

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V. 1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan dalam bab 4, maka dapat dilihat bahwa adanya hubungan yang kuat antara variabel *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Sought* (GO). Hasil perhitungan uji T menunjukkan bahwa variabel GS dan GO memiliki perbedaan kesenjangan kepuasan yang kecil.

Hasil statistik yang didapatkan dari penelitian ini adalah GO lebih besar daripada GS yang artinya terdapat kepuasan pada pengikut halaman *Facebook Running Man* Indonesia menonton *variety show Running Man*. Hal ini diukur melalui motif responden yang terpenuhi oleh kepuasan yang didapatkan melalui *variety show Running Man*.

Dari analisis kepuasan terlihat adanya ketidakpuasan indikator pengalihan dan indikator interaktivitas. Ketidakpuasan indikator pengalihan karena sebagian besar responden menonton *Running Man* karena sudah menjadi rutinitas, sehingga terlepas dari *rating* yang buruk serta kurang lucu, penonton akan tetap menonton *Running Man*. Ketidakpuasan indikator interaktivitas karena ketidaksesuaiannya *guest* (tamu) yang sudah diusulkan oleh penonton.

Indikator yang memiliki kesenjangan terbesar ialah kesenjangan kepuasan Identitas Personal, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan yang didapat melebihi ekspektasi penonton. Sedangkan indikator dengan kesenjangan terkecil ialah kesenjangan kepuasan pengawasan dimana kepuasan yang didapat hanya sesuai dengan ekspektasi penonton.

Dari hasil *crosstab* dapat dilihat profil responden yang terdiri dari usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, dan frekuensi menonton *variety show Running Man* (dalam sebulan terakhir saat kuesioner dibagikan) dihubungkan dengan kepuasan atas *variety show Running Man*. Dari hasil *crosstab* usia responden didominasi oleh usia 20-24 tahun. Dalam hasil *crosstab* jenis kelamin didominasi oleh perempuan, namun laki-laki cenderung lebih puas. Dalam hasil *crosstab* pendidikan terakhir didominasi oleh pendidikan terakhir S1. Dalam hasil *crosstab* frekuensi menonton didominasi oleh responden yang menonton *Running Man* sebanyak lebih dari 4 kali dalam sebulan terakhir. Secara keseluruhan maka dapat dilihat bahwa pada penelitian ini, pengikut halaman *Facebook Running Man* Indonesia didominasi oleh perempuan berusia 20-24 tahun dengan pendidikan terakhir S1 dan menonton *Running Man* lebih dari 4 kali dalam sebulan terakhir saat kuesioner dibagikan.

V. 2. Saran

V.2.1. Saran Akademis

Dalam penelitian ini, peneliti mencari kepuasan *variety show Running Man* secara keseluruhan, sehingga terdapat kemungkinan bahwa tidak semua motif dan kepuasan dari responden pengikut halaman *Facebook Running Man* Indonesia dapat digambarkan kedalam seluruh indikator dan pernyataan yang telah disebarakan oleh peneliti melalui kuesioner *online*. Peneliti juga berharap supaya penelitian ini akan disempurnakan dengan pendekatan kualitatif dengan *reception analysis* di periode selanjutnya.

V.2.2. Saran Praktis

Berdasarkan dari perhitungan kesenjangan antara GS dan GO maka dapat dilihat bahwa secara keseluruhan pengikut halaman *Facebook*

Running Man Indonesia mendapatkan kepuasan dalam *variety show* *Running Man* di mana hasil GS lebih kecil dari hasil GO. Namun karena kesenjangan GS dan GO sangat kecil maka pihak produksi diharapkan untuk bisa mempertimbangkan ide-ide dan permintaan dari penonton melalui *website official Running Man* supaya dapat melihat berbagai motif yang diinginkan oleh penonton.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Abidin, Yusuf Zainal. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi: Penelitian Kuantitatif; Teori dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Alyusi, Shiefti Dyah. (2016). *Media Sosial: Interaksi. Identitas Dan Modal Sosial*. Jakarta Pramedia Group.
- Juju, D., & Sulianta, F. (2010). *Hitam Dan Putih Facebook*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Latief, R., & Utud, Y. (2017). *Kreatif Siaran Televisi: Hard News, Soft News, Drama, Nondrama*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Morissan, (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: PT Ghalia Indonesia.
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Etnografi virtual: Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi Di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ngalimun. (2017). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Rakhmat, J., & Ibrahim, I. S. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi: Edisi Revisi Kedua*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sarwono, Sarlito W. (2015). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Seng, Ann Wan. (2006). *Rahasia Bisnis Orang Korea*. Jakarta: Noura Books.
- Silalahi, Ulber Alfonsius. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.

- (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2006). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. (2006). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA.
- Surbakti, EB. (2008). *Awas Tayangan Televisi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Tunstall, Jeremy. (1993). *Television Producers*. London: Routledge.
- Umar, H. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Grammedia Pustaka Utama.
- West, R., & Turner. L. H. (2010). *Pengantar Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Selemba Humanika.

Sumber E-Book:

- Sarwono, Jonathan (2012). *Metode Riset Online: Teori, Praktik, dan Pembuatan Aplikasi (Menggunakan HTML, PHP, dan CSS)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Sumber Jurnal:

- Herliani, Lia. (2015). "Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Anggota BUSAM (Bubuhan Samarinda)". *E-Journal Ilmu Komunikasi*. 3(4) : 212-224 1-7.
- Irwan. (2015). "Teori Belajar Aliran Behavioristik Serta Implikasinya Dalam Pembelajaran Improvisasi Jazz". *Jurnal PPKn & Hukum*. 10 (2). 95-117.
- Pertiwi, Sella Ayu. (2013). "Konformitas dan Fanatisme Pada Remaja Korean Wave". *eJurnal Psikologi*. 1. 157-166.
- Pramita, Yuli & Harto, Syafri. (2016). "Pengaruh Hallyu Terhadap Minat Masyarakat Indonesia Untuk Berwisata Ke Korea Selatan". *JOM FISIP*. 3 (2). 1-15.

- Utami, A. D. & Purnama, B. E. (2012). “Pemanfaatan Jejaring Sosial (FaceBook) Sebagai Media Bisnis Online (Studi Kasus Di Batik Solo 85)”. *Seruni FTI UNSA*. 1. 1-7.
- Yuwono, Eric (2013). “Kepuasan Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Program *Variety Show* “Dahsyat” Di RCTI”. *Journal E-Komunikasi*. 1. 1-11.
- Virginia, Amelia (2012). “Pergeseran Budaya Komunikasi pada Era Media Baru: Studi Kasus Penggunaan Facebook oleh *Digital Natives*”. *Journal Komunikasi Indonesia*. 1 (2). 77-85.

Sumber Website:

- Anonim (2016, 16 Desember). “Running Man officially announces show will shutdown”. Diakses pada tanggal 2 Maret 2017 pukul 11:30 WIB dari <http://www.koreaboo.com/news/running-man-officially-announces-show-will-shutdown/>
- Anonim (2017, 7 Januari). “Korea’s Top 3 Most Popular Variety Shows You Should Be Watching”. Diakses pada tanggal 17 April 2018 pukul 21:52 WIB dari <https://www.koreaboo.com/buzz/koreas-top-3-popular-variety-shows-watching/>.
- Anonim (2017, 23 Januari). “Running Man Is Officially Uncancelled”. Diakses pada tanggal 2 Maret 2017 pukul 11:33 WIB dari <http://www.koreaboo.com/news/running-man-officially-uncancelled/>.
- Armenia, Resty (2016, 26 Oktober). “Running Man: 'Surut di Korea. Sukses di Dunia’”. Diakses pada tanggal 2 Maret 2017 pukul 11:26 WIB dari <http://www.cnnindonesia.com/hiburan/20161026125757-220-168082/running-man-surut-di-korea-sukses-di-dunia/>.
- Khoiri, Agniya (2017, 3 Januari). “Running Man' Satu-satunya Seri TV Asia yang Populer di Dunia’”. Diakses pada tanggal 2 Maret 2017 pukul 10:47 WIB dari <http://www.cnnindonesia.com/hiburan/20170103142900-220-183774/running-man-satu-satunya-seri-tv-asia-yang-populer-di-dunia/>.

----- (2017, 11 April). “‘Running Man’ Terpuruk dalam Rating Terendah dalam sejarah”. Diakses pada tanggal 10 Maret 2018 pukul 10:03 WIB dari <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20170410193713-220-206430/running-man-terpuruk-dalam-rating-terendah-dalam-sejarah>.

Lim, J (2018, 7 Januari). “‘2 Days & 1 Night’ Enjoys Surge In Ratings As Cast Heads Overseas To Celebrate 10th Anniversary”. Diakses pada tanggal 10 Maret 2018 pukul 10:14 WIB dari <https://www.soompi.com/2018/01/07/2-days-1-night-enjoys-surge-ratings-cast-heads-overseas-celebrate-10th-anniversary/>.

Thesis

Gupta, Sudeshna Sen (2007). “*Uses and Gratifications of game show reality programs*” Diakses pada tanggal 21 September 2018 pukul 14.51 WIB dari https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjf8u61-9vdAhUJM48KHU4vBjMQFjAAegQIBxAB&url=http%3A%2F%2Fscholarworks.sjsu.edu%2Fcgi%2Fviewcontent.cgi%3Farticle%3D4371%26context%3Dtd_theses&usq=AOvVaw2farJSsAfK8h_YA9z_J50.

Skripsi

Massa, Zurrahmi Rilfani. (2015). *Kepuasan Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Program Musik Breakout Net*. Surabaya: Universitas Katolik Widya Mandayala Surabaya.

Simangunsong, Joanna Christin Natalia. (2018). *Kepuasan Penonton Surabaya Dalam Menonton Program WIB*. Surabaya: Universitas Katolik Widya Mandayala Surabaya.