya, angka kesenjangan >30% dengan kata lain responden tidak terpuaskan.



## B. Saran

1. Berdasarkan konsep dasar *teori use and gratificatin* yang menganggap khalayak bersifat aktif, peneliti memahami bahwa hasil penelitian ini bersifat sementara, tergantung pada kedinamisan khalayak dan cara memandang khalayak terhadap isi media. Di masa yang akan datang diperlukan penelitian-penelitian lanjutan untuk selalu mengetahui kepuasan apa saja yang diharapkan khalayak dari isi-isi media massa.
2. Untuk Indosiar yang membawahi program FTV Kisah Nyata mampu mempertimbangkan tema yang lain, sehingga khalayak tidak bosan dan tetap memilih Indosiar sebagai media pilihan dalam pemuasan kebutuhan khalayak.
3. Untuk penelitian selanjutnya agar bisa dilakukan penelitian serupa dengan melakukan perbandingan antara media yang satu dengan yang lainnya. Sehingga dapat diketahui dan lebih dipahami perbandingan antara media mana yang lebih mampu memuaskan kebutuhan khalayak.

## Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro dan Lukiyati Komala Erdiyana, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004.
- Azizah, Fathimy Syarifah, "Kesenjangan Kepuasan Penggunaan Aplikasi *Line* dan *Blackberry Messenger* di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Pekanbaru", *Jom Fisip*, vol. 4:1, 2017.
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2005.
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Karya, 1985.
- Hamidi, *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*, Malang: UMM Pres, 2010.
- Hardyanti, Winda, "Diskrepansi Kepuasan Pembaca Media Online Islam: Studi Komparatif Kesenjangan Kepuasan Membaca Situs eramuslim.com di Kalangan Dosen dan Mahasiswa", *Jurnal Sospol*, vol. 3:1, 2017.
- <http://www.indosiar.com/shows/sayembara-sinema-indonesia-kisah-nyataku>, diakses tanggal 12 Februari 2018.
- <http://www.kpi.go.id/index.php/id/edaran-dan-sanksi/33901-peringatan-tertulis-program-siaran-kisah-nyata-indosiar>, diakses 20 Maret 2018.
- <http://www.kpi.go.id/index.php/id/edaran-dan-sanksi/34063-peringatan-tertulis-program-siaran-kisah-nyata-indosiar-2>, diakses 19 Maret 2018.
- <https://www.msn.com/id-id/hiburan/story/suamu-usir-anak-istri-demi-selingkuhan-kpi-peringatkan-ftv-kisah-nyata-Indosiar//ar-AAq8Z1Y>, diakses 20 Maret 2018.
- Indra R, Taufik, *Kesenjangan Kepuasan Menonton Program Acara Komedi di Televisi*, Skripsi, Surakarta: Program Ilmu Komunikasi UNS, 2013.
- Kriyantono, Rachmad, *Teknik Praktik Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Kuswandi, Wawan, *Komunikasi Massa, Sebuah Analisis Media Televisi*, Jakarta: Rineka Cipta, 1996.
- Morrisan, *Manajemen Media Penyiaran*, Jakarta: Prenada Grup, 2015.
- McQuail Denis, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Jakarta: Erlangga, 1996.

- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015.
- Nur H.W, Muhammad, *Kesenjangan Kepuasan dalam Membaca Majalah Happen Skateboarding Magazine*, Skripsi, Surakarta: Program Ilmu Komunikasi UNS, 2014.
- Poltak, Lijan S, *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Rakhmad, Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- Sugiarto, dkk, *Teknik Sampling*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- \_\_\_\_\_, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Thesis, dan Disertasi*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Syamsyudin, Munawar A, *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Tim Penyusun Pusat, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1990.
- Werdimingtyas, Astri, *Kesenjangan Kepuasan Dalam Menyaksikan Program Acara Jejak Paranormal di ANTV dan Mister Tukul Jalan-Jalan di Trans 7*, Skripsi, Surakarta: Program Ilmu Komunikasi UMS, 2016.
- West, Richard dan Liynn H. Tunner, *Pengantar Teori Komunikasi dan Analisis Aplikasi*, Jakarta: Salemba Humanika, 2010.

## Lampiran 1

### Survey Bagian I, 4 Februari 2018

NO	Nama	Pekerjaan	Nonton	Tidak	Kisah Nyata Indosiar	Lainnya
1	Musiyem	Usaha warung	-	✓	-	-
2	Jazariyah	IRT	✓	-	✓	-
3	Nurohma F	Wirausaha	-	✓	-	-
4	Riyani	Buruh	✓	-	✓	-
5	Yunita Anggarini	IRT	✓	-	✓	ANTV
6	Rubiyanti	IRT	✓	-	✓	-
7	Erna Novitasari	IRT	✓	-	✓	TransTV
8	Waginem	Buruh	✓	-	✓	-
9	Paijem	IRT	✓	-	✓	-
10	Dalmiyati	IRT	✓	-	✓	-
11	Sri Utami	IRT	✓	-	✓	-
12	Tugini	IRT	✓	-	✓	-
13	Supatmi Lestari	IRT	✓	-	✓	TransTV
14	Eni Widiyanti	IRT	✓	-	✓	-
15	Ngadiyah	IRT	✓	-	✓	-
16	Tri Lestari	Karyawan	✓	-	✓	Upin-Ipin
17	Dalinem	IRT	-	-	-	-
18	Suminem	IRT	-	-	-	-
19	Ana Rusfikawati	IRT	-	-	-	-
20	Kris Sri Mulyani	IRT	✓	-	-	SCTV
21	Tri Lestari (Joglo)	IRT	✓	-	✓	Berita
22	Ambar	IRT	✓	-	✓	-
23	Boniyem	IRT	✓	-	✓	-
24	Ngatinem	IRT	✓	-	✓	-

25	Titik Gantiningasih	IRT	✓	-	✓	-
26	Siti Alifah	IRT	✓	-	✓	ANTV
27	Yuriah	IRT	✓	-	✓	ANTV
28	Sri Wulandari	IRT	✓	-	-	ANTV
29	Nanik Suryani	IRT	✓	-	✓	SCTV
30	Puji Astuti	IRT	✓	-	✓	ANTV
31	Sarjiyem	IRT	✓	-	✓	-
32	Sujilah	IRT	✓	-	✓	-
33	Endang Maryuningsih	IRT	✓	-	-	RCTI
34	Walidah	ART	-	-	-	-
35	Siti Asropah	IRT	✓	-	✓	-
36	Tri Maati	IRT	✓	-	✓	-
37	Saryani	IRT	✓	-	✓	-
38	Riyanti	IRT	✓	-	✓	-
39	Barni	IRT	✓	-	✓	ANTV
40	Yuwarnis	IRT	-	✓	-	SCTV
41	Widayati	IRT	✓	-	✓	-
42	Wagiyah	IRT	✓	-	✓	-
43	Siti Hartini	IRT	✓	-	-	RCTI

## LAMPIRAN 2

### KUESIONER

#### Penelitian Tentang :

#### FILM TELEVISI DAN KESENJANGAN KEPUASAN

(Studi Tentang Kesenjangan Kepuasan Menonton Film Televisi Kisah Nyata di Indosiar di Kalangan Ibu-Ibu Paguyuban Kepek 3, Timbulharjo, Sewon, Bantul)

Oleh : Suci Wibowo (14210102)

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

e-mail : [suciwibowo734@gmail.com](mailto:suciwibowo734@gmail.com)

#### Petunjuk Pengisian :

Lembar kuesioner ini ditujukan untuk kalangan Ibu-ibu Paguyuban Kepek 3, Desa Timbulharjo, antara lain:

1. Warga yang tergabung dalam paguyuban Kepek 3.
2. Pernah atau sedang menonton tayangan FTV Kisah Nyata Indosiar.
3. Bacalah setiap pertanyaan dengan cermat, kemudian pilihlah jawaban dengan memberikan tanda silang (X) pada huruf A, B, C, atau D pada jawaban sesuai dengan keadaan yang dirasakan.
4. Kesungguhan dan kejujuran Anda dalam mengisi kuesioner sangat membantu dalam penelitian ini dan peneliti mengucapkan terima kasih atas waktunya.
5. Isi data profil responden di bawah ini:

#### Identitas Pribadi Responden

1. Nama :
2. Tempat, Tanggal Lahir :
3. Usia :
4. Pekerjaan :
5. Pendidikan :

## **VARIABEL KEPUASAN YANG DI HARAPKAN (GS)**

### **Motif Informasi**

1. Saya menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar untuk mengetahui tentang kisah-kisah hidup orang lain.
  - A. Sangat Penting
  - B. Penting
  - C. Netral
  - D. Tidak Penting
  - E. Sangat Tidak Penting
2. Saya menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar untuk memperoleh arti kehidupan.
  - A. Sangat Penting
  - B. Penting
  - C. Netral
  - D. Tidak Penting
  - E. Sangat Tidak Penting
3. Saya menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar untuk memperoleh cara menyelesaikan suatu masalah dengan bijak.
  - A. Sangat Penting
  - B. Penting
  - C. Netral
  - D. Tidak Penting
  - E. Sangat Tidak Penting

### **Motif Identitas Pribadi**

4. Menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar untuk menemukan karakter yang sesuai dengan saya.
  - A. Sangat Penting
  - B. Penting
  - C. Netral
  - D. Tidak Penting
  - E. Sangat Tidak Penting
  
5. Saya menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar untuk menemukan sosok yang bisa dijadikan contoh.
  - A. Sangat Penting
  - B. Penting
  - C. Netral
  - D. Tidak Penting
  - E. Sangat Tidak Penting
  
6. Saya menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar untuk mendapatkan bimbingan menjalani kehidupan.
  - A. Sangat Penting
  - B. Penting
  - C. Netral
  - D. Tidak Penting
  - E. Sangat Tidak Penting



### **Motif Integrasi dan Interaksi Sosial**

7. Saya menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar untuk memperoleh bahan pembicaraan mengobrol dengan orang lain.
  - A. Sangat Penting
  - B. Penting
  - C. Netral
  - D. Tidak Penting
  - E. Sangat Tidak Penting
8. Saya menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar untuk berkumpul dengan keluarga dan teman.
  - A. Sangat Penting
  - B. Penting
  - C. Netral
  - D. Tidak Penting
  - E. Sangat Tidak Penting

### **Motif Hiburan**

9. Saya menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar untuk melupakan permasalahan yang sedang dihadapi.
  - A. Sangat Penting
  - B. Penting
  - C. Netral
  - D. Tidak Penting
  - E. Sangat Tidak Penting
10. Saya menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar untuk mengisi waktu luang dan bersantai.
  - A. Sangat Penting
  - B. Penting
  - C. Netral
  - D. Tidak Penting
  - E. Sangat Tidak Penting

11. Saya menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar untuk menyalurkan emosi dan ketegangan
- A. Sangat Penting
  - B. Penting
  - C. Netral
  - D. Tidak Penting
  - E. Sangat Tidak penting
12. Dengan menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar, saya ingin memperoleh hiburan.
- A. Sangat Penting
  - B. Penting
  - C. Netral
  - D. Tidak Penting
  - E. Sangat Tidak Penting

#### **VARIABEL PENGGUNAAN MEDIA**

13. Untuk menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar, Saya.....
- A. Pasti meluangkan waktu
  - B. Kadang-kadang meluangkan waktu
  - C. Tidak pernah meluangkan waktu
14. Ketika menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar, Saya....
- A. Tidak disertai aktifitas lain
  - B. Kadang-kadang disertai aktifitas lain
  - C. Disertai aktifitas lain
15. Setelah menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar, Saya....
- A. Membicarakan isi cerita dengan orang lain
  - B. Kadang-kadang membicarakan dengan orang lain
  - C. Tidak pernah membicarakan dengan orang lain

16. Dalam menonton FTV kisah Nyata di Indosiar, saya....
- A. Menonton 6-7 kali dalam seminggu
  - B. Menonton 3-5 kali dalam seminggu
  - C. Menonton 1-2 kali
17. Dalam menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar, saya mencurahkan waktu.
- A. Menonton 120 menit – lebih dari satu episode
  - B. Menonton 60 menit – 120 menit
  - C. Menonton 1 menit – 60 menit

**VARIABEL KEPUASAN YANG DIPEROLEH (GO)**

**Motif Informasi**

18. Saya menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar, banyak mengetahui tentang kenyataan kehidupan orang lain.
- A. Sangat Puas
  - B. Puas
  - C. Netral
  - D. Tidak Puas
  - E. Sangat Tidak Puas
19. Menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar, saya memperoleh informasi berbagai kisah kehidupan.
- A. Sangat Puas
  - B. Puas
  - C. Netral
  - D. Tidak Puas
  - E. Sangat Tidak Puas

20. Menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar, saya memperoleh cara menyelesaikan suatu permasalahan dengan bijak.

- A. Sangat Puas
- B. Puas
- C. Netral
- D. Tidak Puas
- E. Sangat Tidak Puas

**Motif Identitas Pribadi**

21. Menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar, menemukan karakter yang sesuai dengan saya.

- A. Sangat Puas
- B. Puas
- C. Netral
- D. Tidak Puas
- E. Sangat Tidak Puas

22. Menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar, saya menemukan sosok yang bisa dijadikan contoh.

- A. Sangat Puas
- B. Puas
- C. Netral
- D. Tidak Puas
- E. Sangat Tidak Puas

23. Menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar, saya mendapatkan bimbingan bagaimana harusnya saya menjalani kehidupan.

- A. Sangat Puas
- B. Puas
- C. Netral
- D. Tidak Puas
- E. Sangat Tidak Puas

**Motif Integrasi dan Interaksi Sosial**

24. Menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar, Saya memperoleh bahan pembicaraan mengobrol dengan orang lain

- A. Sangat Puas
- B. Puas
- C. Netral
- D. Tidak Puas
- E. Sangat Tidak Puas

25. Menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar, Saya bisa berkumpul dengan keluarga dan teman.

- A. Sangat Puas
- B. Puas
- C. Netral
- D. Tidak Puas
- E. Sangat Tidak Puas

### **Motif Hiburan**

26. Menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar, Saya dapat melupakan permasalahan yang sedang dihadapi.
- A. Sangat Puas
  - B. Puas
  - C. Netral
  - D. Tidak Puas
  - E. Sangat Tidak Puas
27. Dengan menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar, Saya mengisi waktu luang dan bersantai.
- A. Sangat Puas
  - B. Puas
  - C. Netral
  - D. Tidak Puas
  - E. Sangat Tidak Puas
28. Dengan menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar, Saya bisa menyalurkan emosi dan ketegangan.
- A. Sangat Puas
  - B. Puas
  - C. Netral
  - D. Tidak Puas
  - E. Sangat Tidak Puas
29. Dengan menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar, saya dapat memperoleh hiburan.
- A. Sangat Puas
  - B. Puas
  - C. Netral
  - D. Tidak Puas
  - E. Sangat Tidak Puas

### Lampiran 3

**Tabel Nilai r Product Moment**

N	Taraf Signif		N	Taraf Signif		N	Taraf Signif	
	5%	10%		5%	10%		5%	10%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

LAMPIRAN 4

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

No responden	Bulir Soal Kuesioner Kepuasan Yang di Harapkan												TOTAL	Bulir Soal Kuesioner Penggunaan Media					TOTAL	Bulir Soal Kuesioner Kepuasan Yang Diperoleh										TOTAL		
	GS													MU						GO												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		13	14	15	16	17		18	19	20	21	22	23	24	25	26	27		28	29
1	3	4	3	3	4	4	2	4	3	4	3	4	41	2	1	1	1	2	7	3	4	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5	53
2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	5	4	43	2	2	2	2	1	9	3	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	45	
3	3	3	4	4	4	1	4	4	5	4	1	5	42	1	1	1	1	1	5	3	3	3	5	3	5	5	3	3	5	3	44	
4	2	4	3	3	4	4	2	3	5	4	2	2	38	1	2	1	1	1	6	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	36	
5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	54	3	3	3	3	3	15	1	5	4	5	3	5	2	5	5	1	2	5	43
6	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	2	1	42	1	1	2	1	2	7	3	3	3	4	4	5	3	5	3	3	3	4	43
7	3	4	5	4	5	4	4	5	4	3	3	3	47	2	2	3	1	1	9	3	5	5	4	5	4	3	5	4	3	3	3	47
8	3	4	4	4	5	4	3	5	3	4	4	5	48	2	3	2	2	1	10	3	4	5	3	4	3	3	4	4	4	3	3	43
9	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	46	1	1	1	1	1	5	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	39
10	4	4	4	3	5	5	3	5	5	5	4	5	52	2	1	2	2	2	9	3	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	54
11	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	29	2	2	1	1	1	7	3	3	2	2	3	3	2	3	3	4	2	3	33
12	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	54	3	1	1	3	3	11	4	4	5	2	5	4	2	4	2	4	3	4	43
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	3	1	3	3	3	13	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	49
14	5	2	3	2	3	3	4	5	1	5	5	5	43	1	2	3	1	2	9	5	2	1	3	4	4	5	5	1	5	5	3	43
15	5	5	5	4	4	5	4	2	4	5	4	5	52	1	1	2	1	2	7	5	4	3	5	2	5	3	2	4	5	5	5	48
16	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	42	2	1	3	1	1	8	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	35
17	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	3	4	49	1	1	2	1	1	6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
18	3	4	4	4	3	4	4	5	2	4	2	3	42	2	2	3	2	3	12	3	4	4	4	4	4	3	5	2	4	2	4	43





	tailed)													
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GS4	Pearson Correlation	.447*	.535**	.389*	1	.656**	.412*	.474**	.395*	.531**	.289	.183	.206	.703**
	Sig. (2-tailed)	.013	.002	.034		.000	.024	.008	.031	.003	.121	.333	.276	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GS5	Pearson Correlation	.304	.387*	.256	.656**	1	.423*	.119	.371*	.549**	.433*	.263	.276	.644**
	Sig. (2-tailed)	.103	.035	.172	.000		.020	.531	.044	.002	.017	.161	.139	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GS6	Pearson Correlation	.298	.587**	.518**	.412*	.423*	1	.158	.250	.222	.453*	.257	.062	.596**
	Sig. (2-tailed)	.109	.001	.003	.024	.020		.404	.182	.237	.012	.170	.745	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GS7	Pearson Correlation	.577**	.255	.586**	.474**	.119	.158	1	.359	.276	.358	.305	.491**	.638**
	Sig. (2-tailed)	.001	.173	.001	.008	.531	.404		.051	.139	.052	.102	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GS8	Pearson Correlation	.381*	.278	.253	.395*	.371*	.250	.359	1	.305	.318	.391*	.544**	.640**
	Sig. (2-tailed)	.038	.137	.177	.031	.044	.182	.051		.101	.086	.032	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GS9	Pearson Correlation	.336	.379*	.317	.531**	.549**	.222	.276	.305	1	.338	.103	.335	.609**
	Sig. (2-tailed)	.069	.039	.087	.003	.002	.237	.139	.101		.068	.589	.071	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GS10	Pearson Correlation	.479**	.463*	.616**	.289	.433*	.453*	.358	.318	.338	1	.332	.436*	.707**

	Sig. (2-tailed)	,007	,010	,000	,121	,017	,012	,052	,086	,068	,074	,016	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GS11	Pearson Correlation	.555**	,058	,067	,183	,263	,257	,305	.391 <sup>†</sup>	,103	,332	1	.561**
	Sig. (2-tailed)	,001	,759	,724	,333	,161	,170	,102	,032	,589	,074		,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GS12	Pearson Correlation	.502**	,102	,300	,206	,276	,062	.491**	.544**	,335	.436*	.561**	1
	Sig. (2-tailed)	,005	,592	,107	,276	,139	,745	,006	,002	,071	,016	,001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GS	Pearson Correlation	.706**	.633**	.664**	.703**	.644**	.596**	.638**	.640**	.609**	.707**	.545**	.639**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,868	12

**Correlations**

		MU1	MU2	MU3	MU4	MU5	MU
MU1	Pearson Correlation	1	,319	,261	.755**	.524**	.756**
	Sig. (2-tailed)		,086	,164	,000	,003	,000
	N	30	30	30	30	30	30
MU2	Pearson Correlation	,319	1	,292	.524**	,196	.648**
	Sig. (2-tailed)	,086		,117	,003	,298	,000
	N	30	30	30	30	30	30
MU3	Pearson Correlation	,261	,292	1	,360	,292	.613**
	Sig. (2-tailed)	,164	,117		,051	,117	,000
	N	30	30	30	30	30	30
MU4	Pearson Correlation	.755**	.524**	,360	1	.693**	.905**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,051		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
MU5	Pearson Correlation	.524**	,196	,292	.693**	1	.742**
	Sig. (2-tailed)	,003	,298	,117	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30
MU	Pearson	.756**	.648**	.613**	.905**	.742**	1



	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GO3	Pearson Correlation	,062	.730**	1	,305	.666**	,289	,110	.436*	.432*	,201	-,055	.383*	.600**
	Sig. (2-tailed)	,746	,000		,101	,000	,121	,564	,016	,017	,286	,774	,037	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GO4	Pearson Correlation	,175	.473**	,305	1	,217	.427*	.393*	.487**	.377*	,114	.410*	.481**	.655**
	Sig. (2-tailed)	,354	,008	,101		,249	,019	,032	,006	,040	,547	,024	,007	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GO5	Pearson Correlation	,179	.497**	.666**	,217	1	.377*	,231	.578**	,045	.324	,036	,212	.570**
	Sig. (2-tailed)	,345	,005	,000	,249		,040	,219	,001	,813	,080	,851	,260	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GO6	Pearson Correlation	,056	,329	,289	.427*	.377*	1	,114	.468**	,348	,294	.396*	.439*	.609**
	Sig. (2-tailed)	,770	,076	,121	,019	,040		,549	,009	,059	,115	,030	,015	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GO7	Pearson Correlation	.616**	,187	,110	.393*	,231	,114	1	.502**	,018	.399*	.432*	,238	.566**
	Sig. (2-tailed)	,000	,323	,564	,032	,219	,549		,005	,923	,029	,017	,205	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GO8	Pearson Correlation	,239	.476**	.436*	.487**	.578**	.468**	.502**	1	,302	,265	,258	.339	.712**
	Sig. (2-tailed)	,204	,008	,016	,006	,001	,009	,005		,105	,157	,168	,067	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GO9	Pearson Correlation	,075	.557**	.432*	.377*	,045	.348	,018	.302	1	,182	.330	.445*	.565**
	Sig. (2-tailed)	,692	,001	,017	,040	,813	,059	,923	,105		,336	,075	,014	,001

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GO10	Pearson Correlation	.627**	,238	,201	,114	,324	,294	.399*	,265	,182	1	.492**	.544**	.626**
	Sig. (2-tailed)	,000	,205	,286	,547	,080	,115	,029	,157	,336		,006	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GO11	Pearson Correlation	.401*	,174	-,055	.410*	,036	.396*	.432*	,258	,330	.492**	1	,358	.589**
	Sig. (2-tailed)	,028	,357	,774	,024	,851	,030	,017	,168	,075	,006		,052	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GO12	Pearson Correlation	,332	.574**	.383*	.481**	,212	.439*	,238	,339	.445*	.544**	,358	1	.712**
	Sig. (2-tailed)	,073	,001	,037	,007	,260	,015	,205	,067	,014	,002	,052		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
GO	Pearson Correlation	.533**	.727**	.600**	.655**	.570**	.609**	.566**	.712**	.565**	.626**	.589**	.712**	1
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000	,001	,000	,001	,000	,001	,000	,001	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,853	12





LAMPIRAN 5

No Res p.	Pro f.	Usi a	Pen d.	Bulir Soal Kuesioner Kepuasan Yang di Harapkan GS												TO T.	Bulir Soal Kuesioner Penggunaan Media M U					TO T.	Bulir Soal Kuesioner Kepuasan Yang Diperoleh GO												TO T	
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		13	14	15	16	17		1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		3	4	5	6	17		8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
1	IRT	32	SMA	1	4	3	5	4	4	2	4	5	4	5	5	46	2	1	1	3	3	10	3	4	3	5	5	5	2	4	5	4	5	5	50	
2	IRT	32	SMP	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	5	4	43	2	2	2	2	2	10	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	5	4	43	
3	IRT	43	SD	3	3	4	4	4	1	4	4	5	4	1	5	42	1	1	1	2	3	8	3	3	4	5	3	4	5	4	5	3	5	5	49	
4	IRT	32	SMP	2	4	3	3	4	4	2	3	5	4	2	2	38	1	2	1	3	3	10	3	4	3	3	4	4	2	3	5	4	3	3	41	
5	IRT	41	SD	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	54	3	3	3	3	3	15	1	4	4	5	3	4	2	5	5	4	2	5	44	
6	IRT	35	SMK	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	2	1	42	2	1	2	2	2	9	3	4	3	4	4	5	3	5	4	3	3	4	45	
7	IRT	35	SMP	3	4	5	4	5	4	4	5	4	3	3	3	47	3	2	3	3	3	14	3	4	5	4	5	4	3	5	4	3	3	3	46	
8	IRT	23	SMP	3	4	4	3	5	4	3	5	3	4	4	5	47	2	3	2	3	3	13	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	5	45	
9	IRT	37	SMA	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	46	3	1	1	3	3	11	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	46
10	IRT	56	SMP	4	4	4	3	5	5	3	5	5	5	4	5	52	2	1	2	3	2	10	4	4	4	3	5	5	3	5	5	5	4	5	52	
11	IRT	32	SMA	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	29	2	2	1	3	3	11	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	29	
12	IRT	36	SD	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	54	3	1	1	3	3	11	4	5	5	2	4	5	2	4	4	4	3	5	47	
13	IRT	51	SD	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	3	1	3	2	3	12	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49	
14	IRT	50	SD	5	2	3	2	3	3	4	5	1	5	5	5	43	3	2	3	2	2	12	5	2	1	3	3	4	5	5	1	5	5	5	44	
15	IRT	55	SD	5	5	5	5	4	5	4	2	4	5	4	5	53	3	1	2	2	2	10	5	4	5	5	2	5	3	2	4	5	5	5	50	
16	IRT	52	SD	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	42	2	1	3	3	3	12	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	43	
17	IRT	32	SMA	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	3	4	49	1	1	2	3	2	9	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	3	4	49	

18	IRT	40	SMA	3	4	4	4	3	4	4	5	2	4	2	3	42	2	2	3	2	3	12	3	4	4	4	4	4	3	5	2	4	2	3	42	
19	IRT	40	SMA	4	4	4	3	4	4	3	2	2	4	2	2	38	2	1	1	2	3	9	3	4	4	3	4	2	2	2	4	3	2	2	35	
20	IRT	45	SD	2	2	2	5	2	4	2	2	2	2	2	2	29	3	1	1	3	3	11	1	1	1	1	4	4	1	3	4	1	1	1	23	
21	IRT	48	SD	3	3	4	3	3	5	2	5	3	4	3	4	42	2	1	2	3	3	11	4	3	3	3	3	4	3	5	3	4	4	4	43	
22	IRT	55	SD	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	30	3	2	2	3	3	13	3	4	2	1	3	4	2	4	3	4	2	3	35	
23	IRT	38	SD	1	2	1	4	1	1	1	1	1	2	2	2	19	3	1	2	3	3	12	1	2	1	2	4	4	1	1	1	2	2	2	23	
24	IRT	48	SMP	2	5	3	4	4	4	2	4	2	3	2	2	37	3	1	2	2	2	10	3	3	3	3	4	4	2	4	2	3	2	4	37	
25	IRT	48	SD	5	5	5	4	2	4	5	5	4	4	4	4	51	2	3	3	3	3	14	5	5	5	4	2	4	5	5	4	4	4	4	51	
26	IRT	33	SMP	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	53	2	2	3	3	2	12	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	49	
27	IRT	26	SMA	4	5	3	3	4	3	2	4	3	4	3	3	41	3	1	1	3	3	11	4	3	4	2	4	3	3	4	3	4	2	3	39	
28	IRT	48	SD	5	4	3	5	5	5	4	5	5	4	2	4	51	3	3	2	3	3	14	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	5	4	49	
29	IRT	30	SMK	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	17	2	3	1	2	2	10	1	2	1	2	1	1	2	2	4	4	1	1	22	
30	IRT	45	SD	3	2	2	4	3	3	3	2	2	2	3	3	32	2	3	2	2	3	12	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	40
31	IRT	48	SMP	2	4	3	3	4	2	3	4	4	4	2	4	39	1	2	2	3	3	11	2	3	3	3	4	2	2	3	4	4	4	4	38	
32	IRT	40	SD	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	52	2	1	2	2	2	9	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	52	
33	IRT	44	SD	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	44	2	1	2	3	3	11	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	39	
34	IRT	21	SMA	3	3	3	2	3	3	3	3	1	2	2	3	31	2	2	2	3	3	12	3	3	3	2	2	3	3	3	1	2	2	3	30	
35	IRT	24	SMK	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	40	2	1	1	3	3	10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	
36	IRT	48	SD	4	4	4	3	4	5	3	3	3	4	4	4	45	1	1	1	3	3	9	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	52	
37	IRT	27	SMP	5	5	4	4	5	4	4	5	3	4	3	3	49	2	1	3	1	3	10	5	5	4	4	5	4	4	5	3	4	3	3	49	
38	IRT	56	SMP	5	4	3	4	2	4	4	4	5	5	4	4	5	49	3	3	2	3	3	14	5	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4	4	51
39	IRT	38	SMP	2	1	2	5	1	4	4	1	1	1	1	1	24	3	2	1	3	3	12	2	1	2	5	4	4	4	1	3	2	1	1	30	
40	IRT	48	SD	5	3	4	5	4	3	3	2	1	2	4	5	41	3	3	1	3	3	13	5	4	1	4	4	3	3	1	1	1	4	5	36	
41	IRT	35	SMP	3	4	4	3	2	4	4	3	4	4	3	3	41	2	1	1	2	2	8	3	4	3	3	2	4	4	3	4	4	3	3	40	
42	IRT	32	SMK	2	5	4	3	4	4	2	4	2	3	2	2	37	1	1	2	3	2	9	2	5	4	3	4	4	2	3	2	3	2	2	36	



## LAMPIRAN SPSS

### Lampiran 6

#### Karakteristik Responden

##### Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ibu Rumah Tangga	67	100,0	100,0	100,0

##### Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
20-30 Tahun	10	14,9	14,9	14,9
31-40 Tahun	28	41,8	41,8	56,7
Valid 41-50 Tahun	20	29,9	29,9	86,6
51-60 Tahun	9	13,4	13,4	100,0
Total	67	100,0	100,0	

##### Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	27	40,3	40,3	40,3
SMP	19	28,4	28,4	68,7
SMA/SMK	21	31,3	31,3	100,0
Total	67	100,0	100,0	

## Lampiran 7

### Kategori

#### Saya Dapat Mengetahui Tentang Kisah-Kisah Hidup Orang Lain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat Tidak Penting	2	3,0	3,0	3,0
Tidak Penting	8	11,9	11,9	14,9
Netral	14	20,9	20,9	35,8
Penting	27	40,3	40,3	76,1
Sangat Penting	16	23,9	23,9	100,0
Total	67	100,0	100,0	

#### Saya Dapat Memperoleh Arti Kehidupan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat Tidak Penting	2	3,0	3,0	3,0
Tidak Penting	6	9,0	9,0	11,9
Netral	7	10,4	10,4	22,4
Penting	39	58,2	58,2	80,6
Sangat Penting	13	19,4	19,4	100,0
Total	67	100,0	100,0	

#### Saya Dapat Memperoleh Cara Menyelesaikan Suatu Masalah Dengan Bijak

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat Tidak Penting	4	6,0	6,0	6,0
Tidak Penting	4	6,0	6,0	11,9
Netral	16	23,9	23,9	35,8
Penting	34	50,7	50,7	86,6
Sangat Penting	9	13,4	13,4	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Saya Dapat Menemukan Karakter Yang Sesuai Dengan Saya**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Penting	1	1,5	1,5	1,5
Tidak Penting	6	9,0	9,0	10,4
Netral	20	29,9	29,9	40,3
Penting	26	38,8	38,8	79,1
Sangat Penting	14	20,9	20,9	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Saya Dapat Menemukan Sosok Yang Bisa Dijadikan Contoh**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Penting	4	6,0	6,0	6,0
Tidak Penting	5	7,5	7,5	13,4
Netral	11	16,4	16,4	29,9
Penting	33	49,3	49,3	79,1
Sangat Penting	14	20,9	20,9	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Saya Mendapatkan Bimbingan Menjalani Kehidupan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Penting	3	4,5	4,5	4,5
Tidak Penting	3	4,5	4,5	9,0
Netral	13	19,4	19,4	28,4
Penting	35	52,2	52,2	80,6
Sangat Penting	13	19,4	19,4	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Saya Dapat Memperoleh Bahan Pembicaraan Mengobrol Dengan Orang Lain**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Penting	4	6,0	6,0	6,0
Tidak Penting	13	19,4	19,4	25,4
Netral	18	26,9	26,9	52,2
Penting	28	41,8	41,8	94,0
Sangat Penting	4	6,0	6,0	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Saya Dapat Berkumpul Dengan Keluarga Dan Teman**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Penting	5	7,5	7,5	7,5
Tidak Penting	9	13,4	13,4	20,9
Netral	11	16,4	16,4	37,3
Penting	23	34,3	34,3	71,6
Sangat Penting	19	28,4	28,4	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Saya Dapat Melupakan Permasalahan Yang Sedang Dihadapi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Penting	6	9,0	9,0	9,0
Tidak Penting	12	17,9	17,9	26,9
Netral	13	19,4	19,4	46,3
Penting	25	37,3	37,3	83,6
Sangat Penting	11	16,4	16,4	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Saya Dapat Mengisi Waktu Luang Dan Bersantai**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Penting	4	6,0	6,0	6,0
Tidak Penting	7	10,4	10,4	16,4
Netral	8	11,9	11,9	28,4
Penting	36	53,7	53,7	82,1
Sangat Penting	12	17,9	17,9	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Saya Dapat Menyalurkan Emosi Dan Ketegangan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Penting	6	9,0	9,0	9,0
Tidak Penting	17	25,4	25,4	34,3
Netral	16	23,9	23,9	58,2
Penting	20	29,9	29,9	88,1
Sangat Penting	8	11,9	11,9	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Saya Dapat Mencari Kesenangan Dan Hiburan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Penting	3	4,5	4,5	4,5
Tidak Penting	8	11,9	11,9	16,4
Netral	17	25,4	25,4	41,8
Penting	24	35,8	35,8	77,6
Sangat Penting	15	22,4	22,4	100,0
Total	67	100,0	100,0	



**Saya Dapat Mengetahui Tentang Kisah-Kisah Hidup Orang Lain**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Puas	4	6,0	6,0	6,0
Tidak Puas	5	7,5	7,5	13,4
Netral	19	28,4	28,4	41,8
Puas	25	37,3	37,3	79,1
Sangat Puas	14	20,9	20,9	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Saya Dapat Memperoleh Arti Kehidupan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Puas	3	4,5	4,5	4,5
Tidak Puas	3	4,5	4,5	9,0
Netral	12	17,9	17,9	26,9
Puas	37	55,2	55,2	82,1
Sangat Puas	12	17,9	17,9	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Saya Dapat Memperoleh Cara Menyelesaikan Suatu Masalah Dengan Bijak**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Puas	7	10,4	10,4	10,4
Tidak Puas	2	3,0	3,0	13,4
Netral	18	26,9	26,9	40,3
Puas	29	43,3	43,3	83,6
Sangat Puas	11	16,4	16,4	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Saya Dapat Menemukan Karakter Yang Sesuai Dengan Saya**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Puas	3	4,5	4,5	4,5
Tidak Puas	8	11,9	11,9	16,4
Netral	18	26,9	26,9	43,3
Puas	26	38,8	38,8	82,1
Sangat Puas	12	17,9	17,9	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Saya Dapat Menemukan Sosok Yang Bisa Dijadikan Contoh**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Puas	1	1,5	1,5	1,5
Tidak Puas	5	7,5	7,5	9,0
Netral	12	17,9	17,9	26,9
Puas	38	56,7	56,7	83,6
Sangat Puas	11	16,4	16,4	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Saya Mendapatkan Bimbingan Menjalani Kehidupan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Puas	1	1,5	1,5	1,5
Tidak Puas	3	4,5	4,5	6,0
Netral	12	17,9	17,9	23,9
Puas	37	55,2	55,2	79,1
Sangat Puas	14	20,9	20,9	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Saya Dapat Memperoleh Bahan Pembicaraan Mengobrol Dengan Orang Lain**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Puas	3	4,5	4,5	4,5
Tidak Puas	16	23,9	23,9	28,4
Netral	20	29,9	29,9	58,2
Puas	21	31,3	31,3	89,6
Sangat Puas	7	10,4	10,4	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Saya Dapat Berkumpul Dengan Keluarga Dan Teman**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Puas	4	6,0	6,0	6,0
Tidak Puas	8	11,9	11,9	17,9
Netral	12	17,9	17,9	35,8
Puas	26	38,8	38,8	74,6
Sangat Puas	17	25,4	25,4	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Saya Dapat Melupakan Permasalahan Yang Sedang Dihadapi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Puas	5	7,5	7,5	7,5
Tidak Puas	10	14,9	14,9	22,4
Netral	14	20,9	20,9	43,3
Puas	24	35,8	35,8	79,1
Sangat Puas	14	20,9	20,9	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Saya Dapat Mengisi Waktu Luang Dan Bersantai**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	7	10,4	10,4
	Tidak Puas	7	10,4	20,9
	Netral	11	16,4	37,3
	Puas	30	44,8	82,1
	Sangat Puas	12	17,9	100,0
	Total	67	100,0	100,0

**Saya Dapat Menyalurkan Emosi Dan Ketegangan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	6	9,0	9,0
	Tidak Puas	16	23,9	32,8
	Netral	19	28,4	61,2
	Puas	17	25,4	86,6
	Sangat Puas	9	13,4	100,0
	Total	67	100,0	100,0

**Saya Dapat Mencari Kesenangan Dan Hiburan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	4	6,0	6,0
	Tidak Puas	6	9,0	14,9
	Netral	16	23,9	38,8
	Puas	27	40,3	79,1
	Sangat Puas	14	20,9	100,0
	Total	67	100,0	100,0

**Untuk menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar, Saya**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	9	13,4	13,4
	Sedang	30	44,8	58,2
	Tinggi	28	41,8	100,0
	Total	67	100,0	100,0

**Ketika menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar, Saya**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	29	43,3	43,3
	Sedang	24	35,8	79,1
	Tinggi	14	20,9	100,0
	Total	67	100,0	100,0

**Setelah menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar, Saya**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	23	34,3	34,3
	Sedang	32	47,8	82,1
	Tinggi	12	17,9	100,0
	Total	67	100,0	100,0

**Menonton FTV kisah Nyata di Indosiar, saya**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	1	1,5	1,5
	Sedang	23	34,3	35,8
	Tinggi	43	64,2	100,0
	Total	67	100,0	100,0

**Menonton FTV Kisah Nyata di Indosiar, saya mencurahkan waktu**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sedang	19	28,4	28,4	28,4
Valid Tinggi	48	71,6	71,6	100,0
Total	67	100,0	100,0	



**Lampiran 8**

**Tabulasi Silang**

**Saya Dapat Mengetahui Tentang Kisah-Kisah Hidup Orang Lain \* Saya Dapat Mengetahui Tentang Kisah-Kisah Hidup Orang Lain Crosstabulation**

			Saya Dapat Mengetahui Tentang Kisah-Kisah Hidup Orang Lain					Total
			Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Netral	Puas	Sangat Puas	
Saya Dapat Mengetahui Tentang Kisah-Kisah Hidup Orang Lain	Sangat Tidak Penting	Count	2	0	0	0	0	2
		% of Total	3,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,0%
	Tidak Penting	Count	1	5	2	0	0	8
		% of Total	1,5%	7,5%	3,0%	0,0%	0,0%	11,9%
	Netral	Count	0	0	12	2	0	14
		% of Total	0,0%	0,0%	17,9%	3,0%	0,0%	20,9%
	Penting	Count	0	0	5	20	2	27
		% of Total	0,0%	0,0%	7,5%	29,9%	3,0%	40,3%
	Sangat Penting	Count	1	0	0	3	12	16
		% of Total	1,5%	0,0%	0,0%	4,5%	17,9%	23,9%
	Total	Count	4	5	19	25	14	67
		% of Total	6,0%	7,5%	28,4%	37,3%	20,9%	100,0%

**Saya Dapat Memperoleh Arti Kehidupan \* Saya Dapat Memperoleh Arti Kehidupan Crosstabulation**

			Saya Dapat Memperoleh Arti Kehidupan					Total
			Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Netral	Puas	Sangat Puas	
Saya Dapat Memperoleh Arti Kehidupan	Sangat Tidak Penting	Count	2	0	0	0	0	2
		% of Total	3,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,0%
	Tidak Penting	Count	1	3	0	2	0	6
		% of Total	1,5%	4,5%	0,0%	3,0%	0,0%	9,0%
	Netral	Count	0	0	6	1	0	7
		% of Total	0,0%	0,0%	9,0%	1,5%	0,0%	10,4%
	Penting	Count	0	0	4	33	2	39
		% of Total	0,0%	0,0%	6,0%	49,3%	3,0%	58,2%
	Sangat Penting	Count	0	0	2	1	10	13
		% of Total	0,0%	0,0%	3,0%	1,5%	14,9%	19,4%
	Total	Count	3	3	12	37	12	67
		% of Total	4,5%	4,5%	17,9%	55,2%	17,9%	100,0%



**Saya Dapat Memperoleh Cara Menyelesaikan Suatu Masalah Dengan Bijak \* Saya Dapat Memperoleh Cara Menyelesaikan Suatu Masalah Dengan Bijak Crosstabulation**

			Saya Dapat Memperoleh Cara Menyelesaikan Suatu Masalah Dengan Bijak					Total
			Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Netral	Puas	Sangat Puas	
Saya Dapat Memperoleh Cara Menyelesaikan Suatu Masalah Dengan Bijak	Sangat Tidak Penting	Count	4	0	0	0	0	4
		% of Total	6,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,0%
	Tidak Penting	Count	1	2	1	0	0	4
		% of Total	1,5%	3,0%	1,5%	0,0%	0,0%	6,0%
	Netral	Count	1	0	11	4	0	16
		% of Total	1,5%	0,0%	16,4%	6,0%	0,0%	23,9%
	Penting	Count	1	0	6	24	3	34
		% of Total	1,5%	0,0%	9,0%	35,8%	4,5%	50,7%
	Sangat Penting	Count	0	0	0	1	8	9
		% of Total	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%	11,9%	13,4%
	Total	Count	7	2	18	29	11	67
		% of Total	10,4%	3,0%	26,9%	43,3%	16,4%	100,0%

**Saya Dapat Menemukan Karakter Yang Sesuai Dengan Saya \* Saya Dapat Menemukan Karakter Yang Sesuai Dengan Saya Crosstabulation**

			Saya Dapat Menemukan Karakter Yang Sesuai Dengan Saya					Total
			Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Netral	Puas	Sangat Puas	
Saya Dapat Menemukan Karakter Yang Sesuai Dengan Saya	Sangat Tidak Penting	Count	1	0	0	0	0	1
		% of Total	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%
	Tidak Penting	Count	0	5	1	0	0	6
		% of Total	0,0%	7,5%	1,5%	0,0%	0,0%	9,0%
	Netral	Count	1	1	14	4	0	20
		% of Total	1,5%	1,5%	20,9%	6,0%	0,0%	29,9%
	Penting	Count	0	2	2	19	3	26
		% of Total	0,0%	3,0%	3,0%	28,4%	4,5%	38,8%
	Sangat Penting	Count	1	0	1	3	9	14
		% of Total	1,5%	0,0%	1,5%	4,5%	13,4%	20,9%
	Total	Count	3	8	18	26	12	67
		% of Total	4,5%	11,9%	26,9%	38,8%	17,9%	100,0%

**Saya Dapat Menemukan Sosok Yang Bisa Dijadikan Contoh \* Saya Dapat Menemukan Sosok Yang Bisa Dijadikan Contoh Crosstabulation**

			Saya Dapat Menemukan Sosok Yang Bisa Dijadikan Contoh					Total
			Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Netral	Puas	Sangat Puas	
Saya Dapat Menemukan Sosok Yang Bisa Dijadikan Contoh	Sangat Tidak Penting	Count	1	0	0	3	0	4
		% of Total	1,5%	0,0%	0,0%	4,5%	0,0%	6,0%
	Tidak Penting	Count	0	3	0	1	1	5
		% of Total	0,0%	4,5%	0,0%	1,5%	1,5%	7,5%
	Netral	Count	0	1	7	3	0	11
		% of Total	0,0%	1,5%	10,4%	4,5%	0,0%	16,4%
	Penting	Count	0	1	4	27	1	33
		% of Total	0,0%	1,5%	6,0%	40,3%	1,5%	49,3%
	Sangat Penting	Count	0	0	1	4	9	14
		% of Total	0,0%	0,0%	1,5%	6,0%	13,4%	20,9%
	Total	Count	1	5	12	38	11	67
		% of Total	1,5%	7,5%	17,9%	56,7%	16,4%	100,0%

**Saya Mendapatkan Bimbingan Menjalani Kehidupan \* Saya Mendapatkan Bimbingan Menjalani Kehidupan Crosstabulation**

			Saya Mendapatkan Bimbingan Menjalani Kehidupan					Total
			Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Netral	Puas	Sangat Puas	
Saya Mendapatkan Bimbingan Menjalani Kehidupan	Sangat Tidak Penting	Count	1	0	0	2	0	3
		% of Total	1,5%	0,0%	0,0%	3,0%	0,0%	4,5%
	Tidak Penting	Count	0	2	0	1	0	3
		% of Total	0,0%	3,0%	0,0%	1,5%	0,0%	4,5%
	Netral	Count	0	0	11	2	0	13
		% of Total	0,0%	0,0%	16,4%	3,0%	0,0%	19,4%
	Penting	Count	0	1	1	31	2	35
		% of Total	0,0%	1,5%	1,5%	46,3%	3,0%	52,2%
	Sangat Penting	Count	0	0	0	1	12	13
		% of Total	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%	17,9%	19,4%
	Total	Count	1	3	12	37	14	67
		% of Total	1,5%	4,5%	17,9%	55,2%	20,9%	100,0%

**Saya Dapat Memperoleh Bahan Pembicaraan Mengobrol Dengan Orang Lain \* Saya Dapat Memperoleh Bahan Pembicaraan Mengobrol Dengan Orang Lain Crosstabulation**

			Saya Dapat Memperoleh Bahan Pembicaraan Mengobrol Dengan Orang Lain					Total
			Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Netral	Puas	Sangat Puas	
Saya Dapat Memperoleh Bahan Pembicaraan Mengobrol Dengan Orang Lain	Sangat Tidak Penting	Count	2	2	0	0	0	4
		% of Total	3,0%	3,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,0%
	Tidak Penting	Count	1	9	2	1	0	13
		% of Total	1,5%	13,4%	3,0%	1,5%	0,0%	19,4%
	Netral	Count	0	2	13	3	0	18
		% of Total	0,0%	3,0%	19,4%	4,5%	0,0%	26,9%
	Penting	Count	0	2	5	17	4	28
		% of Total	0,0%	3,0%	7,5%	25,4%	6,0%	41,8%
	Sangat Penting	Count	0	1	0	0	3	4
		% of Total	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	4,5%	6,0%
	Total	Count	3	16	20	21	7	67
		% of Total	4,5%	23,9%	29,9%	31,3%	10,4%	100,0%

**Saya Dapat Berkumpul Dengan Keluarga Dan Teman \* Saya Dapat Berkumpul Dengan Keluarga Dan Teman Crosstabulation**

		Saya Dapat Berkumpul Dengan Keluarga Dan Teman	Total
--	--	--	-------

			Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Netral	Puas	Sangat Puas	
Saya Dapat Berkumpul Dengan Keluarga Dan Teman	Sangat Tidak Penting	Count	3	1	0	1	0	5
		% of Total	4,5%	1,5%	0,0%	1,5%	0,0%	7,5%
	Tidak Penting	Count	1	6	2	0	0	9
		% of Total	1,5%	9,0%	3,0%	0,0%	0,0%	13,4%
	Netral	Count	0	0	7	3	1	11
		% of Total	0,0%	0,0%	10,4%	4,5%	1,5%	16,4%
	Penting	Count	0	1	3	17	2	23
		% of Total	0,0%	1,5%	4,5%	25,4%	3,0%	34,3%
	Sangat Penting	Count	0	0	0	5	14	19
		% of Total	0,0%	0,0%	0,0%	7,5%	20,9%	28,4%
	Total	Count	4	8	12	26	17	67
		% of Total	6,0%	11,9%	17,9%	38,8%	25,4%	100,0%

Saya Dapat Melupakan Permasalahan Yang Sedang Dihadapi \* Saya Dapat Melupakan Permasalahan Yang Sedang Dihadapi Crosstabulation

			Saya Dapat Melupakan Permasalahan Yang Sedang Dihadapi					Total
			Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Netral	Puas	Sangat Puas	
Saya Dapat Melupakan Permasalahan Yang Sedang Dihadapi	Sangat Tidak Penting	Count	4	1	1	0	0	6
		% of Total	6,0%	1,5%	1,5%	0,0%	0,0%	9,0%
	Tidak Penting	Count	0	7	2	3	0	12
		% of Total	0,0%	10,4%	3,0%	4,5%	0,0%	17,9%
	Netral	Count	0	1	10	1	1	13
		% of Total	0,0%	1,5%	14,9%	1,5%	1,5%	19,4%
	Penting	Count	1	1	1	20	2	25
		% of Total	1,5%	1,5%	1,5%	29,9%	3,0%	37,3%
	Sangat Penting	Count	0	0	0	0	11	11
		% of Total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	16,4%	16,4%
	Total	Count	5	10	14	24	14	67
		% of Total	7,5%	14,9%	20,9%	35,8%	20,9%	100,0%

Saya Dapat Mengisi Waktu Luang Dan Bersantai \* Saya Dapat Mengisi Waktu Luang Dan Bersantai Crosstabulation

			Saya Dapat Mengisi Waktu Luang Dan Bersantai					Total
			Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Netral	Puas	Sangat Puas	
Saya Dapat Mengisi Waktu Luang Dan Bersantai	Sangat Tidak Penting	Count	4	0	0	0	0	4
		% of Total	6,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,0%
	Tidak Penting	Count	2	3	0	2	0	7
		% of Total	3,0%	4,5%	0,0%	3,0%	0,0%	10,4%
	Netral	Count	0	2	4	2	0	8
		% of Total	0,0%	3,0%	6,0%	3,0%	0,0%	11,9%
	Penting	Count	1	2	7	23	3	36
		% of Total	1,5%	3,0%	10,4%	34,3%	4,5%	53,7%
	Sangat Penting	Count	0	0	0	3	9	12
		% of Total	0,0%	0,0%	0,0%	4,5%	13,4%	17,9%
	Total	Count	7	7	11	30	12	67
		% of Total	10,4%	10,4%	16,4%	44,8%	17,9%	100,0%



**Saya Dapat Menyalurkan Emosi Dan Ketegangan \* Saya Dapat Menyalurkan Emosi Dan Ketegangan Crosstabulation**

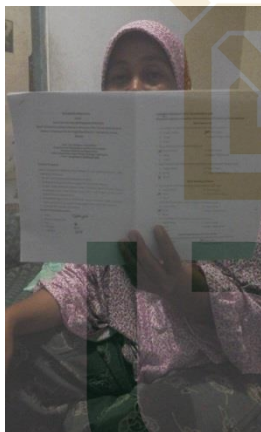
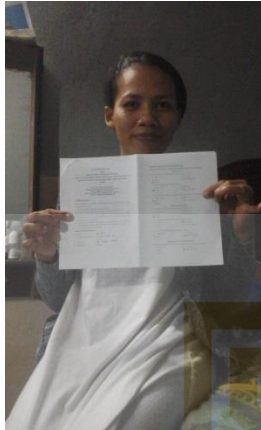
			Saya Dapat Menyalurkan Emosi Dan Ketegangan					Total
			Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Netral	Puas	Sangat Puas	
Saya Dapat Menyalurkan Emosi Dan Ketegangan	Sangat Tidak Penting	Count	5	0	0	0	1	6
		% of Total	7,5%	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%	9,0%
	Tidak Penting	Count	1	11	3	1	1	17
		% of Total	1,5%	16,4%	4,5%	1,5%	1,5%	25,4%
	Netral	Count	0	1	12	2	1	16
		% of Total	0,0%	1,5%	17,9%	3,0%	1,5%	23,9%
	Penting	Count	0	4	3	12	1	20
		% of Total	0,0%	6,0%	4,5%	17,9%	1,5%	29,9%
	Sangat Penting	Count	0	0	1	2	5	8
		% of Total	0,0%	0,0%	1,5%	3,0%	7,5%	11,9%
	Total	Count	6	16	19	17	9	67
		% of Total	9,0%	23,9%	28,4%	25,4%	13,4%	100,0%

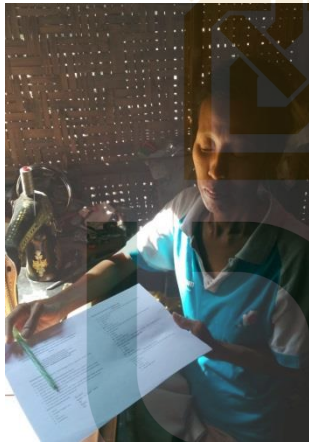
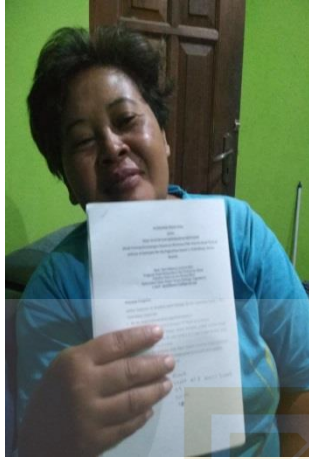
Saya Dapat Mencari Kesenangan Dan Hiburan \* Saya Dapat Mencari Kesenangan Dan Hiburan Crosstabulation

			Saya Dapat Mencari Kesenangan Dan Hiburan					Total
			Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Netral	Puas	Sangat Puas	
Saya Dapat Mencari Kesenangan Dan Hiburan	Sangat Tidak Penting	Count	2	0	0	1	0	3
		% of Total	3,0%	0,0%	0,0%	1,5%	0,0%	4,5%
	Tidak Penting	Count	1	5	1	1	0	8
		% of Total	1,5%	7,5%	1,5%	1,5%	0,0%	11,9%
	Netral	Count	1	0	12	4	0	17
		% of Total	1,5%	0,0%	17,9%	6,0%	0,0%	25,4%
	Penting	Count	0	1	0	18	5	24
		% of Total	0,0%	1,5%	0,0%	26,9%	7,5%	35,8%
	Sangat Penting	Count	0	0	3	3	9	15
		% of Total	0,0%	0,0%	4,5%	4,5%	13,4%	22,4%
	Total	Count	4	6	16	27	14	67
		% of Total	6,0%	9,0%	23,9%	40,3%	20,9%	100,0%

## LAMPIRAN 9

### FOTO RESPONDEN KETIKA MENGISI KUESIONER







KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
REPUBLIK INDONESIA

## IJAZAH

**SEKOLAH MENENGAH ATAS**  
PROGRAM ILMU PENGETAHUAN ALAM  
TAHUN PELAJARAN 2013/2014

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Sekolah Menengah Atas .....  
Muhammadiyah Bantul ..... menerangkan bahwa:

nama	: <u>SUCI WIBOWO</u>
tempat dan tanggal lahir	: <u>Bantul, 1 Agustus 1995</u>
nama orang tua/wali	: <u>Sarjilan</u>
nomor induk siswa nasional	: <u>9951273491</u>
nomor peserta ujian nasional	: <u>3-14-04-02-008-013-4</u>
sekolah asal	: <u>SMA Muhammadiyah Bantul</u>

## LULUS

dari satuan pendidikan berdasarkan hasil Ujian Nasional dan Ujian Sekolah serta telah memenuhi seluruh kriteria sesuai dengan peraturan perundang-undangan.



Bantul, 20 Mei ..... 2014

Kepala Sekolah,

*[Signature]*  
Suman Sapta putra, M. Pd  
19600326 198803 1 004



DN-04 Ma 0005350



UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Kartu Tanda Mahasiswa



Nama : SUCI WIBOWO  
NIM : 14210102  
Prodi : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN  
ISLAM  
Fakultas : FAKULTAS DAKWAH DAN  
KOMUNIKAS  
Angkatan : 2014

Yogyakarta, 15 Agustus 2014  
Rektor

Prof. Dr. H. Musa Anwar  
NIP. 19511231 198303 1 018

Berlaku s.d.  
31 Agustus 2018





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
LEMBAGA PENELITIAN DAN  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## SERTIFIKAT

Nomor: B-432.2/Un.02/L.3/PM.03.2/P3.770/10/2017

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga memberikan sertifikat kepada:

Nama : Suci Wibowo  
Tempat, dan Tanggal Lahir : Bantul, 01 Agustus 1995  
Nomor Induk Mahasiswa : 14210102  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Semester Pendek, Tahun Akademik 2016/2017 (Angkatan ke-93), di:

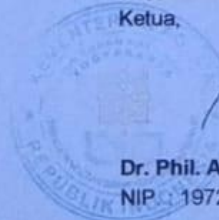
Lokasi : Mertelu, MERTELU  
Kecamatan : Gedangsari  
Kabupaten/Kota : Kab. Gunungkidul  
Propinsi : D.I. Yogyakarta

dari tanggal 10 Juli s.d. 31 Agustus 2017 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 95,75 (A). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status mata kuliah intra kurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munaqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 19 Oktober 2017

Ketua,



Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.

NIP. 19720912 200112 1 002

**UJIAN SERTIFIKASI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI**

diberikan kepada

Nama : Suci Wibowo  
 NIM : 14210102  
 Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi  
 Jurusan/Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam  
 Dengan Nilai :

No.	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1.	Microsoft Word	90	A
2.	Microsoft Excel	80	B
3.	Microsoft Power Point	95	A
4.	Internet	100	A
5.	Total Nilai	91.25	A
Predikat Kelulusan		Sangat Memuaskan	

Yogyakarta, 19 April 2018

Kepala PTIPD



Dr. Shofwatul'Uyun, S.T., M.Kom.  
 NIP. 19820511 200604 2 002

Standar Nilai:

Nilai		Predikat
Angka	Huruf	
86 - 100	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	B	Memuaskan
56 - 70	C	Cukup
41 - 55	D	Kurang
0 - 40	E	Sangat Kurang





## TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.21.11.82/2018

This is to certify that:

Name : **Suci Wibowo**  
Date of Birth : **August 01, 1995**  
Sex : **Female**

achieved the following scores on the Test of English Competence (TOEC) held on **March 22, 2018** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	46
Structure & Written Expression	36
Reading Comprehension	43
<b>Total Score</b>	<b>417</b>

*Validity: 2 years since the certificate's issued*



Yogyakarta, March 22, 2018  
Director

Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.  
NIP. 19680915 199803 1 005



## شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: UIN.02/L4/PM.03.2/6.21.16.64/2017

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Suci Wibowo :

تاريخ الميلاد : ١ أغسطس ١٩٩٥

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ٢٨ سبتمبر ٢٠١٧، وحصلت  
على درجة :

٣٧	فهم المسموع
٣٢	التركيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٢٣	فهم المقروء
٣٠٧	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكجاكرتا، ٢٨ سبتمبر ٢٠١٧

المدير



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.

رقم التوظيف : ١٩٦٨٠٩١٥١٩٩٨٠٣١٠٠٥





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

**Fakultas Dakwah dan Komunikasi**

Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta Telp: 0274-515856 Email: fd@uin-suka.ac.id

**SERTIFIKAT**

NO : UIN.02/DD/PP.00.9/1829.a/2015

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga dengan ini menyatakan bahwa :

**SUCI WIBOWO**

**14210102**

**LULUS dengan Nilai 90 ( A )**

Ujian sertifikasi Baca Al-Qur'an yang diselenggarakan oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Dekan



**Nurjannah, M.Si.**

NIP. 19600310 198703 2 001

Yogyakarta, 05 Oktober 2015  
Ketua

**Alimatul Qibiyah, S.Ag. M.Si., MA., Ph.D**  
NIP. 19710919 199603 2 001

INTEGRATIF-INTERKONEKTIF

DEDIKATIF-INOVATIF

INKLUSIF-CONTINUOUS IMPROVEMENT

Nomor: UIN.02/R3/PP.00.9/3074/2014



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN KALIJAGA**

# Sertifikat

diberikan kepada:

Nama : SUCI WIBOWO  
NIM : 14210102  
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Sebagai Peserta

atas keberhasilannya mengikuti seluruh kegiatan

**SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI**

Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2014/2015  
Tanggal 25 s.d. 27 Agustus 2014 (20 jam pelajaran)

Yogyakarta, 2 September 2014  
a.n. Rektor

Wakil Rektor Bidang Kelembagaan dan Kerjasama



Dr. H. Maksudin, M.Ag.  
NIP. 19600716 1991031.001

# SERTIFIKAT

No. OPAK.Dema-UINSuka.VIII.2014



DEWAN EKSEKUTIF MAHASISWA  
UIN SUNAN KALIJAGA



**OPAK2014**  
Olah Raga Mahasiswa

diberikan kepada:

**SUCI WIBOWO**  
sebagai  
**PESERTA**

dalam kegiatan **Orientasi Pengenalan Akademik dan Kemahasiswaan**  
(OPAK) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Pada tanggal 21-23 Agustus 2014.

Yogyakarta, 23 Agustus 2014

Mengetahui,

Wakil Rektor III  
Bid. Kerjasama dan Kelembagaan  
UIN Sunan Kalijaga

**Dr. Maksudin, M.Ag**  
NIP. 19600716 199103 1 001

Presiden  
Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA)  
UIN Sunan Kalijaga

**Syaifudin Ahrom A.**  
NIM 09250013

Ketua Panitia,

**Syauqi Biq**  
NIM.11520023

KEPOLISIAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA  
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA  
BIDANG HUBUNGAN MASYARAKAT

SURAT KETERANGAN  
Nomor : Sket/ 1g /XI/2017/Bidhumas

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : YULIYANTO, S.I.K., M.Sc.  
Pangkat/Nrp : AKBP/ 74070440  
Jabatan : KABIDHUMAS  
Kesatuan : POLDA D.I. YOGYAKARTA

Menerangkan bahwa:

Nama : SUCI WIBOWO  
NIM : 14210102

Sesuai dengan surat dari Ketua Program Studi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga No. B-09/Un.02/TD/KM/1.1/09/2017 tanggal 22 September 2017 perihal Permohonan Magang Profesi.

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, bahwa mahasiswa tersebut benar-benar telah melaksanakan Magang Profesi di Bidhumas Polda D.I. Yogyakarta mulai tanggal 10 Oktober s.d. 20 November 2017.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 21 November 2017

KABIDHUMAS POLDA D.I. YOGYAKARTA



YULIYANTO, S.I.K., M.Sc.

KAPOLKOMISARIS BESAR POLISI NRP 74070440

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama : Suci Wibowo
2. Tempat, Tanggal Lahir : Bantul, 1 Agustus 1995
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Status Perkawinan : Belum Kawin
6. No. HP : 085799177734
7. E-mail : [suciwibowo734@gmail.com](mailto:suciwibowo734@gmail.com)



### B. Riwayat Pendidikan Formal

1. (2001-2002) TK Masyithoh Budi Lestari
2. (2002-2008) SD N Sumberagung 2
3. (2008-2011) SMP N 1 Jetis Bantul
4. (2011-2014) SMA Muhammadiyah Bantul
5. (2014 - 2018) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### C. Prestasi dan Penghargaan

1. (2007) Juara 3 Olimpiade MIPA Tingkat Kecamatan Jetis .
2. (2012) )Juara 3 Lomba membuat cerpen tingkat IPM Kab. Bantul

### D. Pengalaman Organisasi dan Kepanitiaan

1. (2012-2013) Ketua OSIS dan IPM SMA Muhammadiyah Bantul.
2. (2016-2018) Wakil Ketua di Organisasi Pemuda/i Kepek 3.
3. (2016) Sekretaris dalam event Pesta Boneka International #4.
4. (2016) Wakil Ketua Panitia Kepek 3 Carnival 2016.
5. (2017) Ketua Panitia Kepek 3 Carnival 2017.

### E. Pengalaman Kerja

1. Packaging di Jolie Accesories 2014
2. Pramuniaga di Peachy Craft 2014
3. SPG Perbantuan Cardinal Men 2014, 2015, 2016, 2017 dan Ladies 2018
4. Instruktur Outbound 2015 - sekarang.

### F. Keterampilan

1. *English conversation*
2. *Instruktur Outbound*