

# Motif dan Kepuasan Pemirsa Surabaya dalam Menonton Program *Variety Show* “Inbox” SCTV

Winy Pangestu, Agusly Irawan Aritonang, Daniel Budiana, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

*winy2510@gmail.com*

## Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kepuasan masyarakat Surabaya dalam menonton program *variety show* “Inbox” di SCTV. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification* dengan variabel *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO) yang memiliki indikator yaitu informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, dan hiburan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis eksplanatif dengan statistik inferensial serta uji *crosstab*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Surabaya mendapatkan kepuasan dalam indikator informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial dan tidak mendapatkan kepuasan dalam indikator hiburan. Motif dan kepuasan tertinggi ada pada identitas pribadi. Sedangkan motif dan kepuasan terendah ada pada indikator hiburan.

**Kata Kunci:** Motif, Kepuasan, Pemirsa Surabaya, *Variety Show*, SCTV

## Pendahuluan

*Uses and Gratification* menurut Blumer dan Katz adalah pengguna media yang memiliki peran aktif untuk memilih dan menggunakan media. Teori *Uses and Gratification* ini mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhan mereka dan *audience* yang aktif untuk menentukan media mana yang harus dipilih untuk memenuhi kebutuhannya tersebut (Nurudin, 2009, p.192).

Teori *Uses and Gratification* mengatakan bahwa khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi (Kriyantono, 2006, p.208).

Pada dasarnya kebutuhan setiap individu berbeda dengan individu lainnya. Oleh karena itu aktifitas penonton, tujuan serta kepuasan yang dicari juga berbeda. Ketika seorang individu merasa dengan menonton sebuah acara, acara tersebut dapat memenuhi kebutuhannya, maka individu tersebut akan mengkonsumsinya.

Namun, apabila sebaliknya maka dia akan mencari media lain yang dianggap dapat lebih memenuhi kebutuhannya (Kuswandi, 2008, p.47).

Televisi telah menjadi fenomena besar karena dengan kekuatan audio visualnya, televisi mampu menjadi pilihan bagi pemirsanya dalam hal tontonan, pikiran, sikap dan tindakan pemirsa lebih besar dibanding media lainnya. Dengan kata lain informasi yang diberikan melalui televisi lebih dapat mengendap dalam daya ingatan manusia lebih lama daripada dengan membaca karena menurut penelitian, manusia lebih mudah menerima informasi melalui indra pendengaran (*audio*) dan indra penglihatan (*visual*) (Muda, 2003, p.27).

“Inbox” merupakan *variety show* satu-satunya yang diproduksi secara *in-house* di SCTV. Selain itu, “Inbox” baru saja menginjak usia 10 tahun pada tanggal 3 Desember 2017. “Inbox” tayang setiap hari Sabtu dan Minggu pukul 06.00 – 09.00 WIB. Sebagai salah satu dari komunikasi massa, SCTV menyajikan informasi, pendidikan, hiburan dan kebudayaan melalui program acara *variety show* “Inbox”. Program *Variety Show* “Inbox” merupakan *pioneer* program musik yang dilakukan di *outdoor* pertama di Indonesia (Wawancara, Agus Triyanto, *Production Assistant Senior*, 28 September 2017).

Selain itu, penonton program *variety show* “Inbox” terbanyak di Indonesia berada di kota Surabaya pada tahun 2017 (Wawancara, Agus Triyanto, *Senior Production Assistant*, 9 April 2018). Dengan didukung oleh hasil wawancara tersebut, peneliti menetapkan bahwa penelitian ini akan dilakukan di Surabaya karena Surabaya adalah kota yang memiliki jumlah penduduk tertinggi kedua di Indonesia. Surabaya juga merupakan kota terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta (Surabaya, 2016, para. 1).

Berdasarkan fenomena tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengetahui motif dan kepuasan pemirsa Surabaya dalam menonton program *Variety Show* “Inbox” SCTV agar penelitian ini bisa memperkaya bidang studi mengenai *Uses and Gratification*. Tidak hanya itu, penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan kepada pihak SCTV untuk mengembangkan program *variety show* “Inbox” agar lebih banyak lagi masyarakat yang menonton program tersebut.

## Tinjauan Pustaka

### Motif Dan Kepuasan

Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan (Dharmmesta dan Handoko, 2000, p.77). Motif berarti kekuatan yang terdapat dalam diri individu yang mendorong untuk berbuat sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif tertentu. Motif adalah kepuasan yang dicari seseorang dalam menggunakan media tertentu (McQuail, 1997, p. 74).

Sedangkan *Gratification Obtained* adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh setelah mengonsumsi suatu jenis media tertentu (Palmgreen, 1985, p.27).

*Gratification Obtained* mempertanyakan hal-hal yang khusus mengenai apa saja yang telah diperoleh setelah menggunakan media dengan menyebutkan acara secara spesifik.

McQuail dan Blumler dalam bukunya yang berjudul *The Television Audience: A Revised Perspective* merumuskan motif dalam menggunakan media massa yaitu (1972, p. 65):

1. Informasi
  - a. Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.
  - b. Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
  - c. Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.
  - d. Belajar, pendidikan diri sendiri.
  - e. Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan
2. Identitas Pribadi
  - a. Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi.
  - b. Menemukan model perilaku
  - c. Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain (dalam media).
  - d. Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri
3. Integrasi dan Interaksi Sosial
  - a. Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain, empati sosial.
  - b. Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.
  - c. Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial.
  - d. Memperoleh teman selain dari manusia.
  - e. Membantu menjalankan peran sosial.
  - f. Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman dan masyarakat.
4. Hiburan
  - a. Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan.
  - b. Bersantai.
  - c. Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis.
  - d. Mengisi waktu.
  - e. Penyaluran emosi.
  - f. Membangkitkan gairah seks

### **Variety Show**

Menurut Naratama (2002) yang dikutip oleh Mabruhi dalam buku Penulisan Naskah TV, *Variety Show* adalah format acara televisi yang mengkombinasikan berbagai format lainnya seperti *talk show*, *magazine show*, kuis, *game show*, *music concert* dan lain sebagainya. Keberagaman format di dalam satu acara televisi membuat acara televisi menjadi tidak membosankan karena tidak selalu menayangkan satu format acara saja sehingga bisa menghibur khalayak yang menonton (Mabruhi, 2011, p. 19).

## Metode

### Konseptualisasi Penelitian

Penelitian ini memiliki jenis penelitian eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif dan memiliki metode Survey serta memiliki populasi dan sampel Pemirsa Surabaya dengan jenis kelamin perempuan dengan usia antara 35-49 tahun dan teknik penarikan sampel yang dipilih adalah judgmental sampling atau purposive sampling.

### *Subjek Penelitian*

Subjek penelitian ini adalah pemirsa Surabaya yang tersebar di lima wilayah yaitu Surabaya Pusat, Surabaya Utara, Surabaya Selatan, Surabaya Timur dan Surabaya Barat. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemirsa Surabaya yang berusia 35-49 tahun.

### *Analisis Data*

Analisis akan dilakukan dengan bantuan software SPSS. Skala yang dipakai adalah skala Likert dengan lima tingkatan yaitu Angka 1: responden mengatakan Sangat Tidak Setuju (STS), Angka 2 : respondenn mengatakan tidak setuju (TS), Angka 3 : responden mengatakan Netral (N), Angka 4 : responden mengatakan Setuju (S), Angka 5 : responden mengatakan Sangat Setuju (SS).

## Temuan Data

Jumlah total responden yang peneliti ambil sebagai sampel dalam penelitian adalah 100 responden. Responden dari penelitian ini adalah masyarakat Surabaya yang berjenis kelamin wanita dan berusia 35 – 49 tahun. Responden juga harus menonton program “Inbox” minimal 3 kali selama 3 bulan terakhir (Maret 2018 – Mei 2018). Selain itu, semua responden sudah menonton program “Inbox” lebih dari tiga kali.

Profil responden Program Variety Show “Inbox” didominasi pada usia 35 tahun sebanyak 18 responden dikarenakan sasaran penonton dari programming stasiun televisi tersebut. Mayoritas pendidikan terakhir adalah SMA sebanyak 61 responden. Hal itu dikarenakan bahwa penggemar televisi kebanyakan adalah mereka yang hanya berpendidikan sekolah menengah. Setelah itu, mayoritas pengeluaran setiap bulan sekitar Rp. 800.000 – Rp. 1.250.000 sebanyak 57 responden. Hal ini dikarenakan adanya pengelompokan Social Economy Status (SES) bahwa seseorang atau keluarga yang memiliki pengeluaran Rp. 800.000 – Rp. 1.250.000 adalah keluarga yang masuk dalam kategori C atau setara dengan menengah.

## Analisis dan Interpretasi

### Informasi

Mean GS dan GO tertinggi terdapat dalam item pertanyaan ‘Mencari informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang terjadi’ dengan selisih mean 0.31. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *mean* pada motif lebih kecil 3,20 dari nilai *mean* pada kepuasan 3,51. Sehingga pada sub indikator ‘mencari informasi mengenai peristiwa atau kondisi yang terjadi’ adalah kepuasan yang diharapkan oleh pemirsa dalam menonton program *variety show* “Inbox” SCTV. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan salah satu responden yang menyatakan bahwa responden selalu mendapatkan informasi yang baru mengenai peristiwa yang sedang kekinian misalnya lagu anak-anak “*baby shark*”. Selain itu, penonton juga mendapatkan informasi mengenai penyanyi Indonesia yang baru merilis lagu terbaru penyanyi tersebut.

Mean GS dan GO terendah terdapat dalam item pertanyaan ‘Belajar hal-hal untuk diri sendiri’ dengan selisih mean 0.07. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *mean* pada motif lebih kecil 3,20 dari nilai *mean* pada kepuasan 3,51. Sehingga pada sub indikator ‘mencari informasi mengenai peristiwa atau kondisi yang terjadi’ adalah kepuasan yang diharapkan oleh pemirsa dalam menonton program *variety show* “Inbox” SCTV. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan salah satu responden yang menyatakan bahwa responden selalu mendapatkan informasi yang baru mengenai peristiwa yang sedang kekinian misalnya lagu anak-anak “*baby shark*”. Selain itu, penonton juga mendapatkan informasi mengenai penyanyi Indonesia yang baru merilis lagu terbaru penyanyi tersebut.

### Identitas Pribadi

Mean GS dan GO tertinggi terdapat dalam item pertanyaan ‘Menemukan nilai-nilai pelajaran hidup yang dapat melengkapi diri’ dengan selisih mean 0.24. Hal ini sesuai dengan teori kebutuhan integratif personal dimana kebutuhan yang berkaitan dengan peningkatan harga diri seseorang, seperti memperkuat kepercayaan, kesetiaan, status pribadi (Liliweri, 1991, p. 137).

Mean GS dan GO terendah terdapat dalam item pertanyaan ‘Menemukan contoh perilaku yang cocok’ dengan selisih mean 0.13. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan salah satu responden yang menyatakan bahwa responden bisa menemukan contoh berbicara *host* saat memandu acara. Tidak hanya itu, responden juga belajar bagaimana cara berpakaian dari *host* ataupun pengisi acara “Inbox”. Selain itu, hal ini juga berkaitan pada dimensi identitas personal. Dimana dimensi ini menyajikan perihal data tentang bagaimana penggunaan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi pada khalayak itu sendiri (Rakhmat, 2005, p. 66-67). Isi program ini dipandu oleh para *host* dengan gaya mereka sendiri sehingga pemirsa ingin menonton dalam memenuhi kebutuhan mereka yaitu dalam hal menemukan model perilaku.

## Integrasi dan Interaksi Sosial

Mean GS dan GO tertinggi terdapat dalam item pertanyaan ‘Lebih peduli atau menghargai ciptaan Tuhan selain sesama yaitu hewan dan alam’ dengan selisih mean 0.24. Hal ini membuktikan teori yang dikemukakan oleh Kuswandi (1996, p. 68) yang mengatakan melalui informasi, manusia dapat mengetahui peristiwa yang terjadi disekitarnya, memperluas cakrawala pengetahuannya, sekaligus memahami kedudukan serta peranannya dalam masyarakat. Tidak hanya itu, melalui segmen “Inbox Berbagi”, masyarakat merasa semakin peduli dengan sesama manusia yang membutuhkan dan tidak jarang masyarakat juga ikut membantu orang-orang terdekat yang memerlukan bantuannya.

Mean GS dan GO terendah terdapat dalam item pertanyaan ‘Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain’ dengan selisih mean -0.08. Menurut teori komunikasi massa yaitu salah satu fungsi komunikasi massa adalah membius. Membius dalam hal ini adalah media menyajikan informasi tentang sesuatu, penerima percaya akan hal tersebut sehingga penerima dianggap terbius oleh media seolah-olah berada dalam pengaruh narkotik (Fajar, 2009, p. 238-243). Masyarakat mengkonsumsi sebuah media massa dan secara tidak langsung pesan yang ada pada media massa tersebut masuk ke dalam diri pemirsanya. Hal ini juga sesuai dengan jawaban responden. Sekitar 31% responden sangat menikmati dan ingin program “Inbox” lebih banyak menampilkan segmen “Inbox Berbagi”.

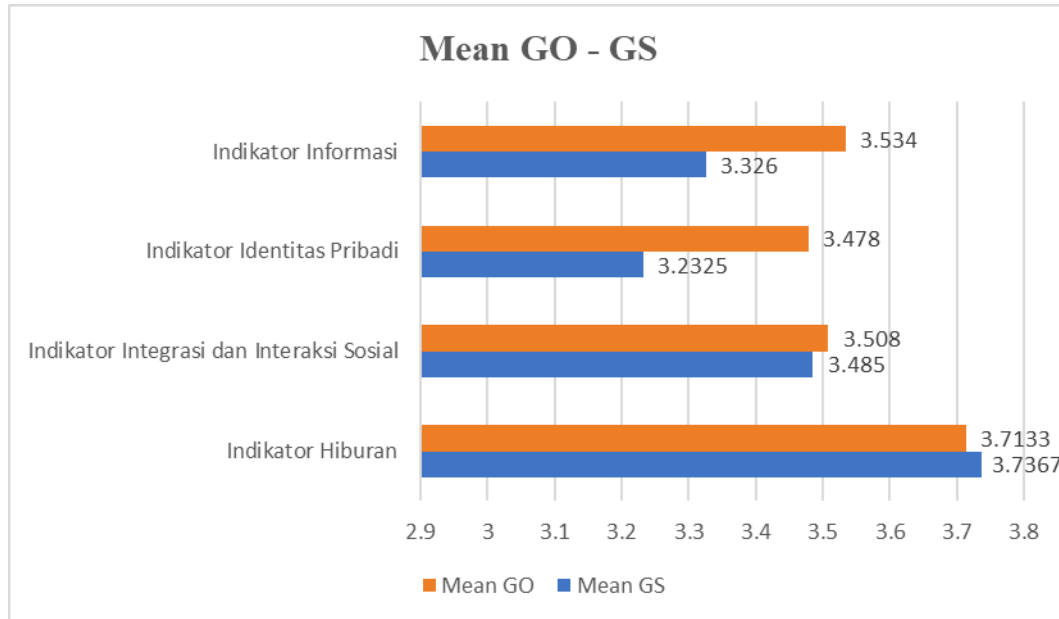
## Hiburan

Mean GS dan GO tertinggi terdapat dalam item pertanyaan ‘Menyalurkan rasa emosi’ dengan selisih mean 0.25. Menurut Katz, Blumler dan Gurevitch termasuk salah satu tipe kebutuhan manusia yaitu kebutuhan akan pelarian diri yang merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan hasrat seseorang untuk melarikan diri dari kenyataan, melepaskan ketegangan dan kebutuhan akan hiburan (Liliweri, 1991, p.137). Hal ini juga didukung oleh beberapa hasil kritik dan saran yang positif maupun yang negatif dari responden yang menyatakan bahwa program dihadirkan setiap hari dan harus lebih variatif lagi terhadap lagu yang dinyanyikan oleh pengisi acara.

Mean GS dan GO terendah terdapat dalam item pertanyaan ‘Mengisi waktu luang’ dengan selisih mean -0.24. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan salah satu responden yang menyatakan bahwa responden menonton “Inbox” pada saat menyiapkan bahan masakan ataupun membersihkan rumah sehingga tidak bisa melihat secara langsung program *variety show* “Inbox” melalui televisi, melainkan hanya mendengarkan.

## Perbandingan Total Mean GS dan GO

Gambar 4.1 Total Mean variabel GS dan GO



Pada indikator informasi, tingkat kepuasan yang dicapai sudah memenuhi kebutuhan pemirsa yaitu sebesar 3,534 sedangkan motif yang dicari oleh pemirsa adalah 3,326 dengan kesenjangan 0,208. Hal ini menyatakan bahwa program *variety show* “Inbox” SCTV sudah dapat memenuhi seluruh keinginan pemirsa. Selain itu, salah satu responden sempat berkata bahwa responden sangat senang dengan adanya program “Inbox” karena dengan adanya program tersebut responden bisa menambah informasi tentang adanya lagu ataupun film Indonesia yang baru ditayangkan atau yang akan segera ditayangkan. Tidak hanya itu, program “Inbox” juga disebut sangat informatif dengan hal seperti itu karena selalu memberikan informasi yang lengkap dan mudah dipahami.

Pada indikator identitas pribadi, tingkat kepuasan yang dicapai sudah memenuhi kebutuhan pemirsa yaitu sebesar 3,478 sedangkan motif yang dicari oleh pemirsa adalah 3,2325 dengan kesenjangan 0,2455. Hal ini menyatakan bahwa program *variety show* “Inbox” SCTV sudah dapat memenuhi seluruh keinginan pemirsa karena dapat menjadi pengetahuan dalam segi bagaimana cara berkomunikasi dengan para penonton dan bagaimana cara berpakaian yang baik tetapi tidak terlalu mencolok. Pemirsa program ini juga menyatakan bahwa identitas pribadi berasal bagaimana cara berpakaian seseorang dan hal itu terdapat dalam program *variety show* “Inbox”. Salah satu yang bisa diambil adalah dari cara berpakaian dari *host* Sinyorita dan cara berpakaian untuk yang berhijab seperti *host* Ria Ricis.

Pada indikator integrasi dan interaksi sosial, tingkat kepuasan yang dicapai sudah memenuhi kebutuhan pemirsa yaitu sebesar 3,508 sedangkan motif yang dicari oleh pemirsa adalah 3,485 dengan kesenjangan 0,023. Hal ini menyatakan bahwa program *variety show* “Inbox” SCTV sudah dapat memenuhi seluruh keinginan pemirsa karena dapat menumbuhkan sisi kemanusiaan dalam diri seseorang

melalui segmen “Inbox Berbagi” dimana di dalam segmen tersebut selalu mendapat perhatian lebih dari masyarakat.

Pada indikator hiburan, tingkat kepuasan yang dicapai belum memenuhi kebutuhan pemirsa yaitu sebesar 3,7133 sedangkan motif yang dicari oleh pemirsa adalah 3,7367 dengan kesenjangan -0,0234. Hal ini menyatakan bahwa program *variety show* “Inbox” SCTV sudah tidak dapat memenuhi seluruh keinginan pemirsa karena pemirsa di Surabaya lebih menyukai hiburan berupa musik yang bergenre pop agar bisa dinikmati oleh semua kalangan. Tidak hanya itu, jawaban dalam pertanyaan terbuka yang ada pada kuisioner banyak responden yang menyukai apabila formasi *host* kembali seperti dahulu dimana banyak responden lebih menyukai Gading Martin, Andhika Pratama serta Narji yang menjadi *host* program *variety show* “Inbox”.

### Analisis Tabulasi Silang Antara Umur dengan GS dan GO

Tabel 4.1 Tabulasi Silang Umur dengan GS dan GO

			GS			GO		
			Rendah	Tinggi	Total	Rendah	Tinggi	Total
Umur	35	Count	8 (44.4%)	10 (55.6%)	18 (100%)	6 (33.3%)	12 (66.7%)	18 (100%)
	36	Count	3 (21.4%)	11 (78.6%)	14 (100%)	6 (42.9%)	8 (57.1%)	14 (100%)
	37	Count	8 (53.3%)	7 (46.7%)	15 (100%)	7 (46.7%)	8 (53.3%)	15 (100%)
	38	Count	2 (28.6%)	5 (71.4%)	7 (100%)	1 (14.3%)	6 (85.7%)	7 (100%)
	39	Count	1 (12.5%)	7 (87.5%)	8 (100%)	2 (25%)	6 (75%)	8(100%)
	40	Count	3(33.3%)	6 (66.7%)	9 (100%)	3 (33.3%)	6 (66.7%)	9 (100%)
	41	Count	1 (25%)	3 (75%)	4 (100%)	1 (25%)	3 (75%)	4 (100%)
	42	Count	0 (0%)	5 (100%)	5 (100%)	0 (0%)	5 (100%)	5 (100%)
	43	Count	1 (33.3%)	2 (66.7%)	3 (100%)	0 (0%)	3 (100%)	3 (100%)
	44	Count	0 (0%)	1 (100%)	1 (100%)	0 (0%)	1 (100%)	1 (100%)
	45	Count	0 (0%)	8 (100%)	8 (100%)	1 (12.5%)	7 (87.5%)	8 (100%)
	48	Count	1 (16.7%)	5 (83.3%)	6 (100%)	0 (0%)	6 (100%)	6 (100%)
	49	Count	0 (0%)	2 (100%)	2 (100%)	0 (0%)	2 (100%)	2 (100%)
Total		Count	28 (28%)	72 (72%)	100 (100%)	27 (27%)	73 (73%)	100 (100%)

Dari tabel yang ada di atas pemirsa yang berumur 35 tahun menempati urutan tertinggi pada kategori tinggi karena penonton dalam usia ini dinyatakan puas setelah menonton program *variety show* “Inbox”. Hal ini didukung oleh salah satu pernyataan responden yang sangat senang apabila ada tayangan dari program “Inbox” di hari sabtu dan minggu. Tidak hanya itu, salah satu jawaban dari



pernyataan terbuka mengungkapkan kalau bisa “Inbox” dihadirkan setiap hari seperti dahulu. Selain itu, dari jawaban dari pertanyaan terbuka, semua responden senang dengan *gimmick* serta durasi penayangan yang ditampilkan oleh “Inbox”.

Menurut Hurlock, penonton dalam usia ini lebih banyak memiliki waktu luang untuk menonton karena mereka tidak mempunyai pekerjaan yang terlalu berat sehingga mereka menjadikan televisi sebagai media untuk mengisi kekosongan (Hurlock, 2011, p.321). Terlebih lagi, mayoritas responden dalam penelitian ini berprofesi sebagai ibu rumah tangga.

### Uji T Berpasangan

Tabel 4.2 Paired Samples Test

	Paired Differences					t hitung	t tabel	df	Sig. (2-tailed)
	90% Confidence Interval of the difference								
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	Lower	Upper				
<b>Pair 1 Mean GO – Mean GS</b>	.09476	.26591	.02659	.05061	.13891	3.564	3.17460	99	.001

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa t hitung 3.564 dengan mean 0.09476 serta signifikansinya 0.001. Dari sana dapat dilihat bahwa signifikansi lebih kecil dari 0.05 ( $0.001 < 0.05$ ) dan t hitung  $>$  t tabel ( $3.564 > 3.17460$ ). Sehingga dapat diketahui dari hasil uji t berpasangan terdapat adanya kesenjangan antara GS dan GO sehingga  $H_0$  (Tidak ada kepuasan yang didapat oleh pemirsa Surabaya dalam menonton program “Inbox” SCTV) ditolak karena dari hasil yang sudah didapatkan,  $H_0$  tidak terbukti.

Tetapi  $H_1$  (ada kepuasan yang didapat dari pemirsa Surabaya dalam menonton program “Inbox” SCTV) diterima berdasarkan penghitungan t hitung lebih besar dari t tabel. Masyarakat bisa dikatakan puas setelah menonton program “Inbox” karena program “Inbox” tidak hanya menampilkan musik sebagai hiburan, tetapi masyarakat juga bisa mendapatkan informasi-informasi seputar musik bahkan film Indonesia terbaru yang akan dirilis dan mendatangkan pemain dari film yang sedang dipromokan. Selain itu, penonton juga menemukan identitas pribadi dengan mencontoh perilaku yang cocok misalnya gaya berpakaian dari *host* “Inbox”.

## Simpulan

Pada penelitian ini, terdapat empat indikator motif dan kepuasan menonton program *variety show* “Inbox” yaitu informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, serta hiburan. Berdasarkan olah data, mayoritas penonton program *variety show* “Inbox” adalah mayoritas berumur 35 tahun dan berjenis kelamin perempuan.

Melalui rumusan masalah apakah motif dan kepuasan pemirsa Surabaya dalam menonton program *variety show* “Inbox” ditemukan bahwa motif tertinggi pemirsa Surabaya menonton program *variety show* “Inbox” adalah motif hiburan karena program “Inbox” adalah program *variety show* dimana program tersebut meliputi banyak hal seperti musik, *games*, kuis, *talent search*, dan sulap.

Motif terendah pemirsa Surabaya menonton program *variety show* “Inbox” adalah motif identitas pribadi karena pemirsa tidak berharap banyak menemukan nilai-nilai pelajaran hidup yang dapat melengkapi diri.

Kepuasan tertinggi pemirsa Surabaya dalam menonton program *variety show* “Inbox” adalah kepuasan hiburan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dengan program *variety show*, pemirsa Surabaya sudah merasa terhibur dan puas dengan program “Inbox”.

Kepuasan terendah pemirsa Surabaya dalam menonton program *variety show* “Inbox” adalah kepuasan identitas pribadi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pemirsa Surabaya hanya mendapatkan sedikit mengenai pengenalan terhadap diri melalui program *variety show* “Inbox”.

Selisih *mean* motif dan kepuasan pemirsa tertinggi adalah indikator identitas pribadi karena kebanyakan pemirsa Surabaya mendapatkan ide bagaimana cara berpakaian dari *host* program “Inbox”. Dengan melihat gaya berpakaian *host* tersebut, maka pemirsa bisa mencontoh gaya pakaian tersebut dan menjadikan hal tersebut sebagai suatu identitas pribadi.

Namun, selisih *mean* motif dan kepuasan pemirsa terendah adalah motif hiburan. Pemirsa Surabaya kurang puas dalam indikator hiburan karena sebagian besar pemirsa sangat mengharapkan apabila program *variety show* “Inbox” menghadirkan formasi *host* yang seperti dulu yang terdiri dari Gading Marten, Narji serta Andhika Pratama. Tidak hanya itu, tetapi pemirsa Surabaya juga menginginkan penampilan dari penyanyi-penyanyi pop Indonesia yang sedang tenar misalnya Judika, Raisa, dan lainnya.

Adapun diketahui dari hasil tabulasi silang, secara keseluruhan dari tingkat kepuasan responden pada hasil tabulasi silang menunjukkan kepuasan pada tingkat tinggi. Hal ini dapat disebabkan oleh banyaknya tayangan *variety show* sejenis yang juga disuguhkan oleh stasiun-stasiun televisi lainnya.

## Daftar Referensi

- Fajar, M. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hurlock, E.B. (2011). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kuswandi, W. (1996). *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Kriyantono, R. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Liliweri, A. (1991). *Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Mabruri, Anton. (2011). *Penulisan Naskah TV*. Jakarta: Grasindo.
- McQuail, D., Blumler, J.G., & Brown, J. (1972). "The television Audience: A Revised Perspective". In D. McQuail (Ed.), *Sociology of Mass Communication*. Middlesex, England: Penguin.
- McQuail, D. (1997). *Audience Analysis*. The United States of America: Sage Production.
- Muda, Deddy Iskandar. (2003). *Jurnalistik Televisi Menjadi Reporter Profesional*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Naratama. (2004). *Menjadi Sutradara Televisi*. Jakarta: Grasindo.
- Nurudin. (2009). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Palmgreen, Raymond. (1985). *Media Gratification Research: Current Perspectives*. Beverly Hill, London, New Delhi : Sage.
- Rakhmat, J. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.