

**KEPUASAN PENONTON SURABAYA DALAM MENONTON
TAYANGAN MATA NAJWA DI TELEVISI DAN *YOUTUBE*
SKRIPSI**



Disusun Oleh
Alifia Aulia Maharani
NRP (1423017173)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2021**

SKIRIPSI
KEPUASAN PENONTON SURABAYA DALAM MENONTON
TAYANGAN MATA NAJWA DI TELEVISI DAN *YOUTUBE*
Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik
Widya Mandala Surabaya



Disusun Oleh
Alifia Aulia Maharani
NRP (1423017173)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2021

SURAT PENYATAAN ORIGINAL

Dengan ini, saya

Nama : Alifia Aulia Maharani

NRP :1423017173

Menyatakan apa yang saya tulis dalam skripsi yang berjudul

**KEPUASAN PENONTON SURABAYA DALAM MENONTON TAYANGAN
MATA NAJWA DI TELEVISI DAN YOUTUBE**

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya.

Apabila kemudian hari ditemukan plagiarisme maka saya rela gelar keserjanan saya dicabut.

Surabaya, 8 Juni 2021

Penulis



Alifia Aulia Maharani

NRP.142301717

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

KEPUASAAN PENONTON SURABAYA DALAM MENONTON

TAYANGAN MATA NAJWA DI TELEVISI DAN YOUTUBE

Oleh :

Alifia Aulia Maharani

NRP. 14230171173

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji proposal skripsi.

Pembimbing I : Yuli Nurgaheni S.Sos., M.Si.

()

NIDN. 0630077303

Pembimbing II : Theresia Intan P.H., S.Sos., M.I.Kom.

()

NIDN. 0725058704.

Surabaya, 8 Juni 2021

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 : 29 November 2020

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,





Dekan,



Brigitta R.S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom

NIDN. 0715108903

Dewan Penguji:

1. Ketua : Dr. Drs. Nanang Krisdinanto, M.Si. ()
NIDN. 0726126602
2. Sekretaris : Theresia Intan P.H., S.Sos., M.I.Kom. ()
NIDN. 0725058704
3. Anggota : Akhsaniyah, S.sos., M.Med.Kom. ()
NIDN. 0702087602
4. Anggota : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si ()
NIDN. 0630077303

SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Nama : Alifia Aulia Maharani

NRP : 1423017173

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Tahun Lulus : 2021

Dengan ini **SETUJU / TIDAK SETUJU** Skripsi/ Karya Ilmiah saya, dengan judul

**KEPUASAN PENONTON SURABAYA DALAM MENONTON
TAYANGAN MATA NAJWA DI TELEVISI DAN YOUTUBE**

Untuk dipublikasikan / di tampilkan di internet atau media lain (digital library perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta yang berlaku

Demikian surat pernyataan **SETUJU / TIDAK SETUJU** publikasi Karya Ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 8 Juni 2021

Yang membuat pernyataan



Alifia Aulia Maharani

NRP. 14230171

HALAMAN PERSEMBAHAN

Usaha selama 4 Tahun akan terbayar . Berjuanglah ketika anda mampu dan jangan menyerah sebelum mendapatkannya. Terwujudnya skripsi adalah kerja keras dan campur tangan Allah SWT. Keberhasilan ini penulis persembahkan kepada Allah SWT Yang selalu memberkati penulis, serta Ibuk, Ayah, Icha, dan yang selalu mendukung. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihakn yang membantu tanpa disebutkan namanya.

Surabaya, 8 Juni 2021

Alifia Aulia Maharani

KATA PENGANTAR

Terima kasih atas segala berkat yang diberikan oleh Tuhan Yang Maha Esa atas kelancaran dan penyelesaian tugas akhir yaitu skripsi. Penulisan skripsi untuk menjadi suatu bentuk tanggung jawab dan syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Terampungkannya skripsi ini tidak lepas juga dari bantuan banyak pihak. Adapaun bantuan berupa bimbingan akademis dan dukungan dari pihak pelaksana. Sehingga pengerjaan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar dan dapat dimudahkan dalam segala aspek. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih pada pihak-pihak tersebut yang di antaranya:

1. Kedua orang tua penulis Elfiana dan Sutrisno yang selalu menjadi alasan peneliti untuk segera menyelesaikan pendidikan jenjang strata satu ini serta berkat restu kedua orang tua peneliti pula, Allah SWT melancarkan segala kendala yang ada di hadapan peneliti. Terimakasih juga peneliti sampaikan untuk Aisyah, yang selalu men-support peneliti dengan berbagai asupan yang bergizi. Sehingga dalam mengerjakan skripsi ini penulis tidak merasa bosan dan lelah..
2. Ibu Yuli Nugraheni, S.Sos.,M.Si Dosen Pembimbing I dalam penulisan dan progress skripsi ini. selaku pembimbing I dalam kelas riset yang mengantarkan peneliti hingga pintu gerbang skripsi ini jadi. Terimakasih atas banyak waktu yang telah diluangkan kepada peneliti, sejak awal pencarian fenomena, literatur, hingga penulis sangat yakin untuk melanjutkan penelitian ini sampai ke jenjang skripsi

3. Ibu Theresia Intan P.H,S.Sos.,M.I.Kom, selaku pembimbing II. Terima kasih banyak atas pengalaman yang telah di berikan serta banyak literatur yang di berikan. dalam penulisan dan progress skripsi.
4. Serta teman dekat penulis yang ada di Fikomers yaitu Nathania, yang telah banyak membantu peneliti baik menjadi motivator maupun relawan terhadap penelitian ini.
5. Serta teman baik peneliti yaitu Alviano, yang telah banyak membatu peneliti dalam menulis skripsi ini, serta memberikan dukungan setiap hari.

Demikian peneliti mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya atas dukungan dari semua pihak yang terkait, mohon maaf jika ada yang tak disebutkan. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri sendiri maupun pembacanya.

Surabaya, 8 Juni 2021

Alifia Aulia

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM.....	i
HALAMAN SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	14
I.3 Tujuan Penelitian.....	14
I.4 Batasan Masalah.....	15
I.4.1 Subyek Penelitian.....	15
I.4.2 Obyek penelitian.....	15
I.5 Manfaat Penelitian.....	15
I.5.1 Manfaat Praktis.....	15
I.5.2 Manfaat Praktis.....	15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
II.2 Kerangka Teori	19
II.2.1 Uses and Gratifications	19
II.2.2 Media Uses (Pengunaan Media)	22
II.2.3 Gratification Sought dan Gratification Obtained	24
II.3 Kepuasan penggunaan media Televisi	25
II.4 Kepuasan Penggunaan Media Sosial YouTube	27
II.5 Media Televisi dan Jenis Program Televisi	30
II.6 New Media (YouTube	33
II.7 Program Talkshow (Mata Najwa	34
II.8 Penonton	37
II.9 Nisbah AntarKonsep	38
II.10 Bagan Teori	39
BAB III METODE PENELITIAN	42
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	42
III.2 Metode Penelitian	42
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian	43
III.4 Definisi Konseptual	43
III.4.1 Kepuasan.....	43
III.4.2 Gratification Sought	44
III.4.3 Gratification Obtained (GO)	44

III.5	Definisi Oprasional	45
III.5.1	Gratification Sought (Kepuasan yang dicari) di Televisi	45
III.5.2	Gratification Obtained (Kepuasan yang didapat) di Televisi.....	48
III.5.3	Gratification Sought (Kepuasan yang dicari) di YouTube	51
III.5.4	Gratification Obtained (Kepuasan yang didapatkan) di YouTube.....	53
III.6	Populasi dan Sampel	55
III.6.1	Populas	55
III.6.2	Sampel.....	57
III.6.3	Teknik Penarikan Sampel	59
III.7	Teknik Pengumpulan Data	60
III.8	Teknik Validitas dan Reliabilitas	61
III.8.1	Teknik Validitas	61
III.8.2	Teknik Reliabilitas	62
III.9	Teknik Analisis Data	63
III.9.1	Korelasi GS terhadap GO	65
III.9.2	Uji T-Test.....	65
III.9.3	Analisis Statistik Deskriptif	66

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
IV.1	Gambaran Subjek Penelitian	69
IV.1.1	Program Mata Najwa	69
IV.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	74
IV.2.1	Uji Validitas	74
IV.2.2	Uji Reliabilitas	77
IV.3	Hasil Penelitian	78
IV.3.1	Deskripsi Identitas Responden	78
IV.3.1.1	Deskripsi Identitas Responden berdasarkan Domisili	78
IV.3.1.2	Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Usia	79
IV.3.1.3	Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
IV.3.1.4	Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	81
IV.3.1.5	Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton	81
IV.3.2	Kepuasan dan Skala Interval.....	84
IV.3.3	Deskripsi Variabel Penelitian Gratification Sought (GS)	
	Televisi	85
IV.3.3.1	Pass Time.....	85
IV.3.3.2	Entertainment	87

IV.3.3.3	Information.....	90
IV.3.3.4	Escape	92
IV.3.3.5	Relaxation	94
IV.3.3.6	Status-Enhancement	96
IV.3.4	Deskripsi Variabel Penelitian Gratification Sought (GS)	
	Youtube	98
IV.3.4.1	Pass Time.....	99
IV.3.4.2	Entertainment	102
IV.3.4.3	Information.....	106
IV.3.4.4	Escape	109
IV.3.4.5	Relaxation	111
IV.3.4.6	Status-Enhancement	114
IV.3.5	Deskripsi Indikator Gratification Obtained (GO)	
	Televisi	117
IV.3.5.1	Pass Time	118
IV.3.5.2	Entertainment	120
IV.3.5.4	Escape.....	126
IV.3.6	Deskripsi Indikator Gratification Obtained (GO)	
	Youtube	134
IV.3.6.1	Pass Time	135
IV.3.6.3	Information	141
IV.3.6.4	Escape.....	144

IV.3.6.5	Relaxation.....	147
IV.3.6.6	Status-Enhancement	149
IV.3.7	Uji Perbedaan (T-Test	152
IV.3.8	Analisis Deskriptif Variabel (GS) dan (GO)	
	Televisi	154
IV.3.9	Analisis Deskriptif Variabel (GS) dan (GO) Youtube	155
IV.3.9.1	Tabulasi Silang GSGO Televisi	158
IV.3.9.2	Tabulasi Silang Youtube	161
IV.3.10	Korelasi GS dan GO	165
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		168
V.1	Kesimpulan	168
V.2	Saran	170
V.2.1	Saran Akademis	170
V.2.2	Saran Praktis	170

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Program- program Talkshow yang masih aktif di tahun 2020	6
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	15
Tabel II.1	Model <i>Uses and Gratifications</i>	19
Tabel IV.1	Hasil pengujian validasi motif televisi	75
Tabel IV.2	Hasil pengujian validasi motif youtube 7.....	6
Tabel IV.3	Reliabilitas Televisi	77
Tabel IV.4	Reliabilitas Youtube	77
Tabel IV.5	Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Domisili	79
Tabel IV.6	Deskripsi responden berdasarkan Usia	80
Tabel IV.7	Deskripsi Identitas berdasarkan Jenis kelamin	81
Tabel IV.8	Deskripsi responden berdasarkan pendidikan terakhir	81
Tabel IV.9	Mengetahui tayangan Mata Najwa di televisi dan youtube	82
Tabel IV.10	Apakah anda pernah menonton tayangan Mata Najwa	83
Tabel IV.11	Deskripsi identitas responden berdasarkan frekuensi menonton	83
Tabel IV. 12	Deskripsi indikator <i>pass time</i> Televisi	86
Tabel IV.13	Deskripsi indikator <i>entertainment</i> televisi	88
Tabel IV.14	Deskripsi indikator <i>information</i> televisi	90
Tabel IV. 15	Deskripsi indikator <i>escape</i> televisi	93
Tabel IV.16	Deskripsi indikator <i>relaxation</i> televisi	95
Tabel IV.17	Deskripsi indikator <i>status-enhancement</i> Televisi	97
Tabel IV.18	Deskripsi indikator <i>pass time</i> youtube	100
Tabel IV.19	Deskripsi indikator <i>entertainment</i> youtube	103

Tabel IV.20	Deskripsi indikator <i>Information</i> youtube	107
Tabel IV.21	Deskripsi indikator <i>Escape</i> youtube	110
Tabel IV.22	deskripsi indikator <i>relaxation</i> youtube	112
Tabel IV.23	Deskripsi indikator <i>status-Enchanment</i> youtube	115
Tabel IV.24	Indikator pass time GO televisi	118
Tabel IV.25	Indikator entertainment GO televisi	121
Tabel IV.26	Deskripsi information Go televisi	125
Tabel IV.27	Deskripsi Escape GO televisi	128
Tabel IV.28	Deskripsi Relaxition GO Televisi	131
Tabel IV.31	Deskripsi Status-Enchantment Go Televisi	133
Tabel IV. 32	Deskripsi pass time GO youtube	136
Tabel IV.33	Deskripsi Indikator entertainment GO youtube	139
Tabel IV.34	Deskripsi indikator information GO youtube	142
Tabel IV.35	Deskripsi indikator Escape GO youtube	145
Tabel IV. 36	Deskripsi indikator relaxation GO youtube	148
Tabel IV.37	Deskripsi indikator status Enhancement	151
Tabel IV.38	Painted samples Test Televisi	154
Tabel IV.39	Painted samples Test YouTube	154
Tabel IV.40	Indeks Kepuasan Televisi	155
Tabel IV.41	Indeks Kepuasan YouTube	157
Tabel IV.42	Tabulasi Silang anatra usia televisi GSGO	160
Tabel IV.43	Tabulasi silang Pendidikan televisi GSGO	161
Tabel IV.44	Tabulasi Silang Jenis Kelamin televisi GSGO	162

Tabel IV.45	Tabulasi Silang usia YouTube GSGO	163
Tabel IV.46	Tabulasi Silang pendidikan televisi GSGO	164
Tabel IV.47	Tabulasi Jenis Kelamin Televisi GSGO	165
Tabel IV.48	Kriteria Jawaban Responden	166
Tabel IV.49	Pedomen Memberikan interpetasi koefiesnsi korelasi	167
Tabel IV.50	Uji korelasi sperman	168
Tabel IV.51	Uji korelasi sperman	168

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Data Hasil Rating Program Mata Najwa Menurut Nielsen ..	11
Gambar III.1	Sensus Penduduk Surabaya	50
Gambar IV.1	Penonton memberikan komentar pada kolom komentar	102
Gambar IV.2	Penonton memberikan komentar kolom komentar	106
Gambar IV.3	Konten video di youtube mata najwa “teror untuk siapa	109
Gambar IV.4	Konten video di youtube Mata Najwa	111
Gambar IV.5	Konten video di youtube Mata Najwa	114
Gambar IV.6	Penonton memberikan komen ke kolom komentar	117
Gambar IV.7	Konten youtube channel Mata Najwa saat	117
Gambar IV.8	Konten Mata Najwa di youtube	138
Gambar IV.9	Konten youtube channel Mata Najwa	114
Gambar IV.10	Konten youtube channel Mata Najwa	144
Gambar IV.11	Konten youtube Mata Najwa	147
Gambar IV.13	Konten youtube	153

ABSTRAK

Alifia Aulia Maharani, NRP. 1423017173. Kepuasan Penonton Surabaya Dalam Menonton Tayangan Mata Najwa di Televisi dan Youtube.

Mata Najwa adalah talkshow yang dipandu oleh Najwa Shihab yang memiliki banyak respon positif dari penonton di televisi dan di media sosial yaitu youtube. Tayangan Mata Najwa merupakan *Informative News* adalah Mata Najwa adalah salah satu program dengan format Talkshow *Infotainment Education* dengan bintang tamu para pejabat tinggi, artis atau *publik figure* yang menarik untuk ditampilkan. Penggunaan Teori *Uses and Gratification* merupakan salah satu model pemilihan media yang dapat berperan aktif dimana pengguna media dapat memilih serta menggunakan media tersebut. Hal ini berarti bahwa pemakai media dapat lebih aktif dapat memilih media yang paling baik untuk memenuhi kebutuhannya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kepuasan penonton Surabaya dalam menonton tayangan Mata Najwa di televisi dan youtube. Peneliti menggunakan indikator kepuasan televisi dan youtube dari Conway dan Rubin, yaitu *pass time, entertainment, information, escape, relaxation, & Status-Enhancement*. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuisioner yang disebarluaskan secara online sebagai alat untuk mengumpulkan data yang disebarluaskan kepada 100 responden di Surabaya yang menonton tayangan Mata Najwa pada dua media yang berbeda yaitu di televisi dan youtube. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif dengan jenis penelitian *deskriptif*. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil tentang kepuasan yang dicari dan kepuasan yang diperoleh tertinggi dari penonton Surabaya dalam menonton tayangan Mata Najwa di televisi adalah kepuasan tempat pelarian. Sedangkan kepuasan yang dicari dan kepuasan yang diperoleh tertinggi dalam menonton tayangan Mata Najwa di youtube adalah kepuasan relaksasi.

Kata Kunci: Kepuasan, Televisi, Youtube, Mata Najwa

ABSTRACT

Alifia Aulia Maharani, NRP. 1423017173. Surabaya Audience Satisfaction in Watching Najwa's Eyes on Television and Youtube.

Mata Najwa is a talk show hosted by Najwa Shihab which has received many positive responses from viewers on television and on social media, namely YouTube. Mata Najwa's show is Informative News, Mata Najwa is a program with an Infotainment Education Talkshow format with guest stars, high-ranking officials, artists or interesting public figures. The use of Uses and Gratification Theory is one model of media selection that can play an active role where media users can choose and use the media. This means that media users can more actively choose the media that best meets their needs. This research was conducted to determine the satisfaction of Surabaya audience in watching Mata Najwa shows on television and youtube. Researchers used television and youtube satisfaction indicators from Conway and Rubin, namely pass time, entertainment, information, escape, relaxation, & Status-Enhancement. In this study, researchers used questionnaires distributed online as a tool to collect data distributed to 100 respondents in Surabaya who watched Mata Najwa on two different media, namely television and youtube. This study uses a quantitative approach with a descriptive type of research. Based on the results of data processing, the results obtained about the satisfaction sought and the highest satisfaction obtained from the Surabaya audience in watching the Mata Najwa show on television was the satisfaction of a place of escape. While the satisfaction sought and the highest satisfaction obtained in watching Mata Najwa shows on youtube is relaxation satisfaction.

Keywords: Satisfaction, Television, Youtube, Mata Najwa