

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan data dan pembahasan pada penelitian ini, maka peneliti memberikan kesimpulan yang diambil sebagai jawaban dari rumusan masalah. Rumusan masalah penelitian ini yaitu bagaimana kepuasan penonton Surabaya terhadap Tayangan Mata Najwa di televisi dan youtube. Kesimpulan dari rumusan masalah tersebut adalah masyarakat Surabaya setelah menonton tayangan Mata Najwa memiliki kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh lebih besar dibandingkan kepuasan yang diharapkan.

Hasil penelitian ini menurut data penonton Surabaya terhadap tayangan Mata Najwa di televisi yang dominan adalah penonton usia 40-50 dan di youtube pada usia 15-19 tahun. Sedangkan jenis kelamin penonton tayangan Mata Najwa di televisi dan penonton di youtube adalah berjenis kelamin laki-laki. Penonton tayangan Mata Najwa di televisi berdasarkan pendidikan pada jenjang S1/S2 yang merasa dipuaskan dengan menonton tayangan Mata Najwa. Sedangkan di youtube pendidikan Diploma merasa puas dengan tayangan Mata Najwa.

Tayangan Mata Najwa di televisi sudah memuaskan bagi khalayaknya. Kepuasan ini dapat dilihat dari kesenjangan antara nilai mean variabel GS dan GO, dimana nilai mean GO lebih besar daripada GS ($GO > GS$). Nilai kesenjangan antara variabel GS dan GO sebesar 0,11.

Indikator yang paling memuaskan penonton tayangan Mata Najwa di televisi adalah indikator *Entertainment* dan *Information* sedangkan yang kurang memuaskan adalah indikator *Pass Time* dan *Escape*. Konten pada tayangan Mata Najwa di televisi adalah program talk show yang memberikan informasi isu-isu hangat yang sedang menjadi perbincangan masyarakat dengan memilih bintang tamu yang menarik. Yang bertujuan untuk membagikan informasi yang sedang berkembang kepada khalayaknya melalui program tayangan Mata Najwa di televisi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa tayangan Mata Najwa di televisi sudah cukup maksimal karena adanya kepuasan responden (Penonton) dalam mendapatkan informasi dan hiburan yang diharapkan. Penonton tayangan Mata Najwa lebih memilih menonton di televisi karena tayangannya sesuai jam tayang dijam-jam premier.

Dalam tayangan Mata Najwa di youtube yang paling memuaskan adalah *Relaxation*, *Entertainment* dan *Information*. Hal ini berarti bahwa tayangan Mata Najwa di youtube memberikan kepuasan bagi penontonya karena dapat membuat penonton lebih santai dengan menonton tayangan Mata Najwa serta penonton dapat memperoleh hiburan serta informasi yang diharapkan. Tayangan Mata Najwa tidak memberi kepuasan pada indikator Selain itu tayangan Mata Najwa tidak dapat menghindarkan kebosanan penonton dan menghilangkan kejenuhan dari tayangan Mata Najwa. Sedangkan penonton tayangan Mata Najwa di youtube tidak memberi kepuasan pada indikator *Pass time* dan *Status-Enhancement* yang berarti bahwa tayangan Mata Najwa di youtube tidak dapat menjadi pilihan untuk mengisi waktu luang dan meningkatkan status bagi penontonya.

V.2 Saran

V.2.1 Saran Akademis

Melalui penelitian ini, peneliti membuktikan teori yang sudah ada sebelumnya, yaitu teori *uses and gratifications* dan motif menggunakan media sosial. Penelitian ini dapat dilanjutkan lebih dalam lagi dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan harapan dapat menemukan motif-motif baru penggunaan media sosial, khususnya Televisi dan *Youtube*.

V.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, indikator *Intertainment* belum memiliki kepuasan para penontonnya dan *information* menjadi indikator yang memiliki kepuasan yang paling rendah. Padahal, *information* merupakan tujuan yang paling besar yang dilakukan oleh Penonton dalam mengakses tayangan Mata Najwa di televisi.

Sebaiknya, tayangan Mata Najwa di televisi dapat menjadi tayangan yang lebih baik lagi dalam memberikan daya tarik agar lebih informatif. Karena dalam penelitian ini *Information* memiliki nilai harapan yang lebih besar daripada yang didapatkan oleh penonton. Selain memberikan informasi mengenai Ulasan tentang isu yang lagi di perbincangkan di masyarakat, lebih disisipi kesan menghibur sehingga meningkatkan daya tarik penonton, sehingga tetap bisa mempertahankan kualitas konten tayangan Mata Najwa di televisi

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Agoes, Dariyo (2003). Psikologi Perkembangan Dewasa Muda. Jakarta: PT Gramedia Widiaasara
- Bungin , Burhan (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* ". Jakarta: Kencana
- Fachruddin, Andi. (2015). *"Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi"*. Yogyakarta: CVAndi Offset
- Fenty Effendy (2015). *"Mata Najwa: 8Mantra Layar Kaca"*. Jakarta: Media Indonesia Publishing.
- Kriyantono, Rachmat .(2016). *"Teknik Praktis Riset Komunikasi"*. Jakarta Kencana
- Mabruri KN, Anton (2013). *"Manajemen Produksi Program Acara TV format Acara Non-Drama, News & Sport"*. Jakarta: PT Grasindo
- McQuail, Denis (2011) *"Teori Komunikasi Massa"*. Jakarta :Salemba Humanika
- Morisson. (2018) . *"Jurnalistik Televisi Mutakhir"*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Morisson . (2015). *"Manajemen Media Penyiaran: Strategi mengelola Radio dan Televisi"*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Naratama (2013). *"Menjadi Sutradara Televisi dengan Single dan Multi Camera"*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta
- Nurdin. (2014). *"Pengantar Komunikasi Media Massa"*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Panjaitan, rika L & Iqba, Dhani TM .(2006) *"Matinya rating Televisi: ilusi sebuah Netralitas"*. Yogyakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Rakmat Jalaludin. (2013). *"Psikologi Komunikasi"*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Silahi Ulber. (2012). *"Metode Penelitian Sosial"*. Bandung: PT Refika Aditama

Subroto, Darwanto Sastro (1994). *“Produksi Acara Televisi”*. Yogyakarta: Duta Wacana Universitas Press

Sugiyono, Prof Dr. (2019) *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”*. Bandung: Alfabeta

Wawan Kuswandi. (1996). *“Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi”*. Jakarta: PT Rineka Cipta

Wibowo, Fred (2007). *“Teknik Produksi Program Televisi”*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher

JURNAL

Abdullah, Aceng dkk (2018), *“Media Televisi di Era Internet”* . Jurnal ProTVF Universitas Padjajaran , 2,1 107-108

Andung Ana Petrus,dkk (2018), *“Posisi Media Televisi dalam Membangun Nilai-nilai pada Masyarakat Perbatasan”*. Jurnal ASPIKOM Universitas Padjadjaran, 3,5, 918-919s

Atmajal,Jaka,dkk (2019), *“Hubungan Daya Tarik Dan Pola Menonton Pada Program Stand-Up Comedy Indosiar Terhadap Kepuasan Menonton”*. Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA) Universitas Bina Sarana Informatika, 6,1 , 51-60

Cortese, Julian an Rubin, Alan M. (2010) *“ Uses And Gratifications Of Televisi Home Shopping”*. Atlantic Journal of Comunication.18,2,89-109

Faiqah1 Fatty, dkk (2016) *”Youtube sebagai sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar VIDGRAM”*.Jurnal Komunikasi KAREBA, 5,2, 259-272

Gunawan,Like (2016). *“Motif dan Kepuasan Masyarakat Surabaya dalam Menonton Program Dialog “Titik Tengah” di Metro TV Jawa Timur”*Jurnal E-Komunikasi Petra , 4,1,2-12

Mellyaningsih, Adinda (2016). *“Motif subscriber Menonton Channel YouTube Raditya Dika”*. Jurnal E-komunikasi Petra, 4,1,6-7

Nugraheni Yuli, Yuni Anastasia (2017).*”Sosial Media Habbit Remaja Surabaya”*.Jurnal Komunikatif, 6,1, 13-30

Nurhidayah, Ninik (2016) “*Pemanfaatan Waktu Luang (Leisure) Dalam Aktivitas Kehidupan Sehari-hari Lansia di Posyandu Kedung Gobyak Desa Sobokoerto Kecamatan Ngemplak Boyolali*”. Jurnal Keterampilan Fisik

Pramiyanti Alila, dkk (2014) “*Motif Remaja Dalam Menggunakan Media Baru (Studi Pada Remaja Di daerah Sub-Urban kota Bandung)*”. Jurnal KomuniTi Universitas Telkom,6,2, 95-102

Prasetyo Kurniawan,dkk (2019) “*Pengaruh Gaya Komunikasi Presenter Talkshow “Rumpi No Scret” di TransTv Terhadap Audience Satisfaction*” Jurnal Visi Komunikas Universitas Mercu Buana Jakarta, 18 , 01, 64-77

Rahman, Qiantara Imanda (2015) “*Persepsi Mahasiswa Universitas Telkom pada acara Talkshow Televisi (Studi Kasus tentang Persepsi Anggota Pers Ikom yang Menjadi Pemirsa Acara Talkshow Mata Najwa Episode Gengsi Berebut Kursi di Metro TV)*” Jurnal Universitas Telkom. 2,1, 864-880.

Ramadhan,Fahri (2015) *Pengaruh Program Talkshow Komedi The Coment di Net Tv Terdapat Minat Menonton Masyarakat*, Jurnal KomuniTi Universitas Telkom, 2, 2, 1-9

Tekkay,Alfrini, dkk (2017) “*Persepsi Masyarakat Tentang Talkshow “Mata Najwa” di Metro Tv(Studi Pada Masyarakat Bahu Kecamatan Malalayan. e-journal “Acta Diurna. 6,2, 1-16*

Telengkeng Herlina (2014) “*Motif Penonton Perempuan Surabaya dalam Menonton program televisi “On The Spot di Trans 7”*” Jurnal E-komunikasi Universitas Kristen Petra, 2, 3, 3-4

WEB

Badan Pusat Statistik (2020. 30 September)“*Sensus Penduduk Surabaya 2020*” diakses pada 12 Oktober 2020 pukul 19.25 dari (<https://surabayakota.bps.go.id/dynamictable/2018/04/18/24/proyeksi-penduduk-kota-surabaya-menurut-jenis-kelamin-dan-umur-tahun-2020>).

Deddy Husein Suryanto (2018. 29 November) “*Mata Najwa, Bukan Acara Televisi Biasa* “ di akses pada 1 oktober 2020 pukul 15.28 dari “https://www.kompasiana.com/deddyhs_15/5bffb32677ffb2c3b6050f2/mata-najwa-bukan-acara-televisi-biasa?page=2

Komisi Penyiaran Indonesia (2019. 11 Desember) “*Survei Indeks Kualitas Program Siaran Televisi*” di akses pada 19 September 20.09 “<http://www.kpi.go.id/index.php/id/publikasi/survei-indeks-kualitas-siaran-televisei>”

Kurnianingrum Nirmala (2018. 5 Desember) “*Raih Gold Play Button dari Youtube, Najwa Shihab Ingin Ciptakan Lebih Banyak Konten Berkualitas*”. Di akses pada tanggal 12 september 2020 pukul 20.10 dari <https://wow.tribunnews.com/2018/12/05/raih-gold-play-button-dari-youtube-najwa-shihab-ingin-ciptakan-lebih-banyak-konten-berkualitas?page=2>.

Metro TV News. 2018. *Dua Program Metro TV Masuk Nominasi Anugrah KPI 2016*. Di akses 6 mei 2020 pukul 20.56 dari <http://metrotvnews.com/amp/0k878IWb-duaprogram-metro-tv-masuk-nominasi-anugrah-kpi-2016.html>

Nielsen , (2018) “*Tren Terbaru di Kalangan Pengguna Internet di Indonesia*”. Di akses pada tanggal 7 mei 2020 pukul 15.00 dari www.nielsen.com/id/en/press-releases/2017/tren-baru-di-kalangan-pengguna-internet-di-indonesia/

Tekno (2019. 18 Juni) “*Pesona Youtube lebih Menarik dari Televisi?*” di akses pada tanggal 30 september 2020 pukul 22.41 dari “<https://www.depokpos.com/2019/07/pesona-youtube-lebih-menarik-dari-televisei/>

Samodra Yoseph (2018. 10 Januari) “*Mata Najwa di Dua Media*” di akses tanggal 15 September 2020 pukul 20.30 dari <https://seword.com/media/mata-najwa-di-dua-media-HknV1nQNf>

Wulandari Dwi_ (2018 . 3 Agustus) “*Karakteristik Pengguna Youtube di Indonesia*” di akses tanggal 20 April 2020 pukul : 19.15 dari <http://mix.co.id/marcomm/news-trend/karakteristik-pengguna-youtube-di-indonesia/>).

Winarto Yudho (2017.13 Desember) “*Najwa Shihab raih penghargaan Silver dari Youtube*” di akses pada tanggal 21 september 2020 pukul 20.15 dari <https://lifestyle.kontan.co.id/news/najwa-shihab-raih-penghargaan-silver-dari-youtube>