

**KORELASI MOTIF MENONTON DENGAN KEPUASAN YANG
DIDAPATKAN KELOMPOK IBU PENGAJIAN *SAKINATUL
QULUB* KARANG PENTING MANDISARI PARAKAN
TEMANGGUNG DALAM MENONTON FILM TELEVISI "KISAH
NYATA" DI STASIUN TELEVISI INDOSIAR**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

Asyifa Lana Kholida

NIM. 14210104

Pembimbing :

Dra. Hj. Anisah Indriati, M. Si.

NIP. 19661226 199203 2 002

**PROGRAM STUDI 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- 2100/Un.02/DD/PP.05.3/08/2018

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**KORELASI MOTIF MENONTON DENGAN KEPUASAN YANG DIDAPKAN
KELOMPOK IBU PENGAJIAN SAKINATUL QULUB KARANG PENTING
MANDISARI PARAKAN TEMANGGUNG DALAM MENONTON FILM
TELEVISI "KISAH NYATA" DI STASIUN TELEVISI INDOSIAR**


yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Asyifa Lana Kholida
NIM/Jurusan : 14210104/KPI
Telah dimunaqasyahkan pada : Rabu, 29 Agustus 2018
Nilai Munaqasyah : 86,6 / A/B

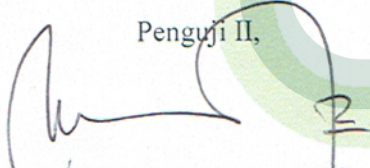
dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

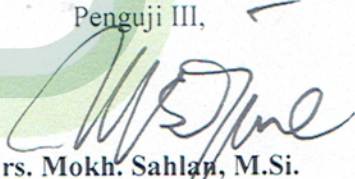
Ketua Sidang/Penguji I,


Dra. Hj. Anisah Indriati, M.Si.
NIP 19661226 199203 2 002.

Penguji II,

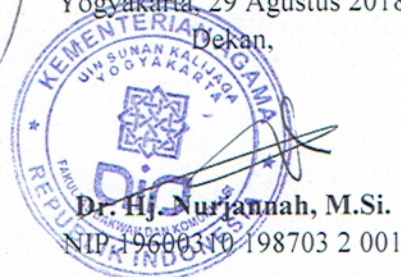

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
NIP 19680103 199503 1 001

Penguji III,


Drs. Mokh. Sahlan, M.Si.
NIP 19680501 199303 1 006

Yogyakarta, 29 Agustus 2018

Dekan,



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Assalaamu'alaikum W.W

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Asyifa Lana Kholida

NIM : 14210104

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: KORELASI MOTIF MENONTON DENGAN KEPUASAN YANG DIDAPATKAN KELOMPOK IBU PENGHAJIAN *SAKINATUL QULUB* KARANG PENTING MANDISARI PARAKAN TEMANGGUNG DALAM MENONTON FILM TELEVISI "KISAH NYATA" DI STASIUN TELEVISI INDOSIAR adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

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

Wassalaamu'alaikum W.W

Yogyakarta, 18 Mei 2018

Yang menyatakan



Asyifa Lana Kholida

14210104

SURAT PERNYATAAN BERHIJAB

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Asyifa Lana Kholida
NIM : 14210104
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan bahwa sesungguhnya saya tidak menuntut kepada Jurusan/Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (atas pemakaian jilbab dalam ijazah strata satu saya). Seandainya suatu hari terdapat instansi yang menolak ijazah tersebut karena penggunaan jilbab.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh penuh kesadaran dan Ridho Allah SWT.

Yogyakarta, 23 April 2018

Yang menyatakan,



Asyifa Lana Kholida
NIM 14210104



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Assalamualaikum wr. wb.

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

Nama : Asyifa Lana Kholida
NIM : 14210104
Judul Skripsi : Korelasi Motif Menonton dengan Kepuasan yang didapatkan Kelompok Ibu Pengajian *Sakinatul Qulub* Karang Penting Mandisari Parakan Temanggung dalam Menonton Film Televisi "Kisah Nyata" di Stasiun Televisi Indosiar.

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

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

Wassalamualaikum wr. wb.

Yogyakarta, 14 Agustus 2018

Mengetahui:
Ketua Jurusan

Pembimbing Skripsi

Drs. Abdur Rozak, M.Pd.
NIP : 19671006 199403 1 003

Dra. Hj. Anisah Indriati, M. Si.
NIP. 19661226 199203 2 002

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya dedikasikan untuk:

Kedua orang tua saya Ibu Nuris Shovia dan Bapak Mujib Machfudin, terima kasih sedalam-dalam atas cinta, kasih sayang serta dukungan selama ini, serta do'a yang tak pernah berhenti untuk putrimu ini.

Almamater tercinta, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN sunan Kalijaga Yogyakarta



MOTTO

“If you want something you never had, then you’ve got to do something you never done!”.

Talk less, listen more, that’s way you can appreciate someone

- lanaasyifa -



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya kepada peneliti, Sholawat serta salam peneliti haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun umat menuju kebahagiaan dunia akhirat.

Skripsi yang berjudul *Motif Dan Kepuasan Menonton Film Televisi "Kisah Nyata" Di Stasiun Televisi Indosiar* ini dibuat guna memenuhi tugas akhir untuk mendapatkan gelar Sarjana Sosial (S.Sos) di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Semoga karya ini dapat menjadi salah satu bentuk pematangan mental dan intelektual peneliti selama belajar diperkuliahan strata satu.

Peneliti menyadari, bahwa penelitian ini tidak dapat diselesaikan tanpa adanya dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya peneliti haturkan kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, PhD.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Dr. Hj. Nurjannah, M. Si.
3. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Drs. Abdul Rozak, M. Pd.
4. Dosen Pembimbing Akademik, Muhammad Sahlan, M. Si. yang selalu memberikan arahan selama masa studi.

5. Dosen Pembimbing Skripsi, Dra. Hj. Anisah Indriati, M. Si. Yang selalu memberikan motivasi, arahan, serta nasehat kepada peneliti dengan penuh kesabaran hingga tersusunlah skripsi ini.
6. Seluruh dosen, staff dan karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Ayahanda dan Ibunda serta seluruh keluarga tercinta yang selalu memberikan kasih sayang tanpa pamrih. Dorongan, arahan serta dukungan selalu diberikan agar terselesaikan skripsi ini.
8. Adik-adikku. Mudrikul Hasani, Aghisna Fikamali Khoirina dan Muhammad Zaidan Kafabih yang selalu membawa keceriaan.
9. Teman-teman sejurusan KPI angkatan 2014 yang saya cintai, terima kasih atas hari-hari penuh kenangan selama 4 tahun masa kuliah semoga silaturahmi tetap selalu terjaga. Farchan, Niswah Qonita, Afifah NH Isnaini, Uli Goserira, Tias Bhekti, Ajeng Apriliani, Nella Agesti, Indah Rizky, Anisa Hasnawati, Ojan, Ubed, Fiki Septiawan, Athoillah, Hasril Azmi, Salma, Robby dan teman-teman lainnya, serta khususnya Akhi Hariz Fahmi yang selalu menjadi tempat cerita, Bunda Binthaj Fadila yang sedari MA menjadi sahabat terbaik.
10. Teman-teman satu pembimbing skripsi, Afifah, Giska, Aziz fikri dan lainnya yang selalu mengingatkan dalam proses penyusunan skripsi ini.
11. Kelompok Ibu Pengajian *Sakinatul Qulub* yang sudah bersedia membantu menjadi responden dalam penyusunan skripsi ini, sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.

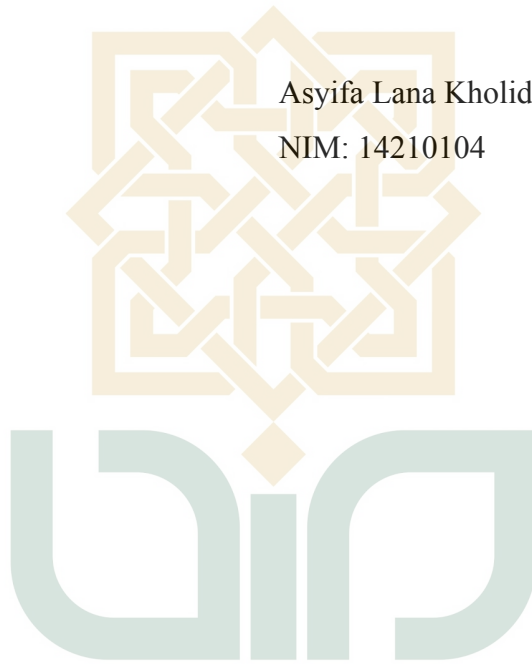
Kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini saya ucapkan banyak terima kasih. Semoga amal baik yang sudah diberikan diterima oleh Allah SWT. Hasil skripsi ini masih jauh dari kata

sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat di harapkan. akhirnya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan semoga Allah SWT meridhoi langkah kita semua. *Amin ya robbal 'alamin.*

Yogyakarta, 11 Agustus 2018

Asyifa Lana Kholida

NIM: 14210104



ABSTRAK

Asyifa Lana Kholida, 14210104. Motif dan Kepuasan Menonton Film Televisi “Kisah Nyata” di Indosiar. Skripsi. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018.

Film Televisi “Kisah Nyata” merupakan salah satu program andalan dari stasiun televisi Indosiar. Program ini memiliki waktu tayang lima kali dalam sehari dengan durasi masing-masing selama 2 jam. Kelompok Ibu Pengajian *Sakinatul Qulub* merupakan audien yang aktif dalam memilih tayangan, dan merupakan penonton dari Film Televisi “Kisah Nyata”. Sehingga peneliti ingin mengetahui hubungan antara motif menonton dengan kepuasan yang diperoleh setelah menonton tayangan tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini dilakukan dengan mengukur antar variabel sehingga diperoleh data berupa angka yang kemudian dianalisis berdasarkan prosedur analitik. Sedangkan desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian deskriptif analisis. menggunakan teori *Uses and Gratification*, di mana teori ini beranggapan bahwa setiap individu memiliki tujuan tertentu dalam mengkonsumsi suatu media. Metode yang digunakan adalah metode survei, yaitu dengan menyebarkan angket kepada responden. *Uji Regresi Linear Sederhana* digunakan untuk mengetahui hubungan antara motif dan kepuasan penonton terhadap Film Televisi “Kisah Nyata” di Indosiar.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa skor rata-rata motif responden dalam menonton Film Televisi “Kisah Nyata” sebesar 200.75 sedangkan skor rata-rata kepuasan sebesar 209.5. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa antara motif dengan kepuasan memiliki korelasi. Angka korelasi dalam hasil penelitian ini adalah sebesar 0.210 yang berarti antara motif dan kepuasan memiliki hubungan yang lemah.

Kata Kunci : Motif , Kepuasan, *Uses and Gratification*, Film Televisi “Kisah Nyata”



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
SURAT PERNYATAAN BERHIJAB	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Batasan Masalah	4
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6
F. Kajian Pustaka	7
G. Kerangka Teori	13
1. Komunikasi Massa	13
2. Televisi Sebagai Media Massa	14
3. Film Televisi (FTV) di Indonesia	16
4. Teori <i>Uses and Gratification</i>	17

5. Hubungan antara Motif dan Kepuasan	25
H. Kerangka Berfikir	26
I. Hipotesis Penelitian	27
J. Sistematika Pembahasan	29

BAB II METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	31
B. Variabel Penelitian	32
C. Definisi Konseptual	34
D. Definisi Operasional	35
E. Populasi dan Sampel	37
F. Teknik Pengumpulan Data	39
G. Validitas dan Reliabilitas	44
H. Analisis Data	51

BAB III GAMBARAN UMUM PENELITIAN

A. Stasiun Televisi Indosiar	53
B. Film Televisi Kisah Nyata	55
C. Deskripsi Lokasi Penelitian	57
D. Gambaran Umum Informan Penelitian	58

BAB IV TEMUAN DAN ANALISIS DATA

A. Analisis Frekuensi Identitas Responden	59
1. Distribusi Responden Berdasarkan Usia	60
2. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	61
3. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
B. Tingkat Penggunaan Media	63

1. Klasifikasi Penonton Berdasarkan Durasi	
Menonton dalam satu hari	63
2. Klasifikasi Penonton Berdasarkan Frekuensi	
Menonton Film Televisi Kisah Nyata	65
C. Analisis Motif dan Kepuasan	66
1. Variabel Motif	66
2. Variabel Kepuasan	68
D. Analisis Regresi Linear Sederhana	69
E. Analisis Korelasi	73
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	78
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tipologi McQuail	35
Tabel 2.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian	40
Tabel 2.3 Alternatif Jawaban	43
Tabel 2.4 Uji Validitas Variabel Motif	46
Tabel 2.5 Uji Validitas Variabel Kepuasan	47
Tabel 2.6 Uji Reliabilitas Variabel Motif	50
Tabel 2.7 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan.....	51
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	61
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
Tabel 4.4 Klasifikasi Durasi Menonton TV dalam Satu Hari.....	63
Tabel 4.5 Klasifikasi Frekuensi Menonton dalam Satu Minggu ..	65
Tabel 4.6 Skor Rata-rata Variabel Motif	67
Tabel 4.7 Skor Rata-rata Variabel Kepuasan.....	69
Tabel 4.8 Variabel Entered/Removed.....	70
Tabel 4.9 Tabel Summary.....	70
Tabel 4.10 Tabel Koefisien.....	71
Tabel 4.11 Tabel Korelasi.....	74
Tabel 4.12 Pedoman Derajat Hubungan	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir	26
Gambar 3.1 Logo Indosiar	53
Gambar 3.2 Cover Film Televisi Kisah Nyata.....	55
Gambar 3.3 Poster Sayembara Sinema Indosiar.....	56
Gambar 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia ..	60
Gambar 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	61
Gambar 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
Gambar 4.4 Klasifikasi Durasi Menonton Televisi dalam Satu Hari.....	64
Gambar 4.5 Klasifikasi Frekuensi Menonton Kisah Nyata dalam Satu Minggu.....	65

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Televisi menjadi media massa dengan perkembangan yang sangat pesat sejak dikembangkan pada tahun 1946 oleh Willian Sockley dan kawan-kawan.¹ Televisi merupakan salah satu media yang sudah menjadi kebutuhan masyarakat karena kemudahannya dalam menyampaikan informasi. Informasi yang disampaikan oleh televisi dapat dengan mudah dimengerti karena jelas terdengar secara audio dan terlihat secara visual.²

Program hiburan menjadi salah satu program yang selalu mendapat Program hiburan menjadi salah satu program yang selalu mendapatkan rating tinggi, hal ini dibuktikan dari hasil perhitungan rating acara televisi per Januari 2018 di mana program-program hiburan menjadi program dengan rating tertinggi.³ Melihat minat dari minat masyarakat yang menaruh hati lebih di program acara hiburan

¹Stephen W Littlejohn dan Karen A Foss, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), hlm. 407.

² Badjuri, Adi, *Jurnalistik Televisi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010). hlm.6.

³www.berita-ane.com/2018/01/daftar-rating-acara-tv-dan-ranking-channel-tv-lokal-januari-2018.html?m=1 diakses tanggal 22 Mei 2018.

tersebut, membuat stasiun-stasiun televisi di Indonesia semakin gencar untuk menghasilkan program-program hiburan yang menarik bagi masyarakat.

Indosiar menjadi salah satu stasiun televisi yang masuk kedalam daftar stasiun televisi dengan perolehan rating tinggi. Pada bulan Januari 2018, Indosiar memperoleh urutan ketiga daftar perolehan rating televisi dengan 13,9%.⁴ Program program yang menjadi andalan Indosiar diantaranya adalah program pencarian bakat dan film televisi yang sudah mulai di produksi di tahun 2000-an.⁵

Film televisi merupakan film *feature* yang didanai oleh pihak stasiun televisi yang sejak awal memang dimaksudkan untuk ditayangkan melalui televisi dan bukan di bioskop, dengan durasi tayang dari film televisi ini adalah 120 menit sampai 180 menit dengan tema beragam seperti remaja, cinta, agama serta tragedi kehidupan.⁶

Indosiar menjadi salah satu stasiun televisi di Indonesia yang hingga saat ini memproduksi film televisi sebagai program andalan, di mana film televisi ini dinamai dengan Film Televisi □Kisah

⁴ *Ibid.*, diakses tanggal 22 Mei 2018

⁵ <https://googleweblight.com/i?u=https://entertainment.kompas.com/read/2017/01/15/090701210/22-tahun-indosiar-menginspirasi-penonton-dengan-ajang-pencarian-bakat&hl=id-1> diakses tanggal 22 Mei 2018.

⁶ <https://m.kapanlagi.com/teen/girls/lifestyle/perbedaan-film-televisi-dan-film-layar-lebar-623674.html> diakses tanggal 22 Mei 2018.

Nyata. Film televisi ini merupakan film televisi religi yang tayang di Indosiar setiap hari dan menceritakan mengenai peristiwa-peristiwa yang berdasar dari kisah nyata yang dialami seseorang, di mana dari cerita tersebut dapat diambil hikmah serta pesan moral.⁷ Setiap episode dari film televisi "Kisah Nyata" ini mengangkat kisah yang berbeda-beda dengan dibintangi oleh aktor dan aktris Indonesia. Mengisahkan tentang persoalan-persoalan yang dekat dengan masyarakat, terutama mengenai perselisihan di rumah tangga yang tidak jarang terdapat unsur kekerasan di dalamnya. Seperti episode "Istri kedua suamiku iri kepadaku", "Suamiku perhitungan", "Suamiku menikah diam-diam" atau "Suami usir anak istri demi selingkuhan".⁸ Bahkan, Film Televisi "Kisah Nyata" ini pernah mendapat teguran dari Komisi Penyiaran Indonesia karena dalam episodenya memuat adegan kekerasan berupa seorang suami yang hendak menceraikan dan mengusir anak serta istriya hanya karena tidak terima apabila wanita yang menjadi selingkuhannya dianggap sebagai perusak rumah tangga.⁹

Waktu tayang program Film Televisi "Kisah Nyata" di Indosiar yang ditayangkan beberapa kali dalam satu hari, yaitu tayang setiap hari pukul 01.30 WIB, pukul 11.30 WIB, pukul 13.30

⁷www.indosiar.com/shows/sayembara-sinema-indonesia-kisah-nyataku?page=5 diakses tanggal 22 Mei 2018

⁸www.dailymotion.com/video diakses tanggal 22 Mei 2018

⁹www.kpi.go.id/index.php/id/edaran-dan-sanksi/34063-peringatan-tertulis-program-siaran-kisah-nyata-indosiar-2

WIB, pukul 15.30 WIB dan pukul 00.00 WIB. Indosiar memberikan slot waktu tayang yang cukup banyak untuk program ini.

Melihat dari persoalan tersebut, peneliti tertarik untuk lebih mengetahui bagaimana khalayak memilih suatu tayangan dan seperti apa *feedback* yang didapatkan setelah mengonsumsi suatu tayangan di televisi tersebut. Peneliti menemukan pula fakta bahwa mayoritas anggota dari Kelompok Ibu Pengajian *Sakinatul Qulub* Kampung Karang Penting ini merupakan penggemar dari Film Televisi □Kisah Nyata□ di Indosiar. Keputusan anggota Kelompok Ibu Pengajian *Sakinatul Qulub* Kampung Karang Penting dalam memilih tayangan tersebut tidak terlepas dari faktor-faktor kepuasan yang bisa didapatkan khalayak setelah mengonsumsi suatu media tersebut.

Pertimbangan dalam memilih tayangan menjadi hal penting, apakah media tersebut memiliki dampak yang baik atau tidak sebagaimana yang dilakukan oleh Kelompok Ibu Pengajian *Sakinatul Qulub* Kampung Karang Penting dalam memilih Film Televisi □Kisah Nyata□ sebagai tontonan. Ketika khalayak telah memutuskan untuk memilih suatu media sebagai tontonannya, pastilah khalayak memiliki keyakinan akan media tersebut dapat memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh khalayak.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah di jelaskan, maka peneliti membatasi masalah pada motif menonton Film Televisi □□Kisah Ny dan kepuasan yang di dapat oleh Kelompok Ibu

Pengajian *Sakinatul Qulub* Kampung Karang Penting, Mandisari, Parakan, Temanggung dalam menonton Film Televisi □Kisah Nyata□ di Indosiar.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apa motif dari Kelompok Ibu Pengajian *Sakinatul Qulub* Kampung Karang Penting, Mandisari, Parakan, Temanggung dalam menonton Film Televisi □Kisah Nyata□ di Indosiar?
2. Seberapa besar kepuasan yang diperoleh Kelompok Ibu Pengajian *Sakinatul Qulub* Kampung Karang Penting, Mandisari, Parakan, Temanggung dalam menonton Film Televisi □Kisah Nyata□ di Indosiar?
3. Bagaimanakah hubungan antara motif dan kepuasan yang diperoleh pada Kelompok Ibu Pengajian *Sakinatul Qulub* Kampung Karang Penting, Mandisari, Parakan, Temanggung dalam menonton Film Televisi □Kisah Nyata□ di Indosiar?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui motif dari anggota Kelompok Ibu Pengajian *Sakinatul Qulub* Kampung Karang Penting, Mandisari, Parakan,

Temanggung dalam menonton Film Televisi □Kisah Nyata□ di Indosiar.

2. Untuk mengetahui kepuasan dari anggota Kelompok Ibu Pengajian *Sakinatul Qulub* Kampung Karang Penting, Mandisari, Parakan, Temanggung setelah menonton Film Televisi □Kisah Nyata□ di Indosiar.
3. Untuk mengetahui hubungan antara motif dan kepuasan yang diperoleh pada kelompok ibu pengajian *Sakinatul Qulub* Kampung Karang Penting, Mandisari, Parakan, Temanggung dalam menonton Film Televisi □Kisah Nyata□ di Indosiar.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

- a. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi wawasan bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi khususnya mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- b. Diharapkan hasil penelitian ini bisa menjadi pedoman akademik bagi penelitian lainnya, khususnya pembahasan mengenai motif dan kepuasan khalayak dalam mengkonsumsi suatu tayangan dalam media tertentu.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan dan pengetahuan kepada khalayak mengenai kesenjangan antara motif dan kepuasan yang diperoleh pada Kelompok Ibu Pengajian *Sakinatul Qulub* Kampung Karang Penting, Mandisari, Parakan, Temanggung dalam menonton film televisi □Kisah Nyata□ di Indosiar.
- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberi wawasan yang jelas mengenai bagaimana kepuasan yang didapat oleh Kelompok Ibu Pengajian *Sakinatul Qulub* Kampung Karang Penting, Mandisari, Parakan, Temanggung yang berperan sebagai khalayak aktif dalam memilih suatu tayangan pada media tertentu.

F. Kajian Pustaka

Ada beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul dan objek penelitian pada penelitian ini. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan peneliti sebagai komparasi akan keontetikan penelitian ini.

Pertama, adalah penelitian berbentuk skripsi pada tahun 2017 hasil penelitian dari Dicky Andika Nur P.W NIM 12.12.1.1.006, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Fakultas Ushuludin dan Dakwah, dengan judul skripsi □Korelasi antara Motif dan Kepuasan Khalayak dalam

Menonton Program Sinetron Anak Jalanan (Survei Terhadap Komunitas Motor *Family Matic Community* Boyolali)□.

Penelitian yang dilakukan oleh Dicky Andika Nur P.W bertujuan untuk mengetahui korelasi motif dan kepuasan yang didapatkan oleh Komunitas Motor *Family Matic Community* Boyolali dalam menonton Sinetron □Anak Jalanan□ dan untuk mengetahui seberapa besar korelasi antara motif dan kepuasan dalam menonton program sinetron tersebut.¹⁰ Perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesenjangan antara motif dan kepuasan yang didapatkan oleh Kelompok Ibu Pengajian *Sakinatul Qulub* Kampung Karang Penting, Mandisari, Parakan, temanggung dalam menonton Film Televisi □Kisah Nyata□ di Indosiar.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Dicky Andika Nur P.W dan yang peneliti lakukan adalah dari penggunaan teori *Uses and Gratification* serta dari penggunaan pendekatan penelitian, yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh Dicky Andika Nur P.W adalah terdapat kesenjangan motif dengan kepuasan setelah menonton Sinetron □Anak Jalanan□, di mana kepuasan yang didapat pemirsa lebih besar dari motif menonton. Hal ini menunjukkan

¹⁰ Dicki Andika Nur P.W. *Korelasi antara Motif dan Kepuasan Khalayak dalam Menonton Program Sinetron Anak Jalanan :Survei Terhadap Komunitas Motor Family Matic Community Boyolali*. Skripsi (Surakarta: Jurusan KPI IAIN Surakarta, 2017).

bahwa ada korelasi antara motif dan kepuasan khalayak serta program Sinetron "Anak Jalanan" tersebut sudah dapat memuaskan penontonnya. Dapat dikatakan bahwa korelasi antara variabel motif dan variabel kepuasan pemirsa dalam menonton Sinetron "Anak Jalanan" sangatlah kuat.

Literatur *kedua* yang digunakan peneliti sebagai acuan adalah penelitian dalam bentuk skripsi pada tahun 2015 karya dari Nikken Wulansari, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Skripsi ini berjudul "Motif dan Kepuasan Pemirsa Televisi pada Program Infotainment Insert dan Intens".

Dalam penelitian karya Nikken Wulansari ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana motif dan kepuasan ibu rumah tangga di wilayah Kecamatan Cipondoh Kota Tangerang dalam menonton program infotainment Insert dan Intens.¹¹ Sedangkan dalam penelitian yang peneliti lakukan adalah untuk mengetahui kesenjangan antara motif dan kepuasan menonton Film Televisi "Kisah Nyata" pada Kelompok Ibu Pengajian *Sakinatul Qulub* Kampung Karang Penting, Mandisari, Parakan, Temanggung.

Persamaan dari penelitian karya Nikken Wulansari dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah dari segi teori yang

¹¹ Nikken Wulansari. *Motif dan Kepuasan Pemirsa Televisi pada Program Infotainment Insert dan Intens*, Skripsi (Banten: Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Agung Tirtayasa, 2015).

digunakan yaitu teori *Uses and Gratification* dan pendekatan yang digunakan yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif.

Hasil yang didapatkan pada penelitian karya Nikken Wulansari ini adalah besarnya motif pemirsa dalam menonton program infotainment Insert adalah sebesar 45%, sedangkan besar kepuasan yang didapatkan adalah sebesar 64,84%, hubungan motif dan kepuasan pemirsa setelah menonton program infotainment Insert adalah sebesar 0,687. Sedangkan besarnya motif pemirsa dalam menonton program infotainment Intens adalah sebesar 67,82%, sedangkan kepuasan yang didapatkan adalah sebesar 64,2%, besar hubungan antara motif dan kepuasan pemirsa setelah menonton program infotainment Intens adalah sebesar 0,516.

Literatur *ketiga* yang menjadi acuan dari penelitian ini adalah penelitian dalam bentuk jurnal yang dibuat oleh Rizky Mentari Putri Mooy, seorang mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya. Jurnal ini berjudul □Motif dan Kepuasan Pemirsa Surabaya dalam Menonton Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji*□.

Penelitian karya dari Rizky Mentari Putri Mooy ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana motif dan kepuasan pemirsa Surabaya dalam menonton sinetron □*Tukang Bubur Naik Haji*□ di RCTI.¹²

¹² Rizky Mentari Putri Mooy. *Motif dan Kepuasan Pemirsa Surabaya dalam Menonton Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji**, Jurnal (Surabaya: Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, 2017), hlm 45.

Sedangkan pada penelitian yang dilakukan peneliti adalah untuk mengetahui kesenjangan antara motif dengan kepuasan yang didapat oleh Kelompok Ibu Pengajian *Sakinatul Qulub* Kampung Karang Penting, Mandisari, Parakan, Temanggung dalam menonton Film Televisi "Kisah Nyata" di Indosiar.

Teori yang digunakan oleh Rizky Mentari Putri Mooy dan yang peneliti gunakan dalam penelitian ini tidak berbeda, yaitu menggunakan teori *Uses and Gratification*. Pendekatan penelitian yang digunakan juga tidak berbeda, yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Rizky Mentari Putri Mooy adalah bahwa ada perbedaan antara motif dan kepuasan yang di dapatkan oleh pemirsa "Tukang Bubur Naik Haji" di RCTI, di mana motif lebih besar dari kepuasan. Pemirsa merasa bahwa sinetron ini terlalu menampilkan cerita yang berbelit-belit, sehingga pemirsa menganggap bahwa sinetron ini semakin membosankan.

Keempat, peneliti mengambil hasil penelitian dari Nia Afifah Wibowo, seorang mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta, dengan judul penelitian Motif dan Kepuasan Menonton Tayangan Televisi (Studi Korelasi Motif dan Kepuasan dalam Menonton Tayangan Indonesia Lawak Klub di Trans7 pada kalangan Mahasiswa Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013).

Penelitian karya Nia Afifah Wibowo ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar korelasi dari motif dan kepuasan yang didapat oleh Mahasiswa Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013 dalam menonton acara Indonesia Lawak Klub di Trans7.¹³ Sedangkan dalam penelitian yang peneliti lakukan adalah untuk mengetahui motif dan kepuasan yang didapat oleh Kelompok Ibu Pengajian *Sakinatul Qulub* Kampung Karang Penting, Mandisari, Parakan, Temanggung dalam menonton Film Televisi □Kisah Nyata□ di Indosiar.

Persamaan dari penelitian karya Nia Afifah Wibowo dengan penelitian yang peneliti buat adalah mengenai teori yang digunakan, yaitu menggunakan teori *Uses and Gratification* serta menggunakan pendekatan kuantitatif.

Hasil dari penelitian karya Nia Afifah Wibowo ini adalah bahwa rata-rata tingkat kesenjangan mahasiswa hukum UMS dalam menonton tayangan Indonesia Lawak Klub di Trans7 adalah termasuk dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan adanya keseimbangan antara motif dan kepuasan yang dirasakan mahasiswa hukum UMS dalam menonton tayangan Indonesia Lawak Klub di Trans7.

¹³ Nia Afifah Wibowo, *Motif dan Kepuasan Menonton Tayangan Televisi (Studi Korelasi Motif dan Kepuasan dalam Menonton Tayangan Indonesia Lawak Klub di Trans7 pada kalangan Mahasiswa Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013)*. Skripsi (Surakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta 2016), hlm 34.

G. Kerangka Teori

1. Komunikasi Massa

Komunikasi merupakan suatu hal yang menjadi bagian dalam kehidupan setiap manusia. Di dalam kesehariannya manusia tidak pernah lepas dari kegiatan komunikasi. Komunikasi merupakan media bagi manusia untuk saling berinteraksi antara satu sama lain. Komunikasi (*Communication*) berasal dari bahasa Inggris *communication*, atau dalam bahasa Latin adalah *communicatio* yang berarti sama. Kata *sama* disini di artikan sebagai sama makna.¹⁴ Peneliti dapat menarik kesimpulan mengenai pengertian dari komunikasi, di mana komunikasi merupakan suatu proses penyampaian informasi dari seseorang (komunikator) kepada komunikan baik melalui media atau secara langsung sehingga menimbulkan suatu efek.

Janowitz mengatakan bahwa komunikasi massa terdiri atas lembaga atau teknik dari kelompok yang terlatih dalam menggunakan teknologi untuk menyebarluaskan simbol-simbol kepada audien yang tersebar luas dan bersifat heterogen.¹⁵

Dari definisi ahli yang sudah dijelaskan di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa komunikasi massa merupakan proses penyampaian informasi melalui suatu media (baik media cetak maupun elektronik)

¹⁴ Onong Uchjana Effendy: *Televisi Siaran Teori dan Praktik*, (Bandung: Alumni, 1984), hlm. 1.

¹⁵ Morissan, dkk., *Teori Komunikasi Massa* (Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 7.

oleh suatu lembaga atau kelompok dengan jangkauan audien yang luas dan bersifat heterogen. Proses penyampaian informasi bersifat serentak dan menjangkau khalayak secara luas tanpa batasan waktu dan tempat, antar komunikator tidak saling mengenal satu sama lain.

Ada beberapa hal yang menjadi ciri-ciri daripada komunikasi massa adalah sebagai berikut:¹⁶

- a. Komunikasi massa berlangsung satu arah.
- b. Komunikator pada komunikasi massa melembaga.
- c. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum.
- d. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan.
- e. Komunikator pada komunikasi massa bersifat heterogen.

2. Televisi sebagai Media Massa

Media massa merupakan salah satu sumber bagi masyarakat untuk memperoleh informasi, edukasi, opini hiburan serta ilmu pengetahuan. Pada umumnya, media massa menjadi media terdepan yang cepat dalam menyebarkan informasi.

Televisi masuk ke Indonesia pada tahun 1962 bertepatan dengan □*The 4th Asian Games*□ yang mana pada saat itu Indonesia

¹⁶ Onong Uchjana Effendy: *Televisi Siaran Teori dan Praktik*, hlm. 13

menjadi penyelenggara. Pada saat yang bersamaan, Presiden Soekarno sekaligus meresmikan penyiaran televisi pada tanggal 24 Agustus 1962 dan stasiun televisi yang pertama muncul adalah TVRI (Televisi Republik Indonesia) dengan jam siar antara 30-60 menit sehari dan jumlah pesawat televisi yang ada di Jakarta saat itu sebanyak 10.000 buah.¹⁷

Televisi bagian dari media massa karena sifat informasinya yang konvergen, informasi yang disampaikan oleh televisi dapat diterima secara bersamaan oleh khalayak lebih dari satu orang. Sehingga televisi menjadi media komunikasi yang paling efektif untuk menyampaikan dan pengaruh kepada orang lain.

Di Indonesia telah banyak stasiun televisi yang berkembang, baik televisi berskala lokal maupun nasional. Diantaranya adalah TVRI, SCTV (Surya Citra Televisi), RCTI (Rajawali Citra Televisi), ANTV (Andalas TV), MNC TV, METRO TV, GTV, INDOSIAR, RBTV, ADI TV, KOMPAS TV, NET TV dan lain sebagainya.

Kehadiran televisi menjadi dampak besar bagi masyarakat. penyebaran informasi yang begitu cepat melalui televisi menjadi andalan bagi masyarakat untuk mengetahui kabar dari penjuru dunia. Salah satu kelebihan dari televisi adalah dapat menampilkan

¹⁷ Kuswandi, Wawan, *Komunikasi Massa: Sebuah Analisa Media Televisi*, Jakarta: Rineka Citra, 1996), hlm. 34.

programnya dengan audio visual, sehingga materi tayangan dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat.¹⁸

Minat menonton masyarakat yang tergolong tinggi, terutama di Indonesia mendorong semakin berkembangnya stasiun televisi di Indonesia. Antar stasiun televisi berlomba-lomba untuk menyajikan tayangan yang dapat menarik masyarakat untuk menonton. Variasi program yang bermacam-macam disuguhkan oleh stasiun televisi, mulai dari film televisi, program berita, *variety show*, *reality show* dan lain sebagainya.

3. Film Televisi (FTV) di Indonesia

Film televisi atau dikenal masyarakat Indonesia dengan FTV merupakan sebuah *feature* yang diproduksi oleh stasiun televisi, didanai oleh stasiun televisi dan ditayangkan di stasiun televisi, berbeda dengan film layar lebar yang ditayangkan di bioskop, namun film layar lebar yang ditayangkan di televisi tidak bisa disebut sebagai film televisi, dari segi pendanaannya juga lebih sedikit jika dibandingkan pembuatan film layar lebar.¹⁹

Di Indonesia sendiri, perkembangan film televisi dimulai pada tahun 1995 yang dipelopori oleh SCTV, yang mana film televisi

18

<https://asiaaudiovisualra09setiopujilaksono.wordpress.com/2009/07/06/mengenal-lebih-jauh-tentang-televisi/> diakses tanggal 22 Mei 2018.

¹⁹<https://m.kapanlagi.com/teen/girls/lifestyle/perbedaan-film-televisi-dan-film-layar-lebar-623674.html> diakses tanggal 22 Mei 2018.

hadir untuk mengobati kejenuhan masyarakat atas sinetron, sejak saat itu, film televisi mulai di produksi oleh stasiun-stasiun televisi lain di Indonesia dan hampir semua stasiun televisi memberikan waktu tayang untuk film televisi ini.²⁰

4. Teori *Uses and Gratification*

Teori *Uses and Gratification* berawal dari pandangan bahwa komunikasi khususnya media massa tidak memiliki kekuatan untuk mempengaruhi khalayak. Teori ini didirikan oleh seorang ahli, yaitu Elihu Katz, Jay G. Blumer, dan Michael Gurevitch di mana mereka meneliti asal mula dari kebutuhan secara psikologis dan sosial yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain) dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, termasuk pada hal-hal yang tidak diinginkan.²¹

Riset berdasarkan Metode *Uses and Gratifications* adalah suatu penelitian dan investigasi tentang kegunaan atau pemanfaatan media massa untuk publik atau masyarakat pemakaiannya berdasarkan upaya-upaya media memberikan pelayanan informasi

²⁰film-televisi.film.web.id/id3/219-106/Film-Televisi_22941_film-televisi-film.html diakses tanggal 22 Mei 2018.

²¹ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2009), hlm. 206.

kepada publiknya, berdasarkan kepentingan dari kedua belah pihak tersebut.²²

Menurut Munawar, terdapat beberapa proporsisi yang menjadi inti dari teori ini, yaitu:²³

- a. Khalayak adalah aktor dan selektor dalam menggunakan media massa.
- b. Khalayak menggunakan media massa untuk memenuhi suatu kepentingan dan tujuan tertentu bagi khalayak itu sendiri.
- c. Akibat dari anggapan-anggapan di atas, diantara media massa terjadilah persaingan untuk memperebutkan khalayak.
- d. Konsumsi media massa oleh khalayak akan berkaitan dengan permasalahan jenis kebutuhan dan upaya pemenuhan kepuasan khalayak tersebut.
- e. Isi media massa yang muncul dapat dijadikan dasar untuk memprediksi pola kepuasan khalayak.
- f. Karakteristik media massa akan membentuk suatu tingkatan di mana kebutuhan dan kepuasan khalayak yang ingin dicapai dalam kurun waktu tertentu.
- g. Kepuasan khalayak yang diperoleh dapat ditelusuri dari isi, terpaan dan situasi-kondisi sosial.

Berdasarkan proposisi yang telah disebutkan tersebut, peneliti berpendapat bahwa khalayak memiliki peran aktif dalam memilih

²² Munawar Syamsudin Aan, *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm. 76

²³ *Ibid.*, hlm 77.

serta mengkonsumsi suatu media massa, di mana media massa ini merupakan salah satu alat untuk memenuhi kebutuhan khalayak. Dari media massa tersebut yang dijadikan dasar dari memprediksi kepuasan khalayak, di mana dalam pengukuran kepuasan tersebut didapatkan dari isi media, terpaan dan situasi dan kondisi sosial di masyarakat.

Inti dari teori *Uses and Gratification* menurut Kriyantono adalah bahwa khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu, media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak, di mana apabila motif terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi pula, sehingga media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang efektif.²⁴

Dalam penelitian ini, peneliti merujuk pada model riset *Uses and Gratifications* dari Palmgreen, meskipun dasar yang Palmgreen gunakan dalam riset *Uses and Gratifications* ini tidak berbeda dari kebanyakan penelitian atau riset dengan Metode *Uses and Gratifications* yang memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang mempengaruhi penggunaan media. Di mana Palmgreen tidak berhenti pada apakah motif-motif tersebut mempengaruhi penggunaan media. Namun Palmgreen juga akan mempertanyakan apakah motif-motif dari khalayak itu telah

²⁴ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, hlm. 206

terpenuhi oleh media atau dengan kata lain, khalayak merasa puas setelah mengkonsumsi suatu media.²⁵

Model *Uses and Gratifications* Palmgreen ini disusun berdasarkan atas fakta-fakta terdahulu bahwa model-model sebelumnya telah gagal dalam mengukur perbedaan antara apa yang dicari oleh khalayak dengan apa yang diperoleh khalayak selama menggunakan media massa.²⁶ Kemudian, Palmgreen dan rekan menyusun model yang dapat mengukur kesenjangan antara kepuasan yang diharapkan dan dicari dengan kepuasan yang diperoleh setelah menggunakan media massa. Konsep ini meliputi kepuasan yang dicari atau motif yang disebut dengan *Gratificatin Sought (GS)* dan kepuasan yang diperoleh atau disebut *Gratificatin Obtained (GO)*.

Dalam penelitian ini peneliti akan mengukur motif (GS) dan kepuasan (GO) sehingga dari sanalah peneliti akan mengukur seberapa besar hubungan variabel motif mempengaruhi variabel kepuasan.

Peneliti berpendapat bahwa teori ini menekankan pada motif dari khalayak dalam menggunakan suatu media, di mana khalayak memiliki kepercayaan kepada media untuk dapat memenuhi kebutuhannya dan tentang sejauh mana media tersebut memberikan kepuasan kepada khalayak. Dalam penelitian ini, peneliti bermaksud untuk mengetahui kepuasan yang dicari dan kepuasan yang

²⁵ *Ibid.*, hlm. 208.

²⁶ Munawar Syamsudin Aan, *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*, hlm.

didapatkan oleh Kelompok Ibu Pengajian *Sakinatul Qulub* dalam menonton Film Televisi "Kisah Nyata" serta untuk mengetahui hubungan antar kedua variabel.

a. Motif (*Gratification Sought*)

Gratification Sought adalah motif yang mendorong seseorang untuk mengkonsumsi media tertentu.²⁷ Menurut Munawar, *Gratification Sought* memiliki arti kepuasan yang dibayangkan akan diperoleh oleh khalayak apabila mereka mengkonsumsi suatu media tertentu yang mereka pilih.²⁸ GS ini lebih banyak dipengaruhi oleh ekspektasi-ekspektasi khalayak yang di *abstraksikan* dari pengalaman-pengalamannya dengan berbagai macam bentuk media massa.

Peneliti berpendapat bahwa, khalayak memiliki peran aktif dalam memilih media massa. Motif menjadi suatu dorongan dari diri khalayak di mana motif ini bisa saja berbeda-beda di tiap individu. Dalam penelitian ini peneliti akan memfokuskan motif tersebut pada motif dari Kelompok Ibu Pengajian *Sakinatul Qulub* dalam menonton Film Televisi "Kisah Nyata" di Indosiar.

²⁷ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikas*, hlm. 208.

²⁸ Munawar Syamsudin Aan, *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*, hlm.

Menurut McQuail, kategori motif dalam penelitian adalah sebagai berikut:²⁹

- 1) Motif Informasi, meliputi untuk mendapatkan bimbingan menyangkut berbagai masalah, untuk mencari pengetahuan tentang peristiwa, kondisi maupun budaya yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia, untuk memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.
- 2) Motif Identitas pribadi, meliputi untuk menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, untuk menemukan model perilaku, untuk mengidentifikasikan diri dengan nilai-nilai lain, untuk Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.
- 3) Motif Intergrasi dan Interaksi Sosial, meliputi Untuk memperoleh bahan pembicaraan dengan orang lain, serta untuk menjalankan peran sosial atau untuk lebih dekat dengan masyarakat
- 4) Motif Hiburan, meliputi untuk melepaskan diri atau memisahkan diri dari permasalahan dan rutinitas sehari-hari, untuk bersantai, menyalurkan emosi, serta untuk mengisi waktu luang.

²⁹ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. (Jakarta: Gramedia, 1996), hlm. 72.

b. Kepuasan (*Gratification Obtained*)

Kepuasan atau *Gratification Obtained* merupakan kepuasan yang menjadi realitas atau menjadi kenyataan, riil, senyatanya yang dinikmati oleh individu setelah seseorang menggunakan suatu media.³⁰ Menurut Kriyantono, GO merupakan sejumlah kepuasan nyata yang diperoleh individu atas terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan tertentu setelah individu tersebut menggunakan media.³¹ GO memiliki preferensi favorit yang disajikan media massa tertentu dianggap tidak memiliki perbedaan dari seseorang dengan seseorang yang lain.

Dapat diambil kesimpulan bahwa GO merupakan kepuasan yang diperoleh khalayak setelah menggunakan suatu media tertentu, atau dalam penelitian ini akan meneliti bagaimana tingkat kepuasan yang diperoleh Kelolompok Ibu Pengajian *Sakinatul Qulub* dalam menonton Film Televisi □Kisah Nyata□ di Indosiar.

Kategori kepuasan dalam penelitian ini merujuk pada tipologi McQuail adalah sebagai berikut:³²

- 1) Kepuasan dalam mendapatkan informasi, meliputi untuk mendapatkan bimbingan menyangkut berbagai masalah, untuk mencari pengetahuan tentang peristiwa, kondisi

³⁰ Munawar Syamsudin Aan, *Metode Riset Kuantitatif Komunikas*, hlm. 81.

³¹ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, hlm.215.

³² Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, hlm.72.

maupun budaya yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, untuk memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

- 2) Kepuasan Identitas pribadi, meliputi untuk menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, untuk menemukan model perilaku, untuk mengidentifikasikan diri dengan nilai-nilai lain, untuk Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.
- 3) Kepuasan intergrasi dan interaksi sosial, meliputi Untuk memperoleh bahan pembicaraan dengan orang lain, serta untuk menjalankan peran sosial atau untuk lebih dekat dengan masyarakat
- 4) Kepuasan dalam memperoleh hiburan, meliputi untuk melepaskan diri atau memisahkan diri dari permasalahan dan rutinitas sehari-hari, untuk bersantai, menyalurkan emosi, serta untuk mengisi waktu luang.

Dapat diambil kesimpulan bahwa setiap khalayak memiliki motif dalam menggunakan suatu media tertentu dan setelah khalayak menggunakan media tersebut akan diketahui apakah khalayak memperoleh kepuasan yang mereka harapkan atau tidak. Sehingga dalam penelitian ini akan diketahui seberapa besar kepuasan yang didapatkan oleh responden.

5. Hubungan Motif dan Kepuasan

Secara bahasa, hubungan memiliki arti ikatan atau pertalian.³³ Secara statistik, hubungan memiliki makna derajat hubungan linear antara dua variabel atau lebih, kekuatan hubungan ini disebut dengan asosiasi (Korelasi).³⁴ Dalam penelitian ini, hubungan yang dimaksud adalah mengenai hubungan antara motif dan kepuasan dalam menonton Film Televisi □Kisah Nyata□ pada Kelompok Ibu Pengajian *Sakinatul Qulub* Kampung Karang Penting.

Kepuasan dapat diartikan secara sederhana, jika seseorang mendapatkan kebutuhannya, baik terpenuhi berdasarkan apa yang ia harapkan maupun melebihi dari harapan seseorang. Dalam penelitian ini, peneliti akan mencari tahu tentang kebutuhan audien dalam mengonsumsi suatu program televisi berdasarkan tujuan dan motif tertentu. Kemudian peneliti mencari tahu apakah kebutuhan tersebut terpenuhi atau tidak.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori *Uses and Gratification*, dimana teori ini digunakan sebagai pisau analisis penelitian. Denis McQuail mengklasifikasikan kebutuhan dasar

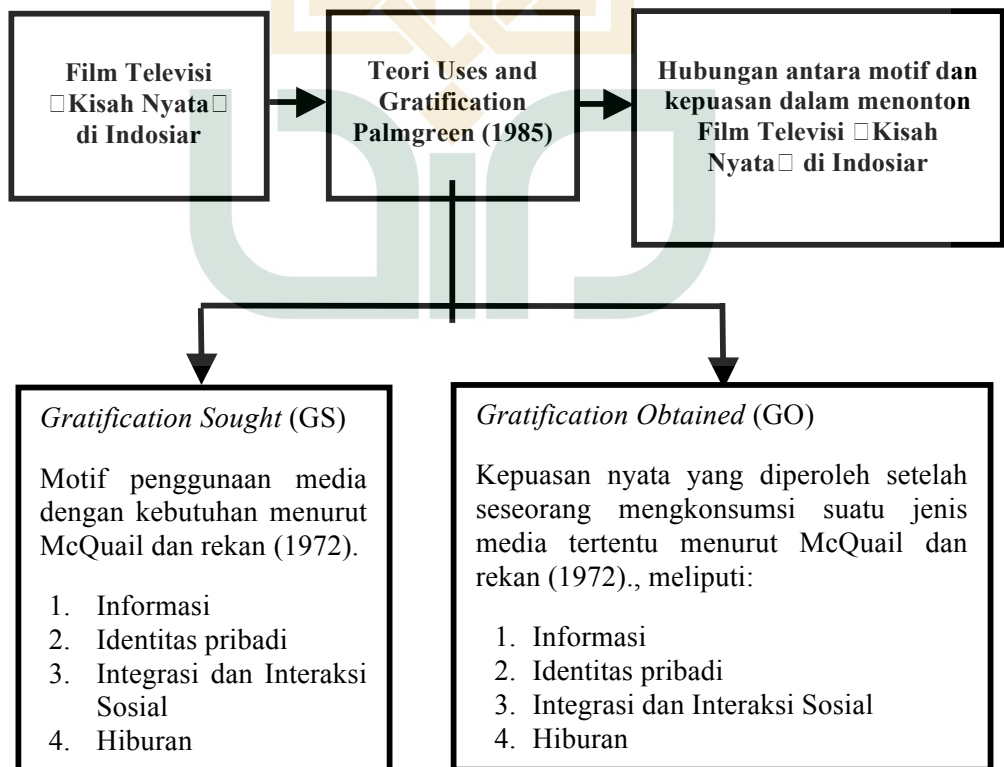
³³ www.google.co.id/amp/s/kbbi.web.id/hubungan.html diakses tanggal 7 Agustus 2018

³⁴ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, hlm. 170.

individu menjadi empat, yaitu motif mencari informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial serta motif hiburan. Motif-motif tersebut yang mendorong khalayak untuk mengkonsumsi suatu media. Setelah khalayak mengkonsumsi serta mengadopsi pesan pada media tersebut kemudian sampailah pada efek dari media tersebut terhadap khalayak. Sehingga di sini lah hubungan antara motif penggunaan media dengan kepuasan yang didapatkan setelah menggunakan media tersebut menurut teori *Uses and Gratification*.

H. Kerangka Berfikir

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir



Merujuk pada kerangka berfikir tersebut, peneliti akan mencari tahu motif yang dimiliki oleh khalayak dalam menonton Film Televisi "Kisah Nyata" di Indosiar. Khalayak pastinya memiliki motif tertentu yang mendasari mereka menonton program ini sehingga meyakini bahwa program ini dapat memenuhi kebutuhan yang mereka harapkan dengan menonton program ini. Teori *Uses and Gratification* digunakan sebagai pisau analisis dalam penelitian ini. Dari teori ini ditemukan bobot motif yang dimiliki khalayakserta bobot dari kepuasan yang diperoleh khalayak yaitu Kelompok Ibu Pengajian *Sakinatul Qulub* Kampung Karang penting dalam menonton Film Televisi "Kisah Nyata" di Indosiar. Setelah diketahui bobot keduanya, kemudian peneliti akan mencari selisih bobot antara kedua variabel tersebut untuk kemudian mencari tahu hubungan antara keduanya.

I. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan unit yang berisi jawaban sementara terhadap pertanyaan-pertanyaan penelitian.³⁵ Hipotesis dianggap benar untuk mengukur pendapat, meskipun kebenarannya belum bisa dibuktikan sebelum penelitian selesai dilaksanakan. Dalam penelitian ini peneliti mengajukan dua hipotesis, yaitu hipotesis kerja (H_a) dan hipotesis nol (H_0).

³⁵ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan aplikasi SPSS Versi 17*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), hlm. 39.

1. Hipotesis Kerja (Ha)

Hipotesis Kerja (Ha) merupakan anggapan dasar peneliti yang tidak netral terhadap masalah yang tengah di teliti.³⁶ Hipotesis kerja yang diajukan dalam penelitian ini adalah bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara motif dengan kepuasan yang didapatkan oleh responden dalam menonton Film Televisi □Kisah Nyata□ di Indosiar.

2. Hipotesis Nol (Ho)

Hipotesis nol (Ho) merupakan pernyataan mengenai parameter yang bertentangan dengan keyakinan peneliti, atau dapat dikatakan hipotesis ini bertentangan dengan hipotesis kerja (Ha).³⁷ Dalam penelitian ini, hipotesis nol yang diajukan adalah bahwa tidak ada hubungan antara motif dengan kepuasan yang didapatkan oleh responden dalam menonton Film Televisi □Kisah Nyata□ di Indosiar.

³⁶ *Ibid*, hlm. 40.

³⁷ *Ibid*, hlm. 41.

J. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini bersifat sistematis, maka peneliti membaginya menjadi lima bab di mana di setiap babnya terdiri dari sub-sub bab. Adapun sistematikanya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, hipotesis dan sistematika penelitian.

BAB II METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini, peneliti menguraikan tentang pendekatan yang digunakan dalam penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel penelitian, definisi konseptual dan operasional, teknik pengumpulan data, validitas dan realibilitas serta cara analisis data yang dilakukan.

BAB III GAMBARAN UMUM

Pada bab ketiga ini peneliti menguraikan karakteristik dari subjek dan objek penelitian.

BAB IV TEMUAN DAN ANALISIS DATA

Berisi hasil penelitian serta pembahasan tentang deskripsi data penelitian, motif dan kepuasan serta hubungan antar kedua variabel tersebut.

BAB V PENUTUP

Dalam bab terakhir ini, peneliti mencoba untuk menarik kesimpulan serta saran sebagai masukan setelah dilakukannya penelitian. Di bab ini pula peneliti mencantumkan daftar pustaka yang dipakai oleh peneliti sebagai rujukan dalam menyusun penelitian ini.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, yaitu mengenai “Motif dan Kepuasan Menonton Film Televisi Kisah Nyata” di mana data di dapatkan dari penyebaran angket kepada responden sejumlah 50 orang yang merupakan anggota Kelompok Ibu Pengajian *Sakinatul Qulub* Kampung Karang Penting, maka didapatkan suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Motif untuk menonton Film Televisi “Kisah Nyata” dari setiap responden berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini, motif hiburan menjadi motif yang mendapatkan skor tinggi dari responden. Artinya, dalam menonton Film Televisi “Kisah Nyata” keinginan dari responden adalah untuk memenuhi kebutuhan hiburan dibandingkan dengan keinginan lainnya.
2. Motif dari setiap responden berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya, begitu pula dengan tingkat kepuasan yang diperoleh dari setiap responden. Dalam penelitian ini, skor tertinggi untuk variabel kepuasan ada pada kepuasan hiburan. Dapat diartikan bahwa responden penelitian mendapatkan banyak kepuasan hiburan dibandingkan dengan kepuasan lainnya setelah menonton Film Televisi “Kisah Nyata”.
3. Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa skor GO lebih besar dibandingkan skor GS, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa

Film Televisi “Kisah Nyata” sudah mampu memberikan kepuasan kepada penonton.

4. Menurut teori yang peneliti gunakan, yaitu Teori *Uses and Gratification* di mana menurut teori ini khalayak memiliki peran aktif dalam memilih tayangan dan khalayak memiliki motif atau kebutuhan tertentu dalam mengkonsumsi media sehingga ketika media berhasil memenuhi kebutuhan dari penonton akan dikatakan sebagai media yang efektif. Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa antara motif penonton Film Televisi “Kisah Nyata” dengan kepuasan yang diperoleh penonton setelah menonton program ini menunjukkan hubungan yang lemah. Sehingga dapat diketahui bahwa motif dari Kelompok Ibu Pengajian *Sakinatul Qulub* dalam menonton Film Televisi “Kisah Nyata” tidak mempengaruhi kepuasan yang didapatkan setelah menonton program ini melainkan terdapat faktor-faktor lain diluar penelitian ini.

B. Saran

Saran diberikan agar bisa menjadi acuan dalam penelitian berikutnya, sehingga dapat menambah keilmuan di bidang keilmuan yang sama serta pada penelitian selanjutnya dapat lebih sempurna.

1. Saran untuk penelitian selanjutnya yang serupa adalah agar objek penelitian mungkin dapat menggunakan dua program yang serupa, sehingga nantinya peneliti membandingkan antar keduanya. Pada penelitian nantinya bisa menggunakan metode analisis yang berbeda serta dapat di tambahkan beberapa variabel sebagai pelengkap sehingga hasil yang nanti didapatkan juga akan lebih bervariasi.
2. Film Televisi “Kisah Nyata” merupakan salah satu program religi yang menceritakan suatu tragedi di masyarakat berdasarkan kisah nyata. Program ini selalu menyajikan cerita-cerita yang sangat lekat di kehidupan masyarakat Indonesia. Ketatnya persaingan di dunia televisi akan menuntut setiap program agar dapat terus menyajikan program-program yang menarik. Oleh sebab itu, peneliti memberikan saran agar program ini tetap bisa mempertahankan eksistensinya di dunia televisi Indonesia serta semakin dapat menyajikan cerita-cerita yang menarik serta memiliki pesan moral bagi masyarakat Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Andika Nur, Dicky, *Korelasi antara Motif dan Kepuasan Khalayak dalam Menonton Program Sinetron Anak Jalanan (Survei Terhadap Komunitas Motor Family Matic Community Boyolali)*, Skripsi, Surakarta: Jurusan KPI IAIN Surakarta, 2017.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan praktik*, Jakarta: Rhineka Cipta, 1993.
- Bajari, Atwar, *Metode Penelitian Komunikasi: Prosedur, Tren dan Etika*, Bandung: Sambiosa Rekatama Media, 2015.
- Bungin, Burhan, *Metode Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*, Surabaya: Airlangga University Press, 2001.
- Effendy, Onong, *Televisi Siaran Teori dan Praktik*, Bandung: Alumni, 1984.
- Erlina, Titik, *Motif dan Kepuasan Menonton Serial Lonceng Cinta di ANTV: Studi Kuantitatif Eksplanatif Pada Kelompok Ibu Pengajian Masjid An-Nur RT 23/RW 5 Jatimulyo, Kelurahan Kricak, Kecamatan Tegalrejo, Yogyakarta*. Skripsi, Surakarta: Jurusan KPI IAIN Surakarta, 2017.
- film-televi.film.web.id/id3/219-106/Film-Televisi_22941_film-televi-film.html diakses tanggal 22 Mei 2018.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: BP UNDIP, 2003.

<https://asiaaudiovisualra09setiopujilaksono.wordpress.com/2009/07/06/mengenal-lebih-jauh-tentang-televisi/> diakses tanggal 22 Mei 2018.

<https://googleweblight.com/i?u=https://entertainment.kompas.com/read/2017/01/15/090701210/22-tahun-indosiar-menginspirasi-penonton-dengan-ajang-pencarian-bakat&hl=id-1> diakses tanggal 22 Mei 2018.

<https://m.kapanlagi.com/teen/girls/lifestyle/perbedaan-film-televisi-dan-film-layar-lebar-623674.html> diakses tanggal 22 Mei 2018.

Kriyantono, Rachmad, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Group, 2009.

Kuswandi, Wawan, *Komunikasi Massa: Sebuah Analisi Media Televisi*, Jakarta: Rineka Citra, 1996.

Maulandy Rizky Bayu Kencana, SCTV dan Indosiar Raih Penghargaan di Ajang WOW Brand Festive Day, diakses dari <https://www.google.co.id/amp/s/m.liputan6.com/amp/3355662/sctv-dan-indosiar-raih-penghargaan-di-ajang-wow-brand-festive-day>. pada tanggal 12 maret 2018.

McQuail, Denis, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, Jakarta: Gramedia, 1996.

Morissan, dkk., *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010.

Nastiti, Widya, *Hubungan Natara Motif dan Kepuasan Menonton Terhadap Program Berita Islami Masa Kini*, Skripsi (Jakarta: Jurusan Komunikasi

dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif hidayatullah, 2015).

Putri Mooy, Rizky Mentari, *Motif dan Kepuasan Pemirsa Surabaya dalam Menonton Sinetron Tukang Bubur Naik Haji*, Jurnal, Surabaya: Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra.

Ruslan, Rosady, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, Jakarta: Grafindo, 2003.

Rakhmat, Jalaludin, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2003.

Sarwono, Jonathan, *Statistik itu Mudah: Panduan untuk Belajar Komputasi Statistik Menggunakan SPSS 16*, Yogyakarta: ANDI, 2009.

Setiawan, Bambang, dkk, *Metode Penelitian Komunikasi*, Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2012.

Siregar, Syofiyan, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan aplikasi SPSS Versi 1*, Jakarta: Bumi Aksara, 2015.

Sugiono, *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta, 2007.

Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mix Methods)*, Bandung: Alfabeta, 2012.

Syamsudin Aan, Munawar, *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.

Wulansari, Niken, *Motif dan Kepuasan Pemirsa Televisi pada Program Infotainment Insert dan Intens*, Skripsi, Banten: jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Agung Tirtayasa, 2015.

www.berita-ane.com/2018/01/daftar-rating-acara-tv-dan-ranking-channel-tv-lokal-januari-2018.html?m=1 diakses tanggal 22 Mei 2018.

www.dailymotion.com/video diakses tanggal 22 Mei 2018.

www.indosiar.com/about diakses tanggal 28 Mei 2018.

www.indosiar.com/shows/sayembara-sinema-indonesia-kisah-nyataku?page=5 diakses tanggal 22 Mei 2018.

www.jadwaltelevisi.com/amp/jadwaltv/indosiar diakses tanggal 29 Mei 2018

www.kpi.go.id/index.php/id/edaran-dan-sanksi/34063-peringatan-tertulis-program-siaran-kisah-nyata-indosiar-2 diakses tanggal 22 Mei 2018.



LAMPIRAN

מוב

B. PERNYATAAN

Isilah jawaban di bawah ini dengan memberikan tanda (√) pada kolom jawaban sesuai dengan pendapat anda

Keterangan :

TTS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Skor tiap item :

SS : skor 5

S : skor 4

N : skor 3

TS : skor 2

STS : skor 1



1. *Gratification Sought*

Berikut ini adalah pertanyaan point A tentang motif / keinginan yang anda harapkan dalam menonton Film Televisi Kisah Nyata di Indosiar.

Pernyataan Untuk Variabel Motif (X)

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
	Informasi					
1.	Saya ingin mengetahui bagaimana solusi untuk penyelesaian masalah yang ada.					
2.	Saya ingin mengetahui berbagai persoalan yang ada di Indonesia.					
3.	Saya ingin memperoleh pengetahuan tentang bagaimana yang seharusnya dilakukan dan tidak.					
No.	Identitas pribadi	STS	TS	N	S	SS
4.	Saya ingin menemukan sosok yang dapat menjadi tauladan dan dapat ditiru.					
5.	Saya ingin mendapatkan model perilaku yang dapat ditiru dalam kehidupan sehari-hari.					
6.	Saya mendapatkan bimbingan tentang bagaimana harusnya saya menjalani kehidupan.					
7.	Saya ingin mengetahui karakter yang sesuai dengan saya.					
No.	Integrasi dan Interaksi Sosial	STS	TS	N	S	SS
8.	Saya ingin mendapatkan bahan obrolan dengan orang lain.					
9.	Saya ingin lebih dekat dengan orang lain.					
No.	Hiburan	STS	TS	N	S	SS
10.	Saya ingin melepaskan diri dari rutinitas atau masalah sehari-hari.					

11.	Saya ingin mendapatkan kegembiraan, rasa kesal, maupun marah melalui cerita dari film televisi ini.					
12.	Saya ingin mengisi waktu luang.					

2. *Gratification Obtained*

Berikut ini adalah pertanyaan point B tentang kepuasan yang anda dapatkan dalam menonton Film Televisi Kisah Nyata di Indosiar.

Pernyataan Untuk Variabel Kepuasan (Y)

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
	Informasi					
1.	Saya mendapatkan solusi untuk penyelesaian ketika menghadapi masalah.					
2.	Saya dapat mengetahui berbagai persoalan yang ada di Indonesia.					
3.	Saya memperoleh pengetahuan tentang bagaimana yang seharusnya dilakukan dan tidak.					
No.	Identitas pribadi	STS	TS	N	S	SS
4.	Saya menemukan sosok yang dapat menjadi tauladan dan dapat ditiru.					
5.	Saya mendapatkan model perilaku yang dapat ditiru dalam kehidupan sehari-hari.					
6.	Saya mendapatkan bimbingan tentang bagaimana harusnya saya menjalani kehidupan.					
7.	Saya dapat mengetahui karakter yang sesuai dengan saya.					

No.	Integrasi dan Interaksi Sosial	STS	TS	N	S	SS
8	Saya mendapatkan bahan obrolan dengan orang lain.					
9.	Saya lebih dekat dengan orang lain.					
No.	Hiburan	STS	TS	N	S	SS
10.	Saya dapat melepaskan diri dari rutinitas atau masalah sehari-hari.					
11.	Saya mendapatkan kegembiraan, rasa kesal, maupun marah melalui cerita dari film televisi ini.					
12.	Saya dapat mengisi waktu luang.					



Hasil Uji Validitas Variabel Motif

Correlations

		A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	SKOR_A
A1	Pearson Correlation	1	,106	,192	,332*	,169	,120	,197	,182	,096	,176	,092	,180	,588**
	Sig. (2-tailed)		,463	,183	,019	,242	,407	,170	,206	,505	,222	,526	,210	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
A2	Pearson Correlation	,106	1	-,056	,112	-,076	-,095	-,169	,072	,044	,069	,118	-,385**	,431**
	Sig. (2-tailed)	,463		,700	,440	,602	,513	,240	,617	,764	,634	,413	,006	,002
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
A3	Pearson Correlation	,192	-,056	1	-,103	,111	,091	-,060	,174	,102	,033	-,152	-,048	,281*
	Sig. (2-tailed)	,183	,700		,476	,443	,529	,677	,226	,482	,818	,294	,742	,048
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
A4	Pearson Correlation	,332*	,112	-,103	1	,101	-,077	,126	,038	,142	-,106	,271	-,018	,367**
	Sig. (2-tailed)	,019	,440	,476		,484	,597	,382	,795	,325	,463	,057	,902	,009
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
A5	Pearson Correlation	,169	-,076	,111	,101	1	,014	,073	,076	,055	,104	,078	,033	,345**
	Sig. (2-tailed)	,242	,602	,443	,484		,921	,615	,602	,705	,473	,588	,822	,014
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
A6	Pearson Correlation	,120	,095	,091	-,077	,014	1	,058	,028	,070	,060	-,206	,264	,307*
	Sig. (2-tailed)	,407	,513	,529	,597	,921		,691	,849	,627	,678	,152	,064	,030
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
A7	Pearson Correlation	,197	,169	-,060	,126	,073	,058	1	-,035	,157	,058	-,065	,119	,405**
	Sig. (2-tailed)	,170	,240	,677	,382	,615	,691		,811	,275	,691	,652	,412	,004
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
A8	Pearson Correlation	,182	,072	,174	,038	,076	,028	-,035	1	-,053	,117	,205	,068	,420**
	Sig. (2-tailed)	,206	,617	,226	,795	,602	,849	,811		,717	,420	,154	,637	,002
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
A9	Pearson Correlation	,096	,044	,102	,142	,055	,070	,157	-,053	1	-,044	,060	,247	,425**
	Sig. (2-tailed)	,505	,764	,482	,325	,705	,627	,275	,717		,762	,679	,084	,002
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
A10	Pearson Correlation	,176	,069	,033	-,106	,104	,060	,058	,117	-,044	1	,123	,422**	,383**
	Sig. (2-tailed)	,222	,634	,818	,463	,473	,678	,691	,420	,762	,634		,393	,002
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
A11	Pearson Correlation	,092	,118	-,152	,271	,078	-,206	-,065	,205	,060	,123	1	,146	,290**
	Sig. (2-tailed)	,526	,413	,294	,057	,588	,152	,652	,154	,679	,393		,313	,041
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
A12	Pearson Correlation	,180	,385**	-,048	-,018	,033	,264	,119	,068	,247	,422**	,146	1	,558**
	Sig. (2-tailed)	,210	,006	,742	,902	,822	,064	,412	,637	,084	,002	,313		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
SKOR_A	Pearson Correlation	,588**	,431**	,281*	,367**	,345**	,307*	,405**	,420**	,425**	,383**	,290*	,558**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,048	,009	,014	,030	,004	,002	,002	,006	,041	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Motif

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,667	13

Hasil Uji Variabel Kepuasan

Correlations

		B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	B12	SKOR_B
B1	Pearson Correlation	1	,173	,304*	,211	,467**	,152	,253	,015	,038	,130	,218	,010	,576**
	Sig. (2-tailed)		,229	,032	,142	,001	,292	,076	,918	,795	,369	,128	,944	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
B2	Pearson Correlation	,173	1	,029	-,076	,067	,221	,048	,191	-,141	-,073	,423**	-,073	,304*
	Sig. (2-tailed)	,229		,840	,599	,646	,123	,743	,185	,328	,616	,002	,612	,032
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
B3	Pearson Correlation	,304*	,029	1	,257	,271	-,178	-,087	,154	,272	,173	-,184	,150	,473**
	Sig. (2-tailed)	,032	,840		,072	,057	,215	,546	,285	,056	,230	,201	,300	,001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
B4	Pearson Correlation	,211	-,076	,257	1	,394**	,207	,121	-,131	,281*	,344**	,041	,030	,410**
	Sig. (2-tailed)	,142	,599	,072		,005	,148	,404	,364	,048	,015	,777	,834	,003
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
B5	Pearson Correlation	,467**	,067	,271	,394**	1	,152	,069	,049	,102	,020	,204	,193	,595**
	Sig. (2-tailed)	,001	,646	,057	,005		,291	,636	,736	,481	,892	,156	,180	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
B6	Pearson Correlation	,152	,221	,178	,207	,152	1	,096	-,033	,019	,096	,124	,038	,437**
	Sig. (2-tailed)	,292	,123	,215	,148	,291		,507	,818	,898	,509	,390	,793	,002
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
B7	Pearson Correlation	,253	,048	-,087	,121	,069	,096	1	-,062	-,032	,115	,218	,218	,334**
	Sig. (2-tailed)	,076	,743	,546	,404	,636	,507		,668	,823	,426	,128	,128	,018
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
B8	Pearson Correlation	,015	,191	,154	-,131	,049	-,033	-,062	1	,006	,043	-,152	,308*	,332*
	Sig. (2-tailed)	,918	,185	,285	,364	,736	,818	,668		,968	,767	,292	,029	,019
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
B9	Pearson Correlation	,038	-,141	,272	,281*	,102	,019	-,032	,006	1	,303*	,198	,030	,333*
	Sig. (2-tailed)	,795	,328	,056	,048	,481	,898	,823	,968		,033	,167	,834	,018
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
B10	Pearson Correlation	,130	-,073	,173	,344**	,020	,096	,115	,043	,303*	1	,105	-,016	,333*
	Sig. (2-tailed)	,369	,616	,230	,015	,892	,509	,426	,767	,033		,470	,910	,018
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
B11	Pearson Correlation	,218	,423**	-,184	,041	,204	,124	,218	-,152	,198	,105	1	-,086	,300*
	Sig. (2-tailed)	,128	,002	,201	,777	,156	,390	,128	,292	,167	,470		,553	,034
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
B12	Pearson Correlation	,010	-,073	,150	,030	,193	,038	,218	,308*	,030	-,016	-,086	1	,459**
	Sig. (2-tailed)	,944	,612	,300	,834	,180	,793	,128	,029	,834	,910	,553		,001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
SKOR_B	Pearson Correlation	,576**	,304*	,473**	,410**	,595**	,437**	,334*	,332*	,333*	,333*	,333*	,300*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,032	,001	,003	,000	,002	,018	,019	,018	,018	,018	,034	,001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,681	13

No	Nama	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Rata-rata Menonton TV	Frekuensi Menonton
1	Siti Fatimah	41	SMA	Pedagang	> 4 Jam	1-2 Kali
2	Mulyati	37	SD	IRT	< 2 Jam	5-6 Kali
3	Siti Kholifah	32	SMA	IRT	2 Jam - 4 Jam	3-4 Kali
4	Werdi Dadi R.	35	SMA	IRT	< 2 Jam	1-2 Kali
5	Winarti	46	SMA	IRT	< 2 Jam	1-2 Kali
6	Azizah	44	SMA	Swasta	< 2 Jam	1-2 Kali
7	Titik Haryati	42	SMP	Pedagang	< 2 Jam	3-4 Kali
8	Sumarti	45	SMP	Swasta	2 Jam - 4 Jam	>7 Kali
9	Rina Afriyanti	31	S1	PNS	2 Jam - 4 Jam	5-6 Kali
10	Nuris Shovia	46	SMP	Swasta	> 4 Jam	>7 Kali
11	Emi Khayati	42	SMA	Swasta	2 Jam - 4 Jam	5-6 Kali
12	Daryuni	49	SMA	IRT	> 4 Jam	>7 Kali
13	Sri Budiyah	47	SMP	Pedagang	> 4 Jam	3-4 Kali
14	Rosniyah	44	SMP	IRT	> 4 Jam	>7 Kali
15	Yati Kholis	41	SMP	Pedagang	> 4 Jam	>7 Kali
16	Sri	36	SMA	IRT	> 4 Jam	>7 Kali
17	Lilik	40	S1	PNS	2 Jam - 4 Jam	5-6 Kali
18	Siti Khotijah	48	SMA	Pedagang	> 4 Jam	5-6 Kali
19	Monah	45	SMA	Pedagang	2 Jam - 4	3-4 Kali

					Jam	
20	Anik Kurniawati	34	S1	PNS	< 2 Jam	3-4 Kali
21	Marah	29	SMP	Swasta	2 Jam - 4 Jam	5-6 Kali
22	Nining	30	S1	Pedagang	2 Jam - 4 Jam	5-6 Kali
23	Syarofah	40	SMP	IRT	> 4 Jam	>7 Kali
24	Suimah	31	SD	Lain-lain	2 Jam - 4 Jam	3-4 Kali
25	Mursinah	38	SMA	Lain-lain	2 Jam - 4 Jam	3-4 Kali
26	Susanah	46	SD	Jasa	> 4 Jam	5-6 Kali
27	Ramini	31	SMA	Swasta	2 Jam - 4 Jam	5-6 Kali
28	Anik Toni	32	S1	Pedagang	> 4 Jam	>7 Kali
29	Wartiyah	31	SMA	Pedagang	> 4 Jam	5-6 Kali
30	Warsilah	48	SMP	Pedagang	> 4 Jam	>7 Kali
31	Yuyun Fatmawati	25	SMA	Pedagang	2 Jam - 4 Jam	3-4 Kali
32	Erviana	26	SMP	Swasta	2 Jam - 4 Jam	3-4 Kali
33	Farida	25	SMP	Pedagang	2 Jam - 4 Jam	3-4 Kali
34	Risa Afriyanti	25	SMA	Swasta	2 Jam - 4 Jam	1-2 Kali
35	Ria arifah	25	SMA	Jasa	> 4 Jam	3-4 Kali
36	Nur Azizah	36	S1	Swasta	< 2 Jam	5-6 Kali

37	Siti Zakiyah	34	S1	PNS	< 2 Jam	1-2 Kali
38	Muarifah	28	SMP	Pedagang	2 Jam - 4 Jam	3-4 Kali
39	Taqiyatun Nayirah	29	SMA	Pedagang	> 4 Jam	>7 Kali
40	Sa'adah	40	SMA	Swasta	> 4 Jam	5-6 Kali
41	Salbiyah	45	SMP	Lain-lain	> 4 Jam	>7 Kali
42	Siti Salamah	43	SMP	IRT	2 Jam - 4 Jam	1-2 Kali
43	Bariyah	45	SMP	Pedagang	> 4 Jam	5-6 Kali
44	Misiyah	37	SD	Lain-lain	> 4 Jam	5-6 Kali
45	Rohayati	34	SD	IRT	> 4 Jam	3-4 Kali
46	Romlah	44	SMP	IRT	> 4 Jam	5-6 Kali
47	Endang	47	S1	Swasta	< 2 Jam	1-2 Kali
48	Fatul	42	S1	PNS	< 2 Jam	1-2 Kali
49	Sintiyah	41	S1	PNS	2 Jam - 4 Jam	5-6 Kali
50	Poniyah	44	SMP	Jasa	2 Jam - 4 Jam	>7 Kali



Rekap Jawaban Variabel Motif

No.	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12
1	3	4	3	3	2	4	3	5	2	3	4	4
2	4	2	5	3	4	3	3	5	3	4	4	3
3	3	5	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3
4	4	4	3	4	4	3	4	4	2	4	4	3
5	3	4	5	4	4	3	4	2	2	3	4	3
6	3	4	2	4	2	3	5	5	4	4	4	4
7	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
8	4	4	4	4	2	4	5	4	2	5	5	5
9	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5
10	5	4	4	3	4	5	4	3	2	4	4	4
11	3	3	4	4	2	5	5	1	5	3	5	5
12	4	4	3	4	2	3	4	2	2	4	4	4
13	3	4	4	4	2	4	2	4	3	5	4	4
14	4	4	2	4	4	5	3	2	4	4	5	4
15	5	4	4	5	4	3	5	4	4	3	4	4
16	4	3	5	4	4	4	5	4	1	3	4	3
17	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	5
18	5	5	5	5	4	3	2	3	4	3	5	5
19	3	3	4	4	4	4	3	3	1	4	4	3
20	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5
21	4	4	4	5	4	4	2	4	2	4	4	4
22	4	1	3	4	5	4	4	4	3	3	4	3
23	2	3	4	4	4	3	3	5	3	3	5	5
24	3	4	3	3	4	3	3	5	3	4	5	5
25	5	2	5	3	4	4	3	3	4	5	4	5
26	2	3	3	3	4	4	4	1	4	4	4	5
27	4	2	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3
28	4	4	3	3	4	4	5	5	4	3	4	4

29	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	5
30	2	3	5	3	4	3	4	5	2	5	5	3
31	4	2	4	4	3	5	5	3	2	3	5	4
32	3	4	3	2	4	3	4	2	2	5	5	5
33	4	2	4	2	5	4	3	4	2	5	4	5
34	2	4	5	2	3	5	2	5	2	4	4	4
35	3	4	4	5	5	5	4	4	3	5	5	5
36	5	5	5	3	4	4	4	3	4	5	5	5
37	4	4	3	4	3	5	1	5	1	4	5	5
38	5	2	5	4	4	5	3	5	3	3	5	3
39	4	3	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5
40	4	5	3	3	3	5	4	3	2	4	5	5
41	4	5	5	2	4	5	5	4	2	5	4	5
42	5	5	5	4	3	5	5	5	3	4	3	5
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	5	4	5	4	4	4	3	5	4	4	5	5
45	5	3	4	5	3	2	4	4	4	5	4	4
46	5	4	4	4	4	3	5	5	1	4	5	5
47	4	3	3	5	5	4	4	3	2	5	5	5
48	5	5	2	5	5	4	5	5	2	5	3	5
49	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	5
50	5	3	4	5	3	5	4	5	3	5	5	5

Rekap Jawaban Variabel Kepuasan

No.	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	B12
1	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	5	5
2	3	3	3	5	4	2	3	4	5	5	5	5
3	3	4	5	3	3	2	4	5	4	4	5	5
4	4	5	4	4	3	3	2	5	4	5	5	4

5	3	3	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5
6	5	4	3	5	5	3	4	4	4	4	5	4
7	4	4	4	5	5	4	2	4	4	5	5	3
8	4	3	3	4	4	5	5	5	3	4	5	4
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
10	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
11	5	3	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4
12	4	4	3	4	4	5	3	4	3	3	5	4
13	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	3
14	2	3	3	4	1	4	3	5	4	5	4	3
15	4	5	4	3	2	3	5	4	4	4	5	3
16	3	5	3	4	1	5	5	5	4	5	5	5
17	4	4	4	4	2	5	4	3	3	3	4	4
18	4	3	5	5	2	4	4	4	5	5	5	4
19	4	4	3	4	5	3	4	5	2	4	4	5
20	3	3	4	5	3	5	4	4	4	5	5	4
21	5	2	5	5	4	4	5	3	3	5	4	5
22	4	5	3	5	3	4	5	5	2	5	4	4
23	4	4	3	4	4	4	4	2	4	5	5	3
24	3	5	5	5	3	3	4	5	3	4	4	4
25	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
26	3	5	3	4	3	4	5	5	4	3	5	5
27	4	3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5
28	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	5
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
31	4	4	4	4	3	5	4	2	4	5	5	4
32	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
33	3	4	3	5	4	5	5	3	5	5	5	5
34	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	4

35	4	4	5	4	3	4	1	5	4	3	4	5
36	3	3	4	4	5	5	3	5	4	4	4	5
37	3	4	3	5	2	3	5	4	4	5	5	5
38	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
39	2	4	5	5	4	5	2	4	5	4	4	4
40	5	3	5	5	3	4	5	4	5	5	5	4
41	5	4	3	5	4	3	5	4	5	4	5	4
42	4	4	4	4	3	5	4	4	5	5	5	4
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
44	4	4	4	5	5	4	5	3	5	5	5	4
45	3	3	5	4	3	3	4	4	5	5	5	5
46	4	5	5	5	4	5	4	2	3	4	5	4
47	5	5	5	4	5	5	5	5	2	5	5	5
48	4	4	4	4	5	3	5	3	4	3	5	4
49	4	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	4
50	3	5	3	3	3	5	5	5	4	4	5	5



Respon Terhadap Variabel Motif

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	SKOR
	Informasi						
1.	Saya ingin mengetahui bagaimana solusi untuk penyelesaian masalah yang ada.	13	21	12	4		193
2.	Saya ingin mengetahui berbagai persoalan yang ada di Indonesia.	9	23	11	6	1	183
3.	Saya ingin memperoleh pengetahuan tentang bagaimana yang seharusnya dilakukan dan tidak.	14	21	12	3		196
No.	Identitas pribadi						
4.	Saya ingin menemukan sosok yang dapat menjadi tauladan dan dapat ditiru.	10	24	12	4		190
5.	Saya ingin mendapatkan model perilaku yang dsapat ditiru dalam kehidupan sehari-hari.	7	30	7	6		188
6.	Saya mendapatkan bimbingan tentang bagaimana harusnya saya menjalani kehidupan.	16	21	12	1		202
7.	Saya dapat mengetahui karakter yang sesuai dengan saya.	15	18	12	4	1	192
No.	Integrasi dan Interaksi Sosial						

8.	Saya ingin mendapatkan bahan obrolan dengan orang lain.	19	14	11	4	2	194
9.	Saya ingin lebih dekat dengan orang lain.	3	16	11	16	4	212
No.	Hiburan						
10.	Saya ingin melepaskan diri dari rutinitas atau masalah sehari-hari.	16	21	12	1		221
11.	Saya ingin mendapatkan kegembiraan, rasa kesal, maupun marah melalui cerita dari film televisi ini.	23	25	2			221
12.	Saya ingin mengisi waktu luang.	27	13	10			217
	JUMLAH						2409
	MEAN						200,75

(Sumber: Hasil data primer yang diolah)



Respon Terhadap Variabel Kepuasan

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	SKOR
	Informasi						
1.	Saya mendapatkan solusi untuk penyelesaian ketika menghadapi masalah.	13	20	15	2		194
2.	Saya dapat mengetahui berbagai persoalan yang ada di Indonesia.	16	19	14	1		200
3.	Saya memperoleh pengetahuan tentang bagaimana yang seharusnya dilakukan dan tidak.	20	15	15			205
No.	Identitas pribadi						
4.	Saya menemukan sosok yang dapat menjadi tauladan dan dapat ditiru.	26	20	4			222
5.	Saya mendapatkan model perilaku yang dapat ditiru dalam kehidupan sehari-hari.	15	15	14	4	2	187
6.	Saya mendapatkan bimbingan tentang bagaimana harusnya saya menjalani kehidupan.	20	17	11	2		205
7.	Saya dapat mengetahui karakter yang sesuai dengan saya.	23	17	5	4	1	207
No.	Integrasi dan Interaksi Sosial						
8.	Saya mendapatkan bahan obrolan dengan orang lain.	25	16	6	3		213
9.	Saya lebih dekat dengan orang lain.	17	22	8	3		203

No.	Hiburan						
10.	Saya dapat melepaskan diri dari rutinitas atau masalah sehari-hari.	27	18	5			222
11.	Saya mendapatkan kegembiraan, rasa kesal, maupun marah melalui cerita dari film televisi ini.	37	13				237
12.	Saya dapat mengisi waktu luang.	24	21	5			219
	JUMLAH						2514
	MEAN						209,5

(Sumber: Hasil data primer yang diolah)



Frekuensi Indikator Variabel Motif

Indikator Informasi

A1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	4	8,0	8,0	8,0
	3,00	12	24,0	24,0	32,0
	4,00	21	42,0	42,0	74,0
	5,00	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

A2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	2,0	2,0	2,0
	2,00	6	12,0	12,0	14,0
	3,00	11	22,0	22,0	36,0
	4,00	23	46,0	46,0	82,0
	5,00	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

A3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	6,0	6,0	6,0
	3,00	12	24,0	24,0	30,0
	4,00	21	42,0	42,0	72,0
	5,00	14	28,0	28,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Indikator Identitas Pribadi

A4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	4	8,0	8,0	8,0
	3,00	12	24,0	24,0	32,0
	4,00	24	48,0	48,0	80,0
	5,00	10	20,0	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

A5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	6	12,0	12,0	12,0
	3,00	7	14,0	14,0	26,0
	4,00	30	60,0	60,0	86,0
	5,00	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

A6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	2,0	2,0	2,0
	3,00	12	24,0	24,0	26,0
	4,00	21	42,0	42,0	68,0
	5,00	16	32,0	32,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

A7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	2,0	2,0	2,0
	2,00	4	8,0	8,0	10,0
	3,00	12	24,0	24,0	34,0
	4,00	18	36,0	36,0	70,0
	5,00	15	30,0	30,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Indikator Integrasi dan Interaksi Sosial

A8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	4,0	4,0	4,0
	2,00	4	8,0	8,0	12,0
	3,00	11	22,0	22,0	34,0
	4,00	14	28,0	28,0	62,0
	5,00	19	38,0	38,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

A9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	4	8,0	8,0	8,0
	2,00	16	32,0	32,0	40,0
	3,00	11	22,0	22,0	62,0
	4,00	16	32,0	32,0	94,0
	5,00	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Indikator Hiburan

A10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	2,0	2,0	2,0
	3,00	12	24,0	24,0	26,0
	4,00	21	42,0	42,0	68,0
	5,00	16	32,0	32,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

A11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	2	4,0	4,0	4,0
	4,00	25	50,0	50,0	54,0
	5,00	23	46,0	46,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

A12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	10	20,0	20,0	20,0
	4,00	13	26,0	26,0	46,0
	5,00	27	54,0	54,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Skor total Variabel Motif

SKOR_MOTIF

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	40,00	3	6,0	6,0	6,0
	41,00	2	4,0	4,0	10,0
	42,00	3	6,0	6,0	16,0
	43,00	4	8,0	8,0	24,0
	44,00	9	18,0	18,0	42,0
	45,00	4	8,0	8,0	50,0
	46,00	2	4,0	4,0	54,0
	47,00	5	10,0	10,0	64,0
	48,00	2	4,0	4,0	68,0
	49,00	3	6,0	6,0	74,0
	50,00	2	4,0	4,0	78,0
	51,00	1	2,0	2,0	80,0
	52,00	8	16,0	16,0	96,0
	53,00	1	2,0	2,0	98,0
	60,00	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Frekuensi Indikator Variabel Motif

Indikator Informasi

B1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	4,0	4,0	4,0
	3,00	15	30,0	30,0	34,0
	4,00	20	40,0	40,0	74,0
	5,00	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

B2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	2,0	2,0	2,0
	3,00	14	28,0	28,0	30,0
	4,00	19	38,0	38,0	68,0
	5,00	16	32,0	32,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

B3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	15	30,0	30,0	30,0
	4,00	15	30,0	30,0	60,0
	5,00	20	40,0	40,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Indikator Identitas Pribadi

B4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	4	8,0	8,0	8,0
	4,00	20	40,0	40,0	48,0
	5,00	26	52,0	52,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

B5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	4,0	4,0	4,0
	2,00	4	8,0	8,0	12,0
	3,00	14	28,0	28,0	40,0
	4,00	15	30,0	30,0	70,0
	5,00	15	30,0	30,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

B6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	4,0	4,0	4,0
	3,00	11	22,0	22,0	26,0
	4,00	17	34,0	34,0	60,0
	5,00	20	40,0	40,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

B7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	2,0	2,0	2,0
	2,00	4	8,0	8,0	10,0
	3,00	5	10,0	10,0	20,0
	4,00	17	34,0	34,0	54,0
	5,00	23	46,0	46,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Indikator Integritas dan Identitas Pribadi

B8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	6,0	6,0	6,0
	3,00	6	12,0	12,0	18,0
	4,00	16	32,0	32,0	50,0
	5,00	25	50,0	50,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

B9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	6,0	6,0	6,0
	3,00	8	16,0	16,0	22,0
	4,00	22	44,0	44,0	66,0
	5,00	17	34,0	34,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Indikator Hiburan

B10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	5	10,0	10,0	10,0
	4,00	18	36,0	36,0	46,0
	5,00	27	54,0	54,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

B11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	13	26,0	26,0	26,0
	5,00	37	74,0	74,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

B12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	5	10,0	10,0	10,0
	4,00	21	42,0	42,0	52,0
	5,00	24	48,0	48,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Skor Total Variabel Kepuasan

SKOR_KEPUASAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	45,00	1	2,0	2,0	2,0
	48,00	1	2,0	2,0	4,0
	49,00	1	2,0	2,0	6,0
	50,00	5	10,0	10,0	16,0
	51,00	5	10,0	10,0	26,0
	52,00	8	16,0	16,0	42,0
	53,00	9	18,0	18,0	60,0
	54,00	7	14,0	14,0	74,0
	56,00	3	6,0	6,0	80,0
	57,00	1	2,0	2,0	82,0
	58,00	2	4,0	4,0	86,0
	60,00	1	2,0	2,0	88,0
	61,00	2	4,0	4,0	92,0
	62,00	1	2,0	2,0	94,0
	63,00	1	2,0	2,0	96,0
	64,00	1	2,0	2,0	98,0
	65,00	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	