

**KEPUASAN MASYARAKAT SURABAYA DALAM
MENONTON PROGRAM *TALKSHOW* INDONESIA LAWYER
CLUB TV ONE PADA MEDIA TELEVISI DAN *YOUTUBE***

SKRIPSI



Oleh :

LOURENSIUS NINDRA PRATAMA ISWARA

NIM : 1423017096

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020**

SKRIPSI

**KEPUASAN MASYARAKAT SURABAYA DALAM
MENONTON PROGRAM *TALKSHOW* INDONESIA LAWYER
CLUB TV ONE PADA MEDIA TELEVISI DAN *YOUTUBE***

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya



Oleh :

LOURENSIUS NINDRA PRATAMA ISWARA

NIM : 1423017096

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2020

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Lourensius Nindra Pratama Iswara

NRP 1423017096

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam proposal skripsi berjudul :

“Kepuasan Masyarakat Surabaya dalam Menonton Program *Talkshow* Indonesia Lawyer Club Tv One pada Media Televisi dan *Youtube*” Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan dari pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar ke sarjanaannya saya dicabut.

Surabaya, 16 Desember 2020

Penulis



Lourensius Nindra Pratama Iswara
NRP. 1423017096

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**Kepuasan Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Program *Talkshow*
Indonesia Lawyer Club TV One Pada Media Televisi Dan *Youtube***

Oleh :

Lourensius Nindra Pratama Iswara

NRP : 1423017096

Skripsi Ini Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing Penulisan Skripsi Untuk
Diajukan Ke Tim Penguji Skripsi.

Pembimbing I : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si. (..........)

NIDN. 0630077303

Pembimbing II : Agatha Winda Setyarinata, S.I.Kom., MA. (..........)

NIDN. 0717049102

Surabaya, 16 Desember 2020

LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Lourensius Nindra Pratama Iswara

NRP : 1423017096

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : Kepuasan Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Program *Talkshow* Indonesia Lawyer Club TV One Pada Media Televisi Dan *Youtube*

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 Januari 2019 Yang Menyatakan,



Lourensius Nindra Pratama Iswara

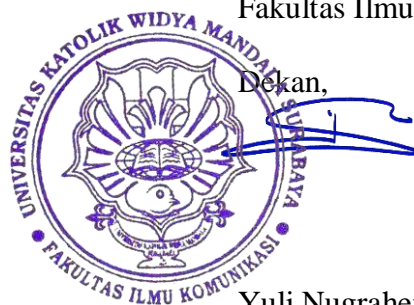
HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI INI TELAH DIPERTAHANKAN DIHADAPAN
DEWAN PENGUJI SKRIPSI FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
DAN DITERIMA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI
PERSYARATAN MEMPEROLEH GELAR SARJANA ILMU
KOMUNIKASI PADA : JANUARI 2020

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan,



Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.

NIK. 142.09.0647

Dewan Penguji :

1. Ketua : Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si. 
NIDN. 0726126602
2. Sekretaris : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si. 
NIDN. 0630077303
3. Anggota : Brigitta Revia S.F., S.Ikom., M.Med.Kom. 
NIDN. 0715108903
4. Anggota : Agatha Winda Setyarinata, S.I.Kom., MA. 
NIDN. 0717049102

HALAMAN PERSEMBAHAN

Atas berkat dan rahmat syukur yang telah dilimpahkan oleh Tuhan Yang Maha Esa, Penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi dengan baik dan lancar. Semua usaha dan doa yang telah dilakukan akan berhasil dicapai jika kita berpikir positif dengan apa yang kita ingin raih dan capai selama ini.

Setiap langkah yang sudah kita lalui selama ini akan berguna dan bermakna jika kita selalu bersyukur atas apa yang telah kita capai. Terima kasih atas kehidupan, nyawa, sukma yang telah diberikan Tuhan Yang Maha Esa. Bahwasanya semua menjadi terencana dan terselesaikan sebab apa yang saya kerjakan harus digenapi.

“Sebelum apapun, persiapan adalah kunci menuju kesuksesan.” -

Alexander Graham Bell

Surabaya, 16 Desember 2020

Penulis,



Lourensius Nindra Pratama Iswara

KATA PENGANTAR

Terima kasih atas karunia dan berkat yang sudah dilimpahkan Tuhan Yang Maha Esa, penulis dapat dengan baik dan lancar menyelesaikan penulisan skripsi sebagai bentuk tanggung jawab dan syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Terselesaikannya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak. Adapun bantuan berupa bimbingan akademis dan dukungan dari pihak pelaksana kerja praktik. Sehingga pengerjaan penulisan proposal skripsi berjalan dengan lancar dan dapat dimudahkan dalam berbagai aspek. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih pada pihak-pihak yang telah membantu penyelesaian penulisan proposal skripsi, diantaranya :

1. Josep Nanang Banu Isworo, Maria Magdalena Budi Setyowati, S.Pd. Fransisca Dea Ayu Zagita selaku keluarga, ayah, ibu, adik yang selalu mendukung saya pada setiap langkah untuk menyelesaikan penulisan proposal skripsi.
2. Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I dalam pengerjaan dan penyelesaian penulisan proposal skripsi ini.
3. Agatha Winda Setyarinata, S.I.Kom., MA selaku Dosen II dalam pengerjaan dan penyelesaian penulisan proposal skripsi ini.
4. Irene Christianti, Pratama Roy Hans, Reza Putri, dan Nathania

Joscelind sebagai sahabat yang selalu mendukung saya dalam

penyelesaian dan pengerjaan penulisan proposal skripsi.

5. Monica Tri Maharani.W.K, Monica Yohana Putri W.K, Bobby Setiawan W.K sebagai saudara yang selalu mendengarkan keluhan kesah dalam permasalahan sehari-hari dan menjadi orang yang selalu ada dalam memberikan semangat.

Surabaya, 16 Desember 2020

Penulis,

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Lourensius Nindra Pratama Iswara', written in a cursive style.

Lourensius Nindra Pratama Iswara

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
ABSTRAK	xxi
<i>ABSTRACT</i>	xxii
BAB I PENDAHULUAN	
I.1. Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Rumusan Masalah	14
I.3. Tujuan Penelitian.....	14
I.4. Batasan Masalah.....	15
I.4.1. Objek Penelitian	15
I.4.2. Subjek Penelitian	15
I.4.3. Survei Penelitian	15
I.5. Manfaat Penelitian	16
I.5.1. Manfaat Akademis.....	16
I.5.2. Manfaat Praktis.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
II.1. Penelitian Terdahulu dan Jurnal.....	17
II.2. Kerangka Teori	18
II.2.1. Teori <i>Uses and Gratifications</i>	18
II.2.2. <i>Gratifications Sought and Gratifications Obtained</i> 21	
II.2.3. Media Uses (Penggunaan Media)	22
II.2.4. Indikator Kepuasan Televisi.....	23

II.2.5. Indikator Kepuasan Youtube	26
II.2.6. Youtube dan Konten Youtube	27
II.2.7. Televisi dan Jenis Format Program.....	28
II.2.8. Program <i>Talkshow</i>	30
II.2.9. Penonton.....	30
II.3. Nisbah Antar Konsep	32
II.4. Bagan Kerangka Konseptual	33
BAB III METODE PENELITIAN	
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34
III.2. Metode	35
III.3. Identifikasi Variabel Penelitian	36
III.4. Definisi Konseptual.....	36
III.4.1 <i>Gratification Sought (GS)</i>	36
III.4.2. <i>Gratification Obtaine (GO)</i>	36
III.5. Definisi Operasional	37
III.5.1. Kepuasan yang dicari	37
III.5.2. Kepuasan yang di Dapat	41
III.5.3. Kepuasan yang di cari (Media Youtube).....	44
III.5.4. Kepuasan yang di Peroleh (Media Youtube).....	48
III.6. Populasi dan Sampel.....	53
III.7. Teknik Penarikan Sampel	54
III.8. Teknik Pengumpulan Data.....	56
III.9. Teknik Validitas dan Realibilitas	56
III.9.1. Uji Validitas	56
III.9.2. Uji Reliabilitas.....	57
III.10. Teknik Analisis Data	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian	60
IV.1.1. Gambaran Masyarakat Surabaya.....	60
IV.1.2. Gambaran Televisi <i>Talkshow</i> Indonesia Lawyer Club	61
IV.1.3. Gambaran Youtube <i>Talkshow</i> Indonesia Lawyer Club	62
IV.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	63
IV.2.1. Uji Validitas	63

IV.2.2. Uji Reliabilitas.....	67
IV.3. Hasil Penelitian.....	68
IV.3.1. Deskripsi Identitas Responden	68
IV.3.1.1. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Domisili.....	69
IV.3.1.2. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
IV.3.1.3. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Usia	70
IV.3.1.4. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	71
IV.3.2. Deskripsi Responden Mengenai Pertanyaan Seputar Program <i>Talkshow</i> Indonesia Lawyer Club.....	72
IV.4. Pembahasan.....	74
IV.4.1. Kepuasan dan Skala Interval	74
IV.4.1.1. Kepuasan <i>Gratification Sought Pass Time</i> / Waktu Luang	75
IV.4.1.2. Kepuasan <i>Entertainment</i> /hiburan.....	77
IV.4.1.3. Kepuasan <i>Information</i> /Informasi	78
IV.4.1.4. Kepuasan <i>Escape</i> /menghindari kegiatan	80
IV.4.1.5. Kepuasan <i>Relaxation</i> /Relaksasi	81
IV.4.1.6. Kepuasan GS <i>Status-Enhancement</i> / Peningkatan Status.....	82
IV.4.21. Kepuasan GS Youtube Interaksi Sosial/ <i>Social</i> <i>Interaction</i>	84
IV.4.22. Kepuasan GS Youtube Pencari Informasi/ <i>Information Seeking</i>	86
IV.4.23. Kepuasan GS Youtube Waktu Luang/ <i>Pass Time</i>	87
IV.4.24. Kepuasan GS Youtube Hiburan/ <i>Entertainment</i>	88
IV.4.25. Kepuasan GS Youtube Relaksasi/ <i>Relaxation</i>	90
IV.4.26. Kepuasan GS Youtube Utilitas Komunikatif/ <i>Communicatory Utility</i>	91

IV427.	Kepuasan GS Youtube Utilitas Kenyamanan/ <i>Convenience Utility</i>	92
IV431.	Kepuasan <i>Gratification Obtained Pass Time/Waktu Luang</i>	93
IV432.	Kepuasan <i>Entertainment</i> /hiburan.....	95
IV433.	Kepuasan <i>Information</i> /Informasi	96
IV434.	Kepuasan <i>Escape</i> /menghindari kegiatan	97
IV435.	Kepuasan <i>Relaxation</i> /Relaksasi	98
IV436.	Kepuasan GS <i>Status-Enhancement/ Peningkatan Status</i>	99
IV441.	Kepuasan GO Youtube Interaksi Sosial/ <i>Social Interaction</i>	101
IV442.	Kepuasan GO Youtube Pencari Informasi/ <i>Information Seeking</i>	102
IV443.	Kepuasan GO Youtube Waktu Luang/ <i>Pass Time</i>	103
IV444.	Kepuasan GO Youtube Hiburan/ <i>Entertainment</i>	104
IV445.	Kepuasan GO Youtube Relaksasi/ <i>Relaxation</i>	105
IV446.	Kepuasan GO Youtube Utilitas Komunikatif/ <i>Communicatory Utility</i>	106
IV447.	Kepuasan GO Youtube Utilitas Kenyamanan/ <i>Convenience Utility</i>	107
IV.5.	Pembahasan	108
IV.5.1.	<i>T Test</i> (Uji Test) <i>Gratification Sought</i> (GS) Televisi dan <i>Gratification Obtained</i> (GO) Televisi	108
IV.5.2.	<i>T Test</i> (Uji Test) <i>Gratification Sought</i> (GS) Youtube dan <i>Gratification Obtained</i> (GO) Youtube	109
IV.5.3.	Analisis Deskriptif Variabel <i>Gratification Sought</i> (GS) dan <i>Gratification Obtained</i> (GO) Televisi	109
IV.5.4.	Analisis Deskriptif Variabel <i>Gratification Sought</i> (GS) dan <i>Gratification Obtained</i> (GO) Youtube	111
IV.5.5.	Tabel Rangkuman Hasil.....	113
IV.5.5.1.	Tabel Rangkuman Hasil GS GO Televisi.....	113

IV.5.5.2. Tabel Rangkuman Hasil GS GO Youtube.....	114
IV.5.6. Analisis Tabulasi Silang (Crosstabs).....	115
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
V.1. Kesimpulan	138
V.2. Saran	139
V.2.1. Saran Akademis	140
V.2.2. Saran Praktis	140
DAFTAR PUSTAKA	141
LAMPIRAN	144

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Konsumsi Media Oleh Masyarakat Indonesia (2019) Tingkat Penggunaan Media Televisi Di Indonesia.....	6
Tabel 1.2	Program <i>Talkshow</i> Indonesia Aktif pada tahun 2020.....	8
Tabel 1.3	Data Mengenai 10 Program Televisi Berkualitas.....	10
Tabel 1.4	Data Mengenai <i>Index</i> Program <i>Talkshow</i> Indonesia Lawyer Club	12
Tabel 1.5	Data mengenai Jumlah Penonton ILC di 12 Kota (Indonesia Lawyer Club) 2020	13
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu dan Jurnal.....	17
Tabel IV.1	Hasil Pengujian Validitas <i>Gratification Sought</i> (GS) Televisi	63
Tabel IV.2	Hasil Pengujian Validitas <i>Gratification Obtained</i> (GO) Televisi	64
Tabel IV.3	Hasil Pengujian Validitas <i>Gratification Sought</i> (GS) Youtube	65
Tabel IV.4	Hasil Pengujian Validitas <i>Gratification Obtained</i> (GO) Youtube	66
Tabel IV.5	Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Gratification Sought</i> (GS) Televisi	67
Tabel IV.6	Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Gratification Obtained</i> (GO) Televisi	67
Tabel IV.7	Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Gratification Sought</i> (GS) Youtube	68
Tabel IV.8	Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Gratification Obtained</i> (GO) Youtube	68
Tabel IV.9	Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Domisili	69
Tabel IV.10	Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel IV.11	Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	70
Tabel IV.12	Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	71
Tabel IV.13	Apakah Anda Mengetahui Adanya Program <i>Talkshow</i> Indonesia Lawyer Club?.....	71
Tabel IV.14	Apakah Anda Pernah Menonton Program <i>Talkshow</i> Indonesia Lawyer Club?.....	72
Tabel IV.15	Terakhir Anda Menonton Program <i>Talkshow</i> Indonesia Lawyer Club?.....	72
Tabel IV.16	Berapa Kali Anda Menonton Program <i>Talkshow</i> Indonesia Lawyer Club?.....	73
Tabel IV.17	Kepuasan <i>Pass Time</i>	75
Tabel IV.18	Kepuasan <i>Entertainment</i> /hiburan.....	77

Tabel IV.19	Kepuasan <i>Information/Informasi</i>	78
Tabel IV.20	Kepuasan <i>Escape/menghindari kegiatan</i>	80
Tabel IV.21	Kepuasan <i>Relaxation/Relaksasi</i>	81
Tabel IV.22	Kepuasan <i>Status-Enhancement/Peningkatan</i>	82
Tabel IV.23	Kepuasan Interaksi Sosial/ <i>Social Interactio</i>	84
Tabel IV.24	Kepuasan Pencari Informasi/ <i>Information Seeking</i>	86
Tabel IV.25	Kepuasan Waktu Luang/ <i>Pass Time</i>	87
Tabel IV.26	Kepuasan Hiburan/ <i>Entertainment</i>	88
Tabel IV.27	Kepuasan Relaksasi/ <i>Relaxation</i>	90
Tabel IV.28	Kepuasan Utilitas Komunikatif/ <i>Communicatory Utility</i>	91
Tabel IV.29	Kepuasan Utilitas Kenyamanan/ <i>Convenience Utility</i>	92
Tabel IV.30	Kepuasan <i>Pass Time</i>	93
Tabel IV.31	Kepuasan <i>Entertainment/hiburan</i>	95
Tabel IV.32	Kepuasan <i>Information/Informasi</i>	96
Tabel IV.33	Kepuasan <i>Escape/menghindari kegiatan</i>	97
Tabel IV.34	Kepuasan <i>Relaxation/Relaksasi</i>	98
Tabel IV.35	Kepuasan <i>Status-Enhancement/Peningkatan Status</i>	99
Tabel IV.36	Kepuasan Interaksi Sosial/ <i>Social Interaction</i>	101
Tabel IV.37	Kepuasan Pencari Informasi/ <i>Information Seeking</i>	102
Tabel IV.38	Kepuasan Waktu Luang/ <i>Pass Time</i>	103
Tabel IV.39	Kepuasan Hiburan/ <i>Entertainment</i>	104
Tabel IV.40	Kepuasan Relaksasi/ <i>Relaxation</i>	105
Tabel IV.41	Kepuasan Utilitas Komunikatif/ <i>Communicatory Utility</i>	106
Tabel IV.42	Kepuasan Utilitas Kenyamanan/ <i>Convenience Utility</i>	107
Tabel IV.43	<i>Paired Sample Test</i> atau Uji T	108
Tabel IV.44	<i>Paired sample test</i> atau Uji T.....	109
Tabel IV.45	Perbandingan <i>mean</i> GS dan GO Televisi	110
Tabel IV.46	Perbandingan <i>mean</i> GS dan GO Youtube	111
Tabel IV.47	Rangkuman Hasil GS GO Televisi	113
Tabel IV.48	Rangkuman Hasil GS GO Youtube.....	114
Tabel IV.49	Tabulasi Silang Domisili dengan Kepuasan <i>Information</i> GS Televisi	115
Tabel IV.50	Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Kepuasan <i>Information</i> GS Televisi	116
Tabel IV.51	Tabulasi Silang Usia dengan Kepuasan <i>Information</i> GS Televisi	117
Tabel IV.52	Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir dengan Kepuasan <i>Information</i> GS Televisi	118
Tabel IV.53	Tabulasi Silang Domisili dengan Kepuasan <i>Convenience</i> <i>Utility</i> GS Youtube.....	119
Tabel IV.54	Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Kepuasan <i>Convenience Utility</i> GS Youtube.....	119
Tabel IV.55	Tabulasi Silang Usia dengan Kepuasan <i>Convenience Utility</i>	

	GS Youtube	120
Tabel IV.56	Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir dengan Kepuasan <i>Convenience Utility</i> GS Youtube.....	121
Tabel IV.57	Tabulasi Silang Domisili dengan Kepuasan <i>Status- Enhancement</i> GO Televisi	122
Tabel IV.58	Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan <i>Status- Enhancement</i> GO Televisi	123
Tabel IV.59	Tabulasi Silang Usia dengan kepuasan <i>Status- Enhancement</i> GO Televisi	124
Tabel IV.60	Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir dengan Kepuasan <i>Status-Enhancement</i> GO Televisi	125
Tabel IV.61	Tabulasi Silang Domisili dengan Kepuasan <i>Information Seeking</i> GO Youtube.....	126
Tabel IV.62	Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Kepuasan <i>Information Seeking</i> GO Youtube.....	127
Tabel IV.63	Tabulasi Silang Usia dengan Kepuasan <i>Information Seeking</i> GO Youtube.....	128
Tabel IV.64	Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir dengan Kepuasan <i>Information Seeking</i> GO Youtube.....	129
Tabel IV.65	Tabulasi Silang Terakhir menonton program talkshow Indonesia Lawyer Club? dengan Kepuasan <i>Information</i> GS Televisi	130
Tabel IV.66	Tabulasi Silang Berapa Kali Anda menonton program talkshow Indonesia Lawyer Club?dengan Kepuasan <i>Information</i> GS Televisi	131
Tabel IV.67	Tabulasi Silang Terakhir menonton program talkshow Indonesia Lawyer Club? dengan Kepuasan <i>Convenience Utility</i> GS Youtube.....	132
Tabel IV.68	Tabulasi Silang Berapa Kali Anda menonton program talkshow Indonesia Lawyer Club?dengan Kepuasan <i>Convenience Utility</i> GS Youtube.....	133
Tabel IV.69	Tabulasi Silang Terakhir menonton program talkshow Indonesia Lawyer Club? dengan Kepuasan <i>Status- Enhancement</i> GO Televisi	134
Tabel IV.70	Tabulasi Silang Berapa Kali Anda menonton program talkshow Indonesia Lawyer Club?dengan Kepuasan <i>Status- Enhancement</i> GO Televisi	135
Tabel IV.71	Tabulasi Silang Terakhir menonton program talkshow Indonesia Lawyer Club? dengan Kepuasan <i>Information Seeking</i> GO Youtube.....	136
Tabel IV.72	Tabulasi Silang Berapa Kali Anda menonton program talkshow Indonesia Lawyer Club?dengan Kepuasan <i>Information Seeking</i> GO Youtube.....	137

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Berita KPI Menghentikan Tayangan ILC Karena Dianggap Kontroversial	9
Gambar IV.1	Program <i>Talkshow</i> Indonesia Lawyer Club TV ONE	61
Gambar IV.2	Channel Youtube Indonesia Lawyer Club.....	62
Gambar IV.3	Penonton memberikan komen pada kolom komentar	85
Gambar IV.4	Konten Video di Youtube Indonesia Lawyer Club	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Untuk Media Televisi (Usia 30-55)	144
Lampiran 2	Kuisisioner Untuk Media <i>Youtube</i> (Usia 30-55).....	148
Lampiran 3	Uji Validitas dan Reliabilitas Data Spss <i>Gratification Sought</i> Televisi.....	151
Lampiran 4	Uji Validitas dan Reliabilitas Data Spss <i>Gratification Obtained</i> Televisi.....	152
Lampiran 5	Uji Validitas dan Reliabilitas Data Spss <i>Gratification Sought</i> Youtube.....	153
Lampiran 6	Uji Validitas dan Reliabilitas Data Spss <i>Gratification Obtained</i> Youtube	154
Lampiran 7	Tabulasi Silang <i>Information</i> GS Televisi	155
Lampiran 8	Tabulasi Silang <i>Convenience Utility</i> GS Youtube	157
Lampiran 9	Tabulasi Silang Status <i>Enhacement</i> GO Televisi.....	159
Lampiran 10	Tabulasi Silang Motif <i>Information Seeking</i> GO Youtube	160
Lampiran 11	Analisis Data Uji T Test GS Televisi dan GO Televisi	162
Lampiran 12	Analisis Data Uji T Test GS Youtube dan GO Youtube	162

ABSTRAK

Lourensius Nindra Pratama Iswara, NRP. 1423017096. Kepuasan Masyarakat Surabaya dalam Menonton Program *Talkshow* Indonesia Lawyer Club TVONE pada Media Televisi dan Youtube.

Teori Uses and Gratification adalah model dimana pengguna media dapat memainkan peran aktif dalam memilih serta menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media lebih aktif dalam memilih mana media yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhannya. Penelitian ini dilkakukan untuk mengetahui kepuasan penonton Surabaya dalam menonton program *talkshow* Indonesia Lawyer Club TVONE pada media televisi dan youtube. Peneliti menggunakan indikator kepuasan televisi dari Conway dan Rubin, yaitu waktu luang, hiburan, informasi, tempat pelarian, relaksasi, dan peningkatan status. Pada media youtube menggunakan indikator kepuasan youtube dari Anita Whiting dan David Williams, yaitu Interaksi sosial, pencari informasi, waktu luang, hiburan, relaksasi, utilitas komunikator, tuntas kenyamanan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuisisioner sebagai alat untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini dan dibagikan kepada 100 responden di Surabaya ang menonton program Indonesia Lawyer Club pada dua media berbeda. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Hasil yang diperoleh bahwa kepuasan yang dicari dan kepuasan yang didapat paling tertinggi terhadap penonton Surabaya dalam menonton program Indonesia Lawyer Club TVONE pada media televisi adalah Kepuasan informasi dan peningkatan status. Kemudian kepuasan yang dicari dan kepuasan yang didapat paling tertinggi terhadap penonton Surabaya dalam menonton aun *channel* youtube program Indonesia Lawyer Club TVONE pada media youtube adalah kepuasan pencari informasi dan utilitas kenyamanan.

Kata Kunci: Kepuasan, Televisi, Youtube, Indonesia Lawyer Club, TVONE

ABSTRACT

Lourensius Nindra Pratama Iswara, NRP. 1423017096. Surabaya Community Satisfaction in Watching Talkshow Program Indonesia Lawyer Club TVONE on Television and Youtube Media.

Uses and Gratification theory is a model in which media users can play an active role in selecting and using the media. In other words, media users are more active in choosing which media is better for meeting their needs. This research was conducted to determine the satisfaction of the Surabaya audience in watching the TVONE Indonesia Lawyer Club talk show program on television and youtube media. Researchers used television satisfaction indicators from Conway and Rubin, namely leisure, entertainment, information, places to escape, relaxation, and increased status. YouTube media uses indicators of YouTube satisfaction from Anita Whiting and David Williams, namely social interaction, information seekers, leisure time, entertainment, relaxation, communicator utility, genuine comfort. In this research, The researcher used a questionnaire as a tool to collect data in this study and distributed it to 100 respondents in Surabaya who watched the Indonesia Lawyer Club program on two different media. This research uses a quantitative approach with descriptive research type. The results obtained show that the satisfaction sought and the highest satisfaction obtained for Surabaya viewers in watching the TVONE Indonesia Lawyer Club program on television media are information satisfaction and status improvement. Then the satisfaction that is sought and the highest satisfaction obtained for Surabaya viewers in watching aun channel youtube program Indonesia Lawyer Club TVONE on youtube media is the satisfaction of information seekers and convenience utilities.

Keywords: Satisfaction, Television, Youtube, Indonesia Lawyer Club, TVONE