

**MOTIF DAN KEPUASAN MENONTON TAYANGAN PROGRAM MUSIK
BREAKOUT NET TV PADA SISWA SEKOLAH MUSIK YAMAHA
PEKANBARU**

**Oleh : Muhammad Haikal Gustiawansyah
Email : haikalgustiawansyah@gmail.com
Pembimbing : Dr. Suyanto, S.sos, M.sc**

Jurusan Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Manajemen Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

The progress of mass media, especially the media today is increasing rapidly, where television broadcasting has enabled the wider community to quickly and easily know the various changes that occur in various world juveniles. In general, people love the impressions or music programs (entertainment news). Breakout Net tv is a news show about favorite music with different presentation characteristics. In the theory of usage and gratification, audiences basically use mass media based on certain motives, in which the media is needed to meet the needs of the audience which is called effective medium. The aim of this research is Breakout Music Net Tv on student satisfaction Music School Yamaha Pekanbaru.

The method used in this research is quantitative explanatory. Data was collected using a questionnaire. research location in Yamaha Pekanbaru music school. the population is the School of Yamaha Music students as many as 82 respondents. The analysis test used in this study is path analysis and to process questionnaire data, it is done using the SPSS for Windows version 23 program.

the results obtained from this study using simple linear regression analysis concluded that this study in accordance with the theory used is the uses and gratification theory and this study also showed that the value of satisfaction watching Breakout Net Tv shows exceeded expectations of the value of the Motive watching Breakout Net Tv shows . The motive of watching the Influential Net Tv show was 12.6% on the satisfaction of watching Breakout Net Tv shows obtained by Students of Yamaha Pekanbaru Music School. The influence is included in the weak category and the remaining 87.4% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *Motive, Intensity, Satisfaction, Manga, Media Usage*

PENDAHULUAN

Televisi salah satu media massa yang dapat menjangkau khalayak dalam memproses terjadinya komunikasi secara efektif. Televisi sudah menjadi kebutuhan bagi khalaya luas. Menurut Mc Luhan, menggunakan media ini pada hakekatnya adalah perluasan dari alat indra manusia, seperti telepon perpanjangan dari telinga, begitu juga televisi perpanjangan dari mata (Rakhmat, 2006:220). Media televisi mempunyai daya tarik yang begitu kuat sehingga mampu membuat masyarakat terbawa arus dan mempunyai pengaruh yang besar kepada pemirsa.

Pertelevisian di indonesia muncul pertama kali tahun 1962, di tahun 1962 TVRI pertama kalinya tayang dan berdiri. Selama 27 tahun penduduk Indonesia hanya dapat mnyeaksikan satu siaran saja, namun sejak keluarnya SK Mentri Penerangan No.111 tahun 1990, industri dan bisnis televisi berubah menjadi marak. Awalnya tahun 1989 ketika RCTI diizinkan siaran untuk pertama kalinya dengan menggunakan decodder lalu di ikuti oleh SCTV tahun 1990, TPI tahun 1991, ANTV tahun 1993 dan INDOSIAR 1994.

Seiring berjalannya waktu dan perkembangan zaman, pertelevisian di indonesia terus berkembang setiap tahunnya, terbukti ketika memasuki era 2000an pertelevisian di indonesia bertambah dengan banyak. Di awali kemunculannya televisi swasta pada tahun 2001 yaitu TRANS TV, TRANS7, METRO TV, Global TV, Tv One, KOMPAS, MNC, dan yang paling dikatakan terbaru yaitu *NET TV* pada tahun 2013.

Melihat dari sisi media televisi sebagai industri, memang menjadi sebuah dilema dan permasalahan tersendiri antara idealisme program siaran yang akan di sajikan dengan pertarungan atau persaingan untuk mendapatkan pendapatan agar mampu mempertahankan eksistensinya. Kreatifitas, kecerdasan serta keunikan menjadi modal besar yang harus di miliki setiap pertelevisian di indonesia, dikarenakan tayangan dan tampilan yang diberikan akan menjadi tolak ukur bagi khalayaknya apakah tayangan sudah memenuhi kebutuhan atau belum, dan demi menjaga ke eksistensinya di dunia pertelevisian.

Yang menjadi sorotan pada zaman sekarang adalah munculnya stasiun televisi yang dikatakan baru di industri pertelevisian di indonesia yaitu *Net Tv* yang berdiri pada tahun 2013, NET sudah mampu bersaing di pertelevisian di indonesia dengan sangat cepat. Yang menjadi sangat menarik di *Net Tv* banyak program-program yang unik yang di tayangkan dan berbeda dari stasiun televisi lainnya. Seperti program acaranya Ini Talkshow, Pagi-pagi, Tonightshow, Ok jek, Kelas Internasional, The East, *Breakout*, The Comment dan masih banyak lain.

Musik pada saat ini sudah mendunia, hampir seluruh manusia di muka bumi ini menyukai musik. Musik memberi kenyamanan bagi pecinta musik yang mendegarnya. Musik tidak melihat kepada kalangan siapa musik dapat di dengarkan, semua orang bisa mendengarkannya mulai dari anak-anak, remaja, orang dewasa, bahkan orang tua. Musik sudah menjadi fenomena bahwa

musik telah menjelma menjadi ideologi universal di muka bumi. Dengan banyaknya tayangan musik di televisi, orang sanggup untuk duduk berjam-jam mendengarkan dan menonton tayangan musik di televisi.

Adanya media massa televisi membuat orang yang suka musik jadi lebih mudah menikmati musiknya. Di Indonesia sangat banyak stasiun televisi yang menayangkan program acara musik antara Dahsyat, Inbox, Radioshow, Music Everywhere dan lainnya. Akan tetapi ada program acara musik yang sangat di gemari oleh banyak orang yaitu, acara musik *Breakout NET TV* yang ditayangkan pada 18 Mei 2013, karena *Breakout* memberikan warna yang berbeda dari program musik lainnya.

Selain memberikan informasi mengenai musik, *Breakout* memiliki beberapa episode menarik, salah satunya dikemas dalam *Breakout special* yang menampilkan lagu-lagu *hits* dari penyanyi-penyanyi populer Indonesia maupun Mancanegara. Biasanya pada episode *special* ini *Breakout* mengundang penggemar setia dari penyanyi tersebut untuk ikut syuting sekaligus meng-cover lagu bersama. Episode menarik lainnya adalah *Breakout Goes To you*, dimana para host akan syuting dikampus-kampus pilihan yang merekomendasikan kampus mereka untuk dikunjungi *Breakout*.

Keunikan dan kreatifitas program *Breakout*, membuat program ini menjadi rating yang tinggi diantara program musik lainnya. Terbukti ketika *Breakout* mendapat penghargaan Indonesia kids choice awards 2015 dengan kategori host terfavorit. Dalam kurun waktu yang cepat *Breakout* sudah

mampu mendapatkan penghargaan. *Breakout* tayang mulai dari hari senin –jumat, dimulai dari pukul 15:00-16:00 yang berdurasi 1 jam. Informasi yang di berikan sangat membantu pencinta musik dan tayangan yang diberikan sangat menginspirasi.

Sebelum *Breakout* ada beberapa program music yang lebih dulu tayang dan *exist* di dunia pertelevisian Indonesia. Contohnya, Desember tahun 2007 stasiun televisi SCTV memproduksi acara *Inbox*. Format program ini adalah music, namun tahun 2013 secara resmi format program acara *inbox* berubah menjadi *variety show*.

Kemudian, Maret tahun 2008 stasiun televisi RCTI meluncurkan acara *Dahsyat*. Program acara ini mengalami hal yang sama dengan *Inbox*, setelah menambahkan segmen lain dalam format acaranya, secara resmi juga melalui official website RCTI, format acara *dahsyat* berubah menjadi *variety show*, diakses 25 April 2017). Selain RCTI dan SCTV, Trans Tv juga pernah menayangkan acara musik *Derings* pada Februari tahun 2009. Hingga Desember tahun 2001 acara music ini dihentikan, dan masih banyak program music lainnya di channel lainnya, namun ketiga program music ini yang paling banyak diminati oleh khalayak luas. Dalam hal ini dapat di artikan bahwa khalayak sebagai penentu pemilihan media, khalayak memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media yang akan digunakan. Khalayak menggunakan media tersebut berdasarkan motif-motif tertentu. Sesuai dengan konsep dasar teori *Uses and gratification*

menurut para ahli meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan serta akibat lain, barangkali termasuk juga yang tidak kita inginkan dalam (dalam Kriyantono, 2010: 204). Katz, Blumler dan Gurevitch (dalam Ardianto dan Komala, 2004 : 71) menjelaskan bagaimana asumsi dasar dari teori *Uses and Gratification*, yaitu : Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebagai bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.

Berangkat dari *teori uses and gratification* yang dikatakan oleh Herbert Blumer, Elihu Katz dan Michale Gurevitch, menurut mereka penggunaan media atau yang lebih di kenal dengan *audiens* memainkan peranan aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut (Nurdin, 2007: 192). Artinya manusia dalam hal *audiens*, khalayak atau pengguna media memiliki otonomi dan wewenang penuh dalam memilih dan memperlakukan media. Inti dari teori ini adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu, di mana media di anggap berusaha untuk memenuhi kebutuhan khalayak dan disebut sebagai media yang efektif.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori *Uses and Gratification*

Konsep dasar teori ini menurut para pendirinya adalah meneliti asal media kebutuhan secara

psikologis dan social yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber – sumber lainnya yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan serta akibat lainnya (Kriyantono, 2006:204).

Teori *Uses and Gratification* ini memiliki paradigma yang sering disebut sebagai sebuah kerangka untuk memahami pemilihan dan penggunaan media serta telah dikembangkan hingga mencakup lima prinsip primer. Kelima prinsip tersebut menyatakan bahwa setiap individu sadar terhadap kebutuhan social; psikologis; dan biologisnya, mampu mengevaluasi berbagai saluran dan isi media, mampu menilai alternative – alternative fungsi media, serta dapat menyeleksi saluran media atau saluran interpersonal yang diyakini dapat memberi kepuasan untuk berbagai kebutuhannya (Berger,dkk, 2014:372).

Motif Penggunaan Media

McQuail (1987:72) menjelaskan dalam sebuah kerangka bahwa ada empat motif atau alasan mengapa pada umumnya khalayak berhubungan dengan media yaitu Motif Informasi, Motif Identitas Sosial, Motif Integritas dan Interaksi Sosial, dan Motif Hiburan. Peneliti akan mengambil semua motif untuk digunakan sebagai variabel untuk mengetahui pengaruh dari keempat motif penggunaan media tersebut terhadap kepuasan anggota Himpunan *Mangaka* Pekanbaru (HIKARU) dalam menggunakan media *online mangaku.web.id*. Keempat motif tersebut mempunyai keterangan seperti berikut ini :

1. Motif Informasi

Motif ini merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan khalayak dalam hal :

- a. Mencari informasi tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.
 - b. Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal – hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
 - c. Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum
 - d. Belajar, pendidikan diri sendiri
 - e. Mencari rasa damai melalui penambahan
2. Motif Identitas Pribadi
- Motif ini merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan khalayak dalam hal :
- a. Mencari penunjang nilai – nilai pribadi.
 - b. Mencari model perilaku.
 - c. Mengidentifikasi diri dengan nilai – nilai lain dalam media.
 - d. Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.
3. Motif Integritas dan Interaksi Sosial
- Motif ini merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan khalayak dalam hal :
- a. Mencari pengetahuan tentang keadaan orang lain.
 - b. Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.
 - c. Mencari bahan percakapan dan interaksi sosial.
 - d. Mencari teman selain manusia.
 - e. Membantu menjalankan peran sosial.

- f. Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman, dan masyarakat.

4. Motif Hiburan

Motif ini merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan khalayak dalam hal :

- a. Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan.
- b. Bersantai.
- c. Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis.
- d. Mengisi waktu.
- e. Penyaluran emosi.
- f. Membangkitkan gairah seks.

Intensitas Penggunaan Media

Intensitas merupakan kekuatan atau kedalaman sikap terhadap sesuatu. Intensitas dapat dikatakan sebagai bentuk perhatian dan ketertarikan seseorang berdasarkan kualitas dan kuantitas yang ditunjuk individu tersebut. Menurut Ardianto dan Erdinaya (2004), penggunaan media dapat dilihat dan diukur dari frekuensi dan durasi penggunaan media tersebut.

Kepuasan Penggunaan Media

Berdasarkan *gratification sought (GS)*, kepuasan yang akan diteliti dan nantinya akan menjadi variabel dalam penelitian ini adalah kepuasan informasi, kepuasan identitas pribadi, kepuasan integritas dan interaksi sosial, dan kepuasan hiburan anggota HIKARU yang dihasilkan dari motif informasi, motif identitas pribadi, motif integritas dan interaksi sosial dan motif hiburan dalam menggunakan media *online mangaku.we.id*. berikut keterangan terkait keempat kepuasan yang akan diteliti :

1. Kepuasan Informasi

Kepuasan ini merupakan kepuasan yang didapatkan oleh khalayak dari motif informasinya dalam menggunakan media :

- a. Mendapatkan informasi tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.
- b. Mendapatkan bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal – hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
- c. Terpuaskan rasa ingin tahu dan minat umum
- d. Mendapatkan pelajaran, pendidikan diri sendiri
- e. Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

2. Kepuasan Identitas Pribadi

Kepuasan ini merupakan kepuasan yang didapatkan oleh khalayak dari motif identitas pribadinya dalam menggunakan media :

- a. Mendapatkan penunjang nilai – nilai pribadi.
- b. Mendapatkan model perilaku.
- c. Dapat mengidentifikasikan diri dengan nilai – nilai lain dalam media.
- d. Dapat meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

3. Kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial

Kepuasan ini merupakan kepuasan yang didapatkan oleh khalayak dari motif integritas dan interaksi sosialnya dalam menggunakan media :

- a. Mendapatkan pengetahuan tentang keadaan orang lain.
- b. Dapat mengidentifikasikan diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.

- c. Mendapatkan bahan percakapan dan interaksi sosial.
- d. Mendapatkan teman selain manusia.
- e. Dapat membantu menjalankan peran sosial.
- f. Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman, dan masyarakat

4. Kepuasan Hiburan

Kepuasan ini merupakan kepuasan yang didapatkan oleh khalayak dari motif hiburannya dalam menggunakan media :

- a. Terlepaskannya diri dari permasalahan.
- b. Dapat bersantai.
- c. Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis.
- d. Dapat mengisi waktu.
- e. Dapat menyalurkan emosi.
- f. Dapat membangkitkan gairah seks.

Media Massa

Media massa merupakan sebuah sarana penyampaian komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara luas pula. Media massa juga bisa disebut sebuah institusi yang menghubungkan seluruh unsur masyarakat satu dengan yang lainnya dengan melalui produk media massa yang dihasilkan (Tamburaka, 2012:13). Berdasarkan pendapat dan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa media massa merupakan sebuah alat atau sarana untuk menyampaikan pesan kepada khalayak yang berjumlah banyak serta luas. Media massa sendiri memiliki beberapa jenis, yaitu Media Massa Cetak (majalah, koran, tabloid), Media Massa

Elektronik (Radio, Televisi), dan Media Massa *Online* (Internet).

Internet

Breakout adalah program televisi yang menghadirkan kumpulan video klip dari Indonesia dan Manca negara yang ditayangkan oleh *Net Tv*. Acara ini mulai diproduksi sabtu, 18 Mei 2013 ketika NET pertama kali melakukan siaran percobaan. Program ini adalah salah satu program acara andalan NET, sejak awal kemunculan hingga kini bersama dengan NET news, Entertainment News, X games dan Indonesia Morning Show. Pada awalnya jam tayang *Breakout* pukul 09.30 WIB, namun pada oktober 2015 *Breakout* mulai pindah jam tayang menjadi 14.30-15.30

Beberapa perubahan jam tayang *Breakout Net Tv* dari awal tayang hingga tahun 2017 :

1. Senin - Minggu 09.30-11.00 WIB (18 Mei - 26 Mei)
2. Senin - Minggu 16.00-17.00 WIB (18 Mei - 26 Mei)
3. Senin - Minggu 23.00-00.00 WIB (18 Mei - 26 Mei)
4. Senin - Jumat 16.00-17.00 WIB (27 Mei - 23 Agustus 2013)
5. Senin - Kamis 16.00-17.00 WIB (26 Agustus - 1 Agustus 2014)
6. Senin - Minggu 04.00-05.00 WIB (8 Agustus 2013 - sekarang)
7. Senin - Jumat 01.00-02.00 WIB (26 Agustus 2013 - sekarang)
8. Senin - Jumat 15.00-15.30 WIB (12 Januari - 23 Januari 2015)
9. Senin - Jumat 15.00-16.00 WIB (23 Januari - 23 Oktober 2015)

10. Senin - Jumat 14.30-15.30 WIB (26 Oktober 2015 - 4 April 2016)

11. Senin - Jumat 15.00-16.00 WIB (3 April - 30 September 2016)

12. Senin - Jumat 15.00-16.00 WIB (5 Oktober 2016 - 30 Desember 2016)

13. Senin - Jumat 15.00-16.00 WIB (2 Januari 2017 - sekarang)

Host yang mengisi program *Breakout Net Tv* sejak awal kemunculannya yaitu Boy William dan Sheryl Sheinafia. host *Breakout* yang pintar dan memiliki keunikan ini menjadi daya tarik audiens nya dikarenakan Boy William adalah seorang penyanyi dan Sheryl adalah seorang pemain gitar yang juga pandai bernyanyi. Sheryl adalah selebriti asli jebolan dari *Breakout Net Tv*, karena kepandaiannya bermain gitar dan memiliki suara yang bagus. Pada pertengahan April 2016 Sheryl Sheinafia tidak lagi tampil membawakan acara *Breakout Net Tv* dikarenakan ia sedang sibuk dengan film layar lebarnya, dan posisi Sheryl di gantikan oleh Brandon Nicholas Salim untuk beberapa episode. Hingga saat ini Boy William di temankan oleh host yang tidak kalah cantik dan jago bernyanyi juga yaitu Sarah Fadilah.

METODE PENELITIAN

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif. Nilai data dalam penelitian ini nantinya akan di nyatakan dalam angka. Analisis kuantitatif nantinya berupa data yang diperoleh dari responden yang telah dikumpulkan

Jenis riset yang digunakan adalah metode Eksplanatif. Eksplanatif

digunakan untuk menjelaskan suatu generalisasi atau hubungan antara sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, peredaan, atau pengaruh suatu variabel.

Penelitian ini dilaksanakan pada periode bulan April 2017 hingga bulan Januari 2018. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel 96 responden. Teknik pengukuran data pada penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel X dan variabel Z secara langsung dan pengaruh variabel X dan variabel Z secara tidak langsung melalui variabel Y, peneliti menggunakan analisis jalur. Untuk mengolah data uji kuesioner dilakukan dengan menggunakan program SPSS Windows versi 23.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini sesuai dengan teori *Uses and Gratification* yang terdapat pada bab II yaitu, Katz, Blumler dan Gurevitch (dalam Ardianto, 2005: 71) menjelaskan bahwa khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebagai bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan. Teori *Uses and Gratification* menjelaskan audiens, khalayak atau pengguna media dalam hal ini siswa Sekolah Musik Yamaha Pekanbaru memiliki motif dalam memilih dan memperlakukan media. Inti dari teori ini adalah siswa Sekolah Musik Yamaha Pekanbaru pada dasarnya menonton tayangan *Breakout Net Tv* berdasarkan motif-motif tertentu, hal

ini sesuai dengan pernyataan Kriyantono (2008, 206) dimana media dalam hal ini menonton tayangan *Breakout Net Tv* dianggap berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan.

Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media televisi yakni program *Breakout Net Tv* terletak pada siswa Sekolah Musik Yamaha Pekanbaru. *Breakout Net Tv* harus bersaing dengan program berita acara musik lainnya untuk memuaskan kebutuhan khalayaknya. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media sangat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan. Khalayak atau responden dalam penelitian ini mengkonsumsi media sesuai dengan kebutuhannya, antara responden satu dengan yang lain mempunyai kebutuhan yang berbeda ketika memutuskan untuk mengkonsumsi media. Hal ini terlihat dari tingkat kepuasan tiap karakteristik.

Berdasarkan pada pemaparan sebelumnya menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki signifikansi sebesar 0,001 itu artinya hasil tersebut lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, dengan artian terdapat pengaruh antara motif menonton tayangan *Breakout Net Tv* terhadap kepuasan menonton yang diperoleh siswa Sekolah Musik Yamaha Pekanbaru. Dari nilai R menunjukkan korelasi antara motif menonton dengan kepuasan menonton yakni nilai R sebesar 0,354 maka dari model *summary* diketahui nilai R_{Square} sebesar 0,126 Artinya adalah terdapat pengaruh antara motif menonton tayangan

Breakout Net Tv terhadap kepuasan menonton yang diperoleh siswa Sekolah Musik Yamaha Pekanbaru sebesar 12,6% yang dikategorikan berpengaruh lemah.

Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti, bahwa motif menonton tayangan *Breakout Net Tv* berpengaruh terhadap kepuasan menonton yang diperoleh siswa Sekolah Musik Yamaha Pekanbaru, Hal ini disebabkan media televisi merupakan media yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada khalayak. *Breakout Net Tv* merupakan satu dari beberapa program musik yang sangat populer dan merupakan program Musik dengan rating yang cukup tinggi di Indonesia. Adanya kepuasan yang diperoleh siswa Sekolah Musik Yamaha Pekanbaru dari motif menonton *Breakout Net Tv* disebabkan karena *Breakout Net Tv* menyajikan informasi dengan kabar aktual dari dunia musik.

Pada temuan yang peneliti dapatkan, skor kepuasan menonton oleh khalayak sudah melebihi ekspektasi dari motif menonton. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai rata - rata pada kepuasan menonton yang diperoleh adalah sebesar 2,73 dan lebih besar dari pada nilai rata - rata motif menonton yang sebesar 2,71, artinya kepuasan menonton yang diterima lebih besar daripada motif menonton tayangan *Breakout Net Tv*. Sementara untuk nilai rata - rata tiap indikator yaitu pada variabel motif menonton adalah motif informasi sebesar 2,73, motif identitas pribadi sebesar 2,70, motif integritas dan interaksi social sebesar 2,75 dan motif hiburan sebesar 2,67. Kemudian pada variabel kepuasan menonton adalah kepuasan informasi

sebesar 2,75, kepuasan identitas pribadi sebesar 2,63, kepuasan integritas dan interaksi social sebesar 2,80 dan kepuasan hiburan sebesar 2,75. Berdasarkan pemaparan tersebut dapat dilihat bahwa tiap indikator dari kepuasan menonton telah melebihi ekspektasi dari motif menonton kecuali pada indikator kepuasan identitas pribadi yang lebih kecil dari motif identitas pribadinya.

Hasil penelitian ini memiliki persamaan dengan dua penelitian sejenis terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Martius yang berjudul Pengaruh Motif Penggunaan Media *Online Bola.Net* Terhadap Kepuasan Yang Diperoleh Milanisti Indonesia Sezione Pekanbaru dan penelitian yang dilakukan oleh Feryandes Rozialta yang berjudul Pengaruh Motif Menonton Tayangan *One Stop Football Trans 7* Terhadap Kepuasan Siswa Tiga Naga *Football Academy and Soccer School* Pekanbaru, dimana hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa masing – masing penelitian sesuai dengan Teori *Uses and Gratification*.

Kemudian juga ada perbedaan pada hasil penelitian yaitu pada penelitian Martius pengaruh yang didapatkan termasuk pada kategori sangat lemah dan pada penelitian Feryandes pengaruh yang didapatkan termasuk pada kategori kuat, sedangkan pada penelitian ini pengaruh yang didapatkan termasuk pada kategori lemah.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini dan juga merupakan hasil olahan data pada penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana didapatkan kesimpulan bahwa penelitian ini sesuai dengan teori yang digunakan yaitu teori *uses and gratification* dan penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai Kepuasan menonton tayangan *Breakout Net Tv* sudah melebihi ekspektasi dari nilai Motif menonton tayangan *Breakout Net Tv*. Kemudian penelitian ini juga menunjukkan bahwa Motif menonton tayangan *Breakout Net Tv* berpengaruh sebesar 12,6% terhadap Kepuasan menonton tayangan *Breakout Net Tv* yang diperoleh Siswa Sekolah Musik Yamaha Pekanbaru. Pengaruh tersebut termasuk dalam kategori lemah dan sisanya sebesar 87,4% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, saran yang dapat peneliti berikan adalah dengan diketahuinya bahwa hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh dari motif menonton tayangan *Breakout Net Tv* terhadap kepuasan menonton tayangan *Breakout Net Tv* yang termasuk dalam kategori lemah, diharapkan bagi program acara *Breakout Net Tv* lebih mengembangkan isi acaranya untuk lebih sesuai dengan khalayaknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala. 2005. *Komunikasi massa suatu pengantar*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Azwar, Saifuddin. 2004. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baksin, Askurifai. 2006. *Jurnalistik Televisi: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbarosa Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Effendi.Effendy, Onong Uchyana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ilham Z. 2010. *Media Massa Elektronik*. Jakarta: ISSI.
- Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa, Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta : Remika Cipta.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Media Group.
- Mc.Quail,Denis. 2000, *Mass Communication Theories*, Fourth edition, Sage Publication, London.

- Moleong, J. Lexy. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morrisan. 2005. *Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Tangerang: Ramadina Prakarsa.
- Natalia Liemong, Fransisca. 2002. *Pendekatan Dalam Iklan Terhadap Audience*. Malang: Universitas Kristen Petra.
- Nazaruddin. 2005. *Dynamic Modeling and Simulation As A Two-Phase Silicagel-Water Desorption Chiller, Dertation Dwnst Aachen*. Germany.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta. Raja Grafindo Persada. Pustaka Utama.
- Ruslan. 2003. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Rolnick, Tom E. Dkk. 2008. *Pengantar Dasar Jurnalisme (Scholastic Journalism)*. Edisi kesebelas. Jakarta: Kencana.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setia, Hadi. 2003. *Undang-undang penyiaran*. Harvarind: Jakarta.
- Singarimbun, Masri dan Sofyan Effendi. *Metode Penelitian Survei*. 2006. Jakarta:LP3ES.
- Sony, Sumarsono. 2004. *Metode Riset Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sudjana. 2003. *Teknik Analisis Regresi dan Korelasi*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumadria, Haris. 2006. *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Wahyudi, J.B. 2004. *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Walgito, Bima. 2010. *Pengantar Psikologi*. Jakarta: Andi