

Motif Penonton Perempuan Surabaya dalam Menonton Program Televisi “On The Spot” di Trans7

Herlina Telengkeng, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya
herlinathe@yahoo.com

Abstrak

Teori Uses and Gratification merupakan teori yang mengasumsikan bahwa pengguna media mempunyai pilihan dalam mengonsumsi media untuk memuaskan kebutuhannya. Teori ini menekankan pada khalayak yang aktif menentukan pilihan atas media massa yang dipilihnya. Program “On The Spot” di Trans7 merupakan subjek penelitian yang dipilih peneliti. Hal ini dikarenakan program ini merupakan program televisi yang menarik karena menggunakan video-video yang diunduh ke Youtube dan memiliki rating yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif pemirsa Surabaya khususnya perempuan dalam menonton program “On The Spot” di Trans7 yang ditayangkan di televisi. Penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Pengukuran motif dilakukan dengan membandingkan nilai mean dari 4 jenis motif yaitu motif informasi, motif identitas personal, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan. Motif yang tertinggi dari hasil penelitian adalah Motif Hiburan dan Motif Integritas dan Interaksi Sosial.

Kata Kunci: Teori Uses and Gratification, Motif, perempuan Surabaya, “On The Spot” trans7

Pendahuluan

Pilihan yang disengaja oleh pengguna untuk suatu media yang bertujuan memenuhi kebutuhan mereka adalah konsep inti dari penggunaan dan pendekatan *uses and gratification* (Severin, 2009, p.293). Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan teori *uses and gratifications* mencari motif audiens dalam mengonsumsi media. Munculnya motif ini dikarenakan keinginan orang-orang untuk melakukan sesuatu yang ingin mencari kepuasan tersendiri dari dalam dirinya. Jika seseorang hanya berdiam saja tanpa melakukan apapun, maka tidak dapat dikatakan motif. Motif adalah kepuasan yang dicari seseorang dalam menggunakan media tertentu (McQuail, 1997, p.74).

Menurut Cut Zurnali (2004), motif adalah faktor-faktor yang menyebabkan individu bertindak laku atau bersikap tertentu. Jadi dicoba untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti kebutuhan apa yang dicoba dipuaskan oleh seseorang? Apa yang menyebabkan mereka melakukan sesuatu pekerjaan atau aktivitas?. Ini berarti bahwa setiap individu mempunyai kebutuhan yang ada di dalam dirinya (*inner needs*) yang menyebabkan mereka didorong, ditekan atau

dimotivasi untuk memenuhinya. Kebutuhan tertentu yang mereka rasakan akan menentukan tindakan yang mereka lakukan.

Peneliti ingin meneliti mengenai motif penonton dalam mengkonsumsi media, khususnya televisi dan program “On The Spot”. Program “On The Spot” adalah pelopor dari tayangan yang menggunakan video dari youtube, bisa diketahui bahwa “On The Spot” mulai tayang bulan November 2010, sedangkan ada beberapa tayangan yang mengikuti format seperti “On The Spot”, yaitu : *Top 5* mulai 7 September 2011, *Hot Spot* mulai 16 Mei 2011, *Woow...!* dan *Spotlite* tayang di tahun 2011 (www.kontan.realviewusa.com).

“On The Spot” adalah program *magazine*. Tema utama yang diusung “On The Spot” yaitu mengetahui berbagai informasi yang unik dari berbagai belahan dunia memang menjadi daya tarik tersendiri. Inilah yang disuguhkan oleh program “On The Spot”. “On The Spot” adalah program informatif yang menayangkan berbagai hal unik yang terkadang tidak terpikirkan oleh kita sebelumnya dengan disertai penjelasan video oleh narator. Cuplikan-cuplikan hal terunik tersebut diurutkan dalam segmen 7 hal versi On The Spot.

Pada Tahun 2013 dari bulan Januari-Februari, berdasarkan data Nielsen, program “On The Spot” memiliki penonton rata-rata berjumlah 1.496.000, *rating* 3.1 dan *share* 12.5. Namun menurut Nielsen, program “On The Spot” termasuk program dokumenter. Maka *rating* “On The Spot” disurvei berdasarkan program dokumenter yang lainnya, dan ternyata “On The Spot” menempati urutan kedua setelah program “On The Spot” spesial lebaran (Nielsen, 2013).

Menurut Kikie Randini, *Associate Director Communications and Marketing The Nielsen Company Indonesia* menuturkan bahwa, di antara lima program televisi yang menggunakan video dari youtube, mayoritas penontonya adalah perempuan mulai usia anak-anak, remaja, hingga dewasa produktif dan berasal dari kelas menengah keatas. Dan program “On The Spot” penontonya sangat unik, yaitu ibu-ibu (kontan.realviewusa, 3-9 oktober 2011, p.7). Peneliti tertarik untuk meneliti program “On The Spot”, maka peneliti mencari data dari penelitian terdahulu mengenai “On The Spot”. Terdapat penelitian mengenai “On The Spot” oleh Reino Harry Sandi, mahasiswa Universitas Bina Nusantara Program televisi dengan judul “Pengaruh program acara On The Spot di Trans 7 terhadap minat menonton anggota karang taruna kompleks Taman Mangu Indah Blok F RT 06 RW 06, kelurahan Pondok Aren, Tangerang”. Dari penelitian Reino, ditemukan bahwa pengaruh antara Program On The Spot dengan minat menonton berada pada tingkat yang kuat. Dan semakin tinggi tingkat Program On The Spot maka akan timbul minat menonton dari anggota karang taruna Rt 06 kelurahan pondok aren tangerang. Dengan kata lain adanya Tayangan program On The Spot di TRANS 7 cukup efektif dalam meningkatkan Minat Menonton Anggota Karang Taruna Komplek Taman Mangu Indah.

Dan terdapat penelitian lainnya yang membahas mengenai “On The Spot” oleh A. Ayu Sasmita mahasiswa Universitas Hasanuddin yang berjudul “Tanggapan Mahasiswa Universitas Hasanuddin Terhadap Tayangan ‘On The Spot’ di

Trans7". Dari data-data ini, peneliti ingin melihat motif penonton dalam menonton program "On The Spot". Peneliti mendapatkan data dari website Nielsen bahwa "On The Spot" tetap memiliki rating tertinggi dalam acara yang memanfaatkan Youtube. Peneliti juga melihat munculnya beberapa program serupa yang diproduksi oleh stasiun televisi lainnya, sehingga bisa disimpulkan bahwa program dalam format seperti ini sedang naik daun dan akan terus bertahan. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa "Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara program On The Spot terhadap minat menonton anggota karang taruna kompleks taman mangu indah blok F RT 06 RW 06 kelurahan pondok aren tengerang, maka dari itu TRANS 7 harus tetap mempertahankan dan mendukung serta memberikan inovasi baru agar minat menonton pemirsa semakin tinggi terhadap program tersebut."

Karena dengan adanya motif yang ada dalam diri individu-individu, maka peneliti ingin melihat apakah motif penonton Surabaya dalam menonton program televisi "On The Spot" di trans7. Peneliti ingin meneliti motif penonton perempuan dalam menyaksikan program *magazine* "On The Spot" di trans7, khususnya kota Surabaya. Karena berdasarkan peneliti terdahulu, yang paling banyak dalam menonton tayangan "On The Spot" adalah perempuan. Menurut Morrisson dalam artikel *programming television* untuk mahasiswa Mercu Buana tentang *Perilaku Audience* Penyiaran, perempuan lebih banyak menonton televisi dibandingkan laki-laki. Faktor lainnya adalah target penonton program "On The Spot" adalah perempuan.

Dari hal yang diatas, maka peneliti ingin meneliti apakah motif penonton perempuan Surabaya dalam menonton program "On The Spot" di trans7?

Tinjauan Pustaka

Teori Uses and Gratification

Model *uses and gratification* digambarkan sebagai *a dramatic break with effect tradition of the past* (Swanson,1979), suatu loncatan dari model jarum hipodermik. Model ini tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan. Maka timbullah istilah *uses and gratifications*, penggunaan dan pemenuhan kebutuhan (Rakhmat, 2005, p.65). Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan teori *uses and gratifications* mencari motif audiens dalam mengkonsumsi media.

Didalam teori *uses and gratifications* terdapat kebutuhan individual (*individual's needs*) yang dikategorisasikan sebagai *cognitive needs, affective needs, personal integrative needs, social integrative needs, dan escapist needs* (Effendy, 2003, p.294)

Penjelasan adalah sebagai berikut :



1. *Cognitive needs* (kebutuhan kognitif)
Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk menyelidiki kita.
2. *Affective needs* (kebutuhan afektif)
Kebutuhan ini berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional.
3. *Personal integrative needs* (kebutuhan pribadi secara integratif)
Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri.
4. *Social integrative needs* (kebutuhan sosial secara integratif)
Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan dunia. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi.
5. *Escapist needs* (kebutuhan pelepasan)
Kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan dan hasrat akan keanekaragaman.

Program Televisi

Menurut seorang Deddy Iskandar Muda, isi program siaran televisi di Indonesia meliputi acara: *News Reporting, Talk Show, Call – in Show, Documenter, Magazine, Advertising, Education, Art & Culture, Musik, Sinetron, TV Movies, Game Show, dan Comedy* (Dedy Iskandar Muda, 2003, p.9).

Program “On The Spot” di Trans7 termasuk program magazine. *Magazine* terbentuk dari fitur yang menghubungkan video dengan presenter atau *voice over*. Serupa dalam konsep untuk majalah dicetak, mereka menawarkan berbagai item tema yang dikemas dalam satu program. Program jenis ini mungkin berisi berbagai konten termasuk berita, *documenter*, drama, wawancara, grafis dan rekaman arsip (Worthington, 2008, p.134). Hal ini sesuai dengan cara produksi program “On The Spot” yang dimana menghubungkan video, *voice over*, dan musik.

Motif

William G Scott (1962: 82) menerangkan tentang motif adalah kebutuhan yang belum terpuaskan yang mendorong individu untuk mencapai tujuan tertentu. Berdasarkan uraian di atas dapat dikatakan, motif adalah dorongan yang ada di dalam diri seseorang untuk melakukan perbuatan guna memenuhi kepuasannya yang belum terpuaskan. Salah satunya adalah dengan menggunakan media untuk memenuhi kepuasannya.

Menurut McQuail (1987, p.72), motif penggunaan media atau fungsi media bagi individu adalah sebagai berikut:

1. Motif Informasi : Merupakan motif untuk mencari berbagai hal informasi yang ada di dunia
2. Motif Identitas Pribadi : Merupakan motif mencari hal-hal yang

dapat dijadikan contoh untuk diri sendiri yang pantas untuk dilakukan atau dipelajari

3. Motif Integritas dan Interaksi Sosial : Merupakan motif untuk mencari bahan untuk berinteraksi dengan orang lain dan untuk membandingkan diri dengan orang lain agar lebih baik lagi.

4. Motif Hiburan : Merupakan motif untuk hiburan melapaskan penat yang disebabkan keseharian yang sibuk atau untuk senang-senang.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Konsep utama dalam penelitian ini adalah konsep motif, yaitu motif dalam menggunakan media massa yaitu televisi. Motif adalah dorongan yang ditimbulkan dari sejumlah kebutuhan yang ingin dicapai individu dari suatu objek tertentu yang menimbulkan perilaku individu (Rakhmat, 2001, p.216). Dan metode yang saya gunakan yaitu metode survey, dimana peneliti melakukan survey dengan membagikan kuesioner di beberapa daerah di Surabaya dan disertai dengan sedikit wawancara untuk menambah data yang akan digunakan agar lebih valid.

Motif terhadap media massa dalam model *uses and gratification* merupakan sesuatu yang mendorong individu untuk mencapai kepuasan atau kebutuhan (*gratification sought*) yang timbul dalam dirinya, model *uses and gratification* tertarik pada apa yang dilakukan individu terhadap media. Kategori motif dalam menonton tayangan “On The Spot” yang sesuai dengan McQuail, adalah :

1. Informasi

- Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang terjadi di lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia yang ditayangkan oleh program televisi “On The Spot” di Trans7
- Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan melalui tayangan yang ditayangkan oleh program televisi “On The Spot” di Trans7
- Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum melalui tayangan yang ditayangkan oleh program televisi “On The Spot” di Trans7
- Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan melalui tayangan yang ditayangkan oleh program televisi “On The Spot” di Trans7
- Belajar, pendidikan diri sendiri melalui tayangan yang ditayangkan oleh program televisi “On The Spot” di Trans7

2. Identitas Pribadi

- Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi melalui tayangan yang ditayangkan oleh program televisi “On The Spot” di Trans7
- Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain (dalam media) melalui tayangan yang ditayangkan oleh program televisi “On The Spot” di Trans7
- Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri melalui tayangan yang

- ditayangkan oleh program televisi “On The Spot” di Trans7
- Menemukan model perilaku melalui tayangan yang ditayangkan oleh program televisi “On The Spot” di Trans7
- Menemukan sisi lain dari diri sendiri melalui tayangan yang ditayangkan oleh program televisi “On The Spot” di Trans7

3. Integritas dan Interaksi Sosial

- Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain, empati sosial melalui tayangan yang ditayangkan oleh program televisi “On The Spot” di Trans7
- Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki melalui tayangan yang ditayangkan oleh program televisi “On The Spot” di Trans7
- Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial melalui tayangan yang ditayangkan oleh program televisi “On The Spot” di Trans7
- Membantu menjalankan peran sosial melalui tayangan yang ditayangkan oleh program televisi “On The Spot” di Trans7
- Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman, masyarakat melalui tayangan yang ditayangkan oleh program televisi “On The Spot” di Trans7
- Memperoleh teman selain manusia yaitu hewan dan tumbuhan maupun alam melalui tayangan yang ditayangkan oleh program televisi “On The Spot” di Trans7

4. Hiburan

- Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan melalui tayangan yang ditayangkan oleh program televisi “On The Spot” di Trans7
- Bersantai melalui tayangan yang ditayangkan oleh program televisi “On The Spot” di Trans7
- Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis melalui tayangan yang ditayangkan oleh program televisi “On The Spot” di Trans7
- Mengisi waktu melalui tayangan yang ditayangkan oleh program televisi “On The Spot” di Trans7
- Penyaluran emosi melalui tayangan yang ditayangkan oleh program televisi “On The Spot” di Trans7

Subjek Penelitian

Populasi penelitian ini adalah perempuan berusia 10-50 tahun keatas di seluruh Surabaya yang pernah menonton program televisi “On The Spot” di Trans7 minimal 2x dalam sebulan. Total masyarakat Surabaya yang berusia 10-50 tahun keatas adalah 1.182.776 jiwa yang didapat dari BPS Surabaya. Pengambilan sampling penelitian ini dengan menggunakan teknik non-probability sampling, dimana setiap unsur populasi mempunyai nilai kemungkinan tertentu untuk dipilih (Kriyantono, 2007, p.150). Jenis sampling yang akan digunakan yaitu *purposive sampling*, yaitu memilih orang tertentu, karena dianggap, berdasarkan nilai tertentu, mewakili statistik tingkat signifikansi dan prosedur pengujian hipotesis (Rakhmat, 2009, p.81).

Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik analisis data yaitu statistik deskriptif, dengan menggunakan indikator motif. Selain itu, teknik analisis lain yang digunakan adalah analisa tabulasi silang atau crosstab dengan menghubungkan jawaban responden terhadap indikator yang dijabarkan di kuesioner dan data wawancara untuk melengkapi data.

Temuan Data

Setelah membagikan kuesioner dan mewawancara maka hasil yang didapat sebagai berikut :

Table 1. Presentase tingkat motif per-indikator

Indikator	Tingkat Motif
Informasi	Sedang 55 %
Identitas Pribadi	Rendah 59%
Integritas dan Interaksi Sosial	Sedang 70%
Hiburan	Sedang 81%

Pada tabel di atas tersebut dapat dilihat bahwa indikator dengan tingkat motif tertinggi adalah Motif hiburan, dan tingkat motif paling rendah adalah tingkat motif Identitas pribadi.

Selain data yang didapat melalui kuesioner, peneliti juga melakukan sesi wawancara kepada beberapa perempuan Surabaya. Peneliti mewawancara salah satu responden mengenai integritas dan interaksi sosial yang dia ketahui, dan jawaban yang di dapat adalah responden tersebut tidak terlalu ingin memberikan informasi kepada orang lain, karena responden hanya menonton dan cuma dikonsumsi olehnya sendiri, tidak dibagikan kepada orang lain. Namun motif Integritas dan Interaksi sosial menjadi motif kedua yang memiliki presentase terbanyak. Ada juga wawancara yang peneliti lakukan terhadap salah satu responden bahwa dia menonton On The Spot tidak untuk mencari identitas pribadi terhadap dirinya, melainkan hanya untuk hiburan dan ingin menambah pengetahuan yang ada di seluruh Negara. Karena menurut responden, jika ingin mencari identitas pribadi, ia melihat tayangan yang ada di luar negeri karena terkadang tayangan di Indonesia banyak rekayasa.

Analisis dan Interpretasi

Table 2. Presentase tingkat motif per-indikator

Indikator	Tingkat Motif
Informasi	Sedang 55 %
Identitas Pribadi	Rendah 59%
Integritas dan Interaksi Sosial	Sedang 70%
Hiburan	Sedang 81%

Dari data yang didapat seluruh motif yang di survey tidak ada satu motif yang memiliki tingkat motif tinggi, semua rata-rata memiliki motif sedang, namun motif paling utama penonton perempuan Surabaya dalam menonton program On The Spot adalah Motif hiburan dan yang paling terakhir adalah motif identitas pribadi. Namun meskipun tingkat motif yang didapat tidak lah tinggi, rating acara program televisi “On The Spot” tetaplah tinggi, karena kita manusia tidak akan pernah puas dalam mencari hal yang dapat menyenangkan atau menghibur diri kita di saat apapun keadaannya.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa motif penonton perempuan di Surabaya dalam menonton program televisi “On The Spot” di Trans7 adalah tingkat sedang. Namun, penonton perempuan di Surabaya dalam menonton program “On The Spot” adalah adanya motif hiburan. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan akan ada penelitian yang lebih mendalam, bukan hanya melihat motif menonton saja, tetapi kepuasan yang diterima oleh khalayak dari program televisi.

Daftar Referensi

- Cut Zurnali. (2004). Pengaruh Pelatihan dan Motivasi Terhadap Perilaku Produktif Karyawan pada Divisi Long Distance PT Telkom Indonesia, Tbk, Tesis, Program Pascasarjana Unpad, Bandung
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Kriyantono, Rachmat. (2007). *Teknis praktis riset komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- McQuail, Denis. (1997). *Teori komunikasi massa: Suatu pengantar edisi kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Muda, Deddy Iskandar. (2003), *Jurnalistik Televisi Menjadi Reporter Profesional*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Severin, Werner J. Dan Tankard, James W. (2009). *Communication Theories Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*