

## **MOTIVASI DAN PENGGUNAAN MEDIA**

(Studi Korelasi Motivasi dengan Penggunaan Media Menonton Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV Pada Kalangan Mahasiswa Komunikasi Non Reguler Angkatan 2010 dan 2011 FISIP Universitas Sebelas Maret Surakarta)



### **SKRIPSI**

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan  
Guna Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sebelas Maret Surakarta**

oleh :

**Hanung Wibowo**

**D 1210033**

**Ilmu Komunikasi**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA**

**2013**

*commit to user*

## PERSETUJUAN

Disetujui untuk dipertahankan di hadapan Panitia Ujian

Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta



Dosen Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. H. Dwi Tiyanto, S.U.  
NIP. 19540414198003 1 007

Drs. Subagyo, S.U.  
NIP. 19520917198003 1 001

*commit to user*

**PENGESAHAN**

Skripsi ini telah diuji dan disahkan oleh Panitia Penguji Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Hari :

Tanggal :

Susunan Panitia Penguji:

1. Prof. Drs. Pawito, Ph.D sebagai Ketua (.....)  
NIP. 19540805198503 1 002
2. Dra. Hj. Sofiah, M.Si sebagai Sekretaris (.....)  
NIP. 19530726197903 2 001
3. Drs. H. Dwi Tiyanto, S.U sebagai Penguji I (.....)  
NIP. 19540414198003 1 007
4. Drs. Subagyo, SU sebagai Penguji II (.....)  
NIP. 19520917 198003 1 001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Prof. Drs. Pawito, Ph.D  
NIP. 19540805198503 1 002

*commit to user*

## MOTTO

“Anak muda memang suka mengulur waktu, akan tetapi belum tentu orang tepat  
waktu itu mendapatkan hasil yang memuaskan”

-hanungwibowo-

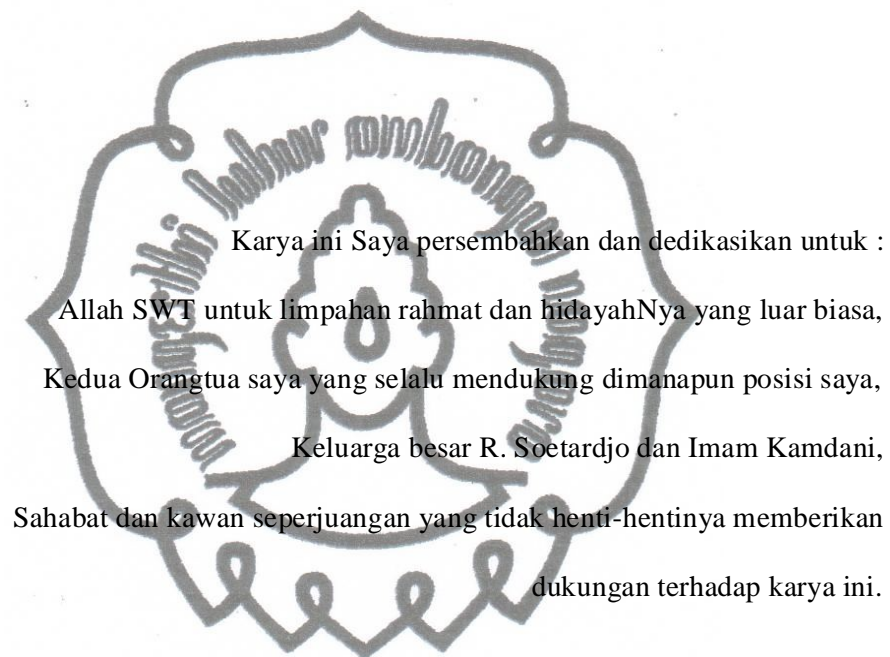
“Cukup Allah sebagai penolong kami dan Dia adalah sebaik-baik Pelindung”

-QS. Ali Imron: 173



*commit to user*

## PERSEMBAHAN



*commit to user*

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Allhamdulillahirabbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **MOTIVASI DAN PENGGUNAAN MEDIA** (Studi Korelasi Motivasi dengan Penggunaan Media Menonton Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV Pada Kalangan Mahasiswa Komunikasi Non Reguler Angkatan 2010 dan 2011 FISIP Universitas Sebelas Maret Surakarta) dengan baik dan lancar.

Penelitian untuk menyusun skripsi ini pada awalnya muncul dari ketertarikan penulis mengenai program acara Sentilan Sentilun di Metro TV yang mengupas tentang berita politik terhangat yang ada di Indonesia kemudian dengan dibumbui humor oleh kedua pembawa acaratersebut. Media yang berfungsi sebagai penyebar informasi kepada publik tidak semata-mata menampilkan peristiwa secara apa adanya, namun penuh dengan makna yang dibingkai sedemikian rupa.

Selesainya skripsi ini tentunya tidak lepas dari peran dan bantuan berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Drs. Pawito, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret (FISIP UNS) Surakarta.
2. Dra. Prahastiwi Utari, Ph.D selaku Ketua Jurusan Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret (FISIP UNS) Surakarta.
3. Drs. H. Dwi Tiyatno, S.U selaku Dosen Pembimbing pertama skripsi yang bersedia memberikan ilmu, pengarahan dan masukan selama proses penellitian hingga penyusunan skripsi ini.
4. Drs. Subagyo, S.U selaku Dosen Pembimbing kedua skripsi yang telah bersedia memberikan ilmu, pengarahan dan masukan selama proses penellitian hingga penyusunan skripsi ini.

*commit to user*

5. Drs. H. Hamid Arifin, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, dorongan, nasehat, dan segala pengarahan selama masa perkuliahan.
6. Staf pengajar pada Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNS. Terima kasih atas ilmu-ilmu yang telah diberikan dan mohon maaf atas segala kesalahan penulis selama ini. Semoga ilmu yang telah diberikan bermanfaat dan menjadi amal jariyah bapak dan ibu.
7. Informan yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berbagi ilmu dan pengalaman.
8. Teman-teman komunikasi Transfer kelas A angkatan 2010 yang selama ini telah menjadi teman dikala susah dan senang.
9. Pacar saya yang selalu cerewet mengingatkan untuk mengerjakan skripsi ini.
10. Semua pihak-pihak yang telah membantu penulis dan tidak dapat penulis tuliskan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan keterbatasan kemampuan, pemikiran, tenaga dan waktu penulis, menjadikan karya ini jauh dari kesempurnaan. Namun penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Wa'alaikumsalam Wr. Wb.

Surakarta, Juli 2013

Penulis

*commit to user*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
ABSTRAK .....	xvi
<i>ABSTRACT</i> .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Kerangka Pemikiran dan Landasan Teori .....	6
1. Kerangka Pemikiran .....	6
2. Landasan Teori .....	7
a. Komunikasi .....	7
1) Definisi Komunikasi .....	7
2) Unsur-Unsur Komunikasi .....	8
3) Tujuan Komunikasi .....	9
4) Tatanan Komunikasi .....	11
b. Komunikasi Massa .....	11
1) Definisi Komunikasi Massa .....	11
2) Karakteristik Komunikasi Massa .....	13
3) Fungsi Komunikasi Massa .....	15

*commit to user*



4) Efek Komunikasi Massa .....	16
c. Televisi .....	17
1) Perkembangan Televisi di Indonesia .....	19
2) Karakteristik Media Televisi .....	21
3) Faktor-faktor yang Perlu Diperhatikan di Televisi .....	22
4) Program Siaran Televisi .....	23
d. Model Uses and Gratification Theory .....	25
e. Motivasi .....	28
f. Penggunaan Media .....	29
F. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional .....	31
1. Definisi Konseptual .....	31
2. Definisi Operasional .....	32
G. Hipotesis .....	37
H. Metodologi Penelitian .....	38
1. Jenis Penelitian .....	38
2. Lokasi Penelitian .....	38
3. Populasi dan Sampel .....	39
a. Populasi .....	39
b. Sampel .....	39
4. Sumber Data .....	39
a. Populasi .....	39
b. Sampel .....	39
5. Metode Pengumpulan Data .....	39
a. Kuesioner .....	40
b. Studi Pustaka .....	40
6. Teknik Analisis Data .....	40
a. Uji Validitas .....	40
b. Uji Reliabilitas .....	41
7. Teknik Pengujian Hipotesis .....	42

*commit to user*

BAB II	DESKRIPSI LOKASI .....	44
A.	Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Surakarta .....	44
1.	Sejarah Perkembangan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Surakarta .....	44
2.	Visi, Misi dan Tujuan Program Studi Ilmu Komunikas Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Surakarta.....	45
a.	Visi .....	45
b.	Misi .....	45
c.	Tujuan .....	46
3.	Kurikulum Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Surakarta .....	46
B.	Gambaran Umum Metro TV .....	47
1.	Sejarah Singkat dan Perkembangan Metro TV .....	47
2.	Visi dan Misi Metro TV.....	49
a.	Visi .....	49
b.	Misi .....	49
3.	Logo Metro TV dan Artinya .....	49
C.	Profil Pembawa Acara Sentilan Sentilun di Metro TV .....	51
1.	Slamet Rahardjo Djarot .....	51
2.	Butet Kartaredjasa .....	57
BAB III	PENYAJIAAN DATA .....	62
A.	Karakteristik Responden .....	62
1.	Gambaran Umum Responden .....	62
2.	Distribusi Responden .....	63
B.	Variabel Motivasi (Variabel Independen) .....	63
1.	Kebutuhan Informasi Tentang Narasumber .....	64
2.	Kebutuhan Akan Kesenangan dan Pengalaman .....	64

*commit to user*

3. Kebutuhan Pelepasan Ketegangan .....	68
4. Kebutuhan Akan Hiburan .....	75
5. Kebutuhan Dalam Mengisi Waktu Luang .....	78
C. Variabel Penggunaan Media (Variabel Dependen) .....	84
1. Frekuensi .....	84
2. Intensitas .....	89
BAB IV ANALISIS DATA .....	94
A. Uji Validitas .....	91
1. Variabel Independen (X) Motivasi .....	95
2. Variabel Dependen (Y) Penggunaan Media .....	96
B. Uji Reliabilitas .....	97
C. Analisa Data .....	98
1. Hubungan antara variabel Motivasi (X) dengan Variabel Penggunaan Media (Y) .....	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	101
A. Kesimpulan .....	101
B. Saran .....	102

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Distribusi Responden Menurut Angkatan .....	63
Tabel 3.2	Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin .....	63
Tabel 3.3	Menonton Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV Memberikan Informasi Baru Dari Seputar Materi Yang Disajikan .....	64
Tabel 3.4	Menonton Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV Memperluas Pengetahuan Seputar Materi Yang Disajikan ...	65
Tabel 3.5	Menonton Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV Menjadi Solusi Kebutuhan Informasi Tentang Pengetahuan Berpolitik .....	65
Tabel 3.6	Motivasi Kebutuhan Informasi Tentang Narasumber Dalam Menonton Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV ....	67
Tabel 3.7	Merasa Mendapat Kesenangan Setelah Menonton Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV .....	68
Tabel 3.8	Merasa Mendapat Pengalaman Yang Baru Setelah Menonton Tayangan Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV.....	69
Tabel 3.9	Merasa Terhibur Setelah Menonton Tayangan Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV .....	69
Tabel 3.10	Tingkat Motivasi Kebutuhan Akan Kesenangan dan Pengalaman Dalam Menonton Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV .....	70
Tabel 3.11	Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV Merupakan Tayangan Yang Banyak Dibicarakan dan Diminati .....	72
Tabel 3.12	Merasa Rileks/Santai Setelah Menonton Tayangan Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV .....	72
Tabel 3.13	Tayangan Program Acara Sentilan Sentilun Di Metro TV Dapat Melepaskan Dari Ketegangan Rutinitas Sehari-Hari ...	73

*commit to user*

Tabel 3.14 Tingkat Kebutuhan Pelepasan Ketegangan Dalam Menonton Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV .....	74
Tabel 3.15 Berminat Untuk Menonton Tayangan Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV Selanjutnya .....	75
Tabel 3.16 Tayangan Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV Dapat Menghibur .....	76
Tabel 3.17 Setelah Menonton Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV Informasi Tentang Berpolitik Terpenuhi .....	76
Tabel 3.18 Tingkat Kebutuhan Akan Hiburan Dalam Menonton Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV .....	77
Tabel 3.19 Tayangan Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV Merupakan Acara Yang Sering Disaksikan Pada Waktu Luang .....	78
Tabel 3.20 Tayangan Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV Dapat Mengisi Waktu Luang .....	79
Tabel 3.21 Menonton Tayangan Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV Untuk Melepaskan Diri Dari Kegiatan Rutin Nitas .....	80
Tabel 3.22 Tingkat Kebutuhan Mengisi Waktu Luang Dalam Menonton Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV .....	81
Tabel 3.23 Motivasi Menonton Tayangan Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV .....	83
Tabel 3.24 Sebelum Menonton Tayangan Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV, Apa Yang Anda Lakukan Terlebih Dahulu .....	84
Tabel 3.25 Dalam Menonton Tayangan Program Acara Sentilan Sentilun Di Metro TV, Apakah Anda Juga Melakukan Aktifitas Lain .....	85
Tabel 3.26 Menonton Tayangan Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV Sampai Selesai .....	86

Tabel 3.27 Setelah Menonton Tayangan Program Acara Sentilan Sentilun Di Metro TV, Apakah Anda Selalu Memperbincangkannya Dengan Orang Lain .....	86
Tabel 3.28 Bila “Ya”, Siapa Yang Biasa Anda Ajak Berbincang-Bincang Tentang Hal tersebut .....	87
Tabel 3.29 Tingkat Tahu Dalam Menonton Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV .....	88
Tabel 3.30 Meluangkan Waktu Untuk Menonton Tayangan Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV .....	89
Tabel 3.31 Berapa Kali Anda Menonton Tayangan Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV Dalam Dua Bulan Terakhir ..	90
Tabel 3.32 Berapa Menit Rata-Rata Menonton Tayangan Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV .....	90
Tabel 3.33 Tingkat Intensitas Dalam Menonton Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV .....	91
Tabel 3.34 Penggunaan Media Menonton Tayangan Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV .....	93
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Instrumen Motivasi .....	96
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Instrumen Penggunaan Media .....	96
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....	97

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikir Peneliti .....	6
Gambar 1.2 Use and Gratifications Model .....	26
Gambar 2.1 Logo Metro TV .....	50
Gambar 2.2 Slamet Rahardjo Djarot .....	51
Gambar 2.3 Butet Kartaredjasa .....	57



## ABSTRAK

**Hanung Wibowo, D 1210033, MOTIVASI DAN PENGGUNAAN MEDIA**  
(Studi Korelasi Antara Motivasi dengan Penggunaan Media Menonton Program Acara Sentilan Sentilun di Metro TV Pada Kalangan Mahasiswa Komunikasi Non Reguler Angkatan 2010 dan 2011 FISIP Universitas Sebelas Maret Surakarta).

Bertolak dari perumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk mencapai tujuan sebagai berikut “Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang positif dan signifikan antara variabel motivasi (X) dengan variabel penggunaan media (Y) menonton program acara Sentilan Sentilun di Metro TV pada kalangan mahasiswa Komunikasi Non Reguler Angkatan 2010 dan 2011 FISIP Universitas Sebelas Maret Surakarta”.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Lokasi penelitian di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling sensus. Dalam penelitian sebanyak 63 mahasiswa yang digunakan sebagai sampel. Sumber data menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisis data menggunakan analisis korelasi tata jenjang Spearman dan untuk mengetahui hubungan dari variabel menggunakan rumus t test. Pengujian korelasi yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistik Product and Service Solution*) versi 16.

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan, hal ini ditandai dengan perbandingan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel dengan taraf signifikansi 95% dan nilai koefisien korelasi yang positif, yaitu hubungan antara variabel motivasi menonton dengan variabel penggunaan media adalah 5,934.



## ABSTRACT

Hanung Wibowo, D 1210033, **MOTIVATION AND USE MEDIA** (*Study of Correlation Between Motivation to Use Media Watch Program Events at Metro TV Sentilan Sentilun among Students In Non-Regular Forces Communications*).

*Expectancy value theory work Palmgreen Philp stated that the use of media is influenced by motivation or certain orientations. In other words there are orientation-specific orietasi that move when a person acts or behaves. In using public media driven by certain motives. Until eventually affect the way a person uses the media.*

*The method used was a survey method. Location of research in the Faculty of Social Sciences and Political Science, University of March Surakarta. Sampling technique using census sampling technique. In the study were 63 students are used as samples. Data sources using primary data and secondary data. Techniques of data collection using questionnaires and literature. Analysis using Spearman correlation analysis system level and to determine the relationship of the variables using the formula  $t$  test. Correlation test were performed using the SPSS (Statistical Product and Service Solutions) version 16.*

*Research results from respondents in watching programs on Metro TV Sentilun criticism about watching motivational variables are in the high category include information about resource needs, the need for pleasure and experience, tension release needs, entertainment needs, and the need to fill time spare. Media use variables that are in the high-frequency category.*

*The analysis showed that a significant relationship exists, it is characterized by the  $t$  value ratio greater than  $t$  table with a significance level of 95% and a positive correlation coefficient, ie the relationship between the variables of motivation to watch the media use variables is 5.934. The use of media is the amount of time spent in a variety of media content consumed and various relationships between individual consumers and the media content or media that is consumed by the media as a whole.*