

**PENGARUH MOTIF MENONTON BERITA OLAHRAGA KABAR ARENA DI TV ONE TERHADAP KEPUASAN MENONTON MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN OLAHRAGA FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN UNIVERSITAS RIAU**

**By : Alfi**

**Counselor : Rummyeni S.Sos, M.Sc**

**Email: meialfi@yahoo.com**

*Department of Communication – Management Communication*

*Faculty of Social and Political*

*Riau University*

*Kampus Bina Widya. Jl. H.R. Subrantas KM. 12,5 Simp. Baru,*

*Telp/Facs. 0761 – 63277 Pekanbaru 28293*

**ABSTRACT**

*The media has a huge influence on the direction of public life. One of the mass media that is around us is Media Television. Television is a medium of mass communication in the form of audio-visual which has several functions including informative, entertainment, and education. So many programs on television, so that people have a lot of choice of programs or information in accordance with the needs. In the theory of Uses and Gratification audience basically using the mass media based on certain motives, where the media is considered trying to meet the needs of the audience called as an effective medium. Students are part of the society who have needs of television media in an effort to meet the information needs. Among the programs the student needs is a sports news program, the needs met by the private television media through the TV One sports news program Kabar Arena. The purpose of this study is to determine how much influence the motive watching sports news on TV One Kabar Arena to watch the satisfaction of the Department of Physical Education Student Teaching and Education Faculty of the University of Riau.*

*The method used in this research is quantitative method of explanation, the researchers collected data using questionnaires. The location of this research is on the campus of the University Department of Physical Education Guidance and Counseling is located at street Paus No. 5 Rumbai, Pekanbaru City - Riau. The number of samples for this study were 74 respondents. Sampling using random sampling techniques. To know how much influence these two variables, the researchers used a simple linear regression analysis. For data processing questionnaire, carried out using statistics program Product And Service Solution (SPSS) Windows version 17.*

*These results indicate that the influence of motive watching sports news on TV One Kabar Arena on satisfaction Student Department of Physical Education Teaching and Education Faculty of the University of Riau, the regression coefficient values obtained in this study is  $Y = 9.603 + 0.806 X$  0.001 significance level smaller of  $\alpha = 0.05$ . This means that there is influence between watching sports news on TV One Kabar Arena to watch the satisfaction of the Department of Physical Education Students FKIP University of Riau 58.9% and in the category of influential medium. The percentage shows that the satisfaction of respondents watch sports news can be met. So that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted.*

*Keywords: Motif Watching, Sports News, Satisfaction Watching, Kabar Arena on TV One.*

## PENDAHULUAN

Media massa memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap arah kehidupan masyarakat. Menurut McQuail, Media massa bertanggung jawab atau mempunyai peran besar terhadap apa yang disebut kebudayaan massa atau budaya populer, dan dalam prosesnya media massa telah 'menjajah' bentuk budaya lain. (McQuail, 2000: 102).

Sebagaimana pengertian media massa itu sendiri yakni media yang khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Keberadaan media massa itu tidak dapat dipungkuri didukung dari keberadaan audiens itu sendiri. Kebutuhan audiens akan media hiburan seakan terpenuhi oleh keberadaan tayangan-tayangan yang disajikan oleh media massa tersebut. Jenis media massa itu sendiri secara tradisional adalah surat kabar, majalah, radio, dan televisi.

Televisi merupakan media komunikasi masa yang berbentuk audiovisual yang memiliki fungsi informatif, hiburan, dan pendidikan. Sedangkan menurut Morissan (dalam Wahyudi, 2004: 15) menyatakan bahwa siaran televisi adalah pemancaran sinyal yang membawa muatan gambar proyeksi yang terbentuk melalui pendekatan sistem lensa suara, pancaran gambar, dan suara. (Wahyudi, 2004:15).

Kegiatan komunikasi massa yang penayangannya melalui media elektronik ini dilakukan secara terencana, terjadwal, dan terorganisasi agar terciptalah tayangan yang dapat menjadi peluang pasar terkhusus pada audiens dan pengiklan sehingga tercapailah tujuan yang ingin dicapai oleh manajemen. Untuk dapat mencapai keberhasilan di dalam bidang penyiaran, maka pengelola suatu program dalam manajemen media penyiaran harus betul-betul tahu dan mengerti akan selera audiens yang dituju. Selain itu, ide dan kreativitas dari pengelola program juga dituntut agar tercipta suatu program yang dapat menjangkau khalayak (audiens). Audiens dalam memilih suatu program tertentu tentunya memiliki berbagai macam motif sehingga kebutuhannya dapat terpenuhi.

Sekian banyak program siaran yang beredar ditelvisi, para penonton harus lebih

cerdas dalam memilih tontonannya. Hal ini dapat dipertimbangkan melalui informasi yang disajikan, tampilan program, konsep dan lainnya. Motif-motif yang mendorong seseorang dalam memilih tayangan yang akan ditontonnya pun berbeda-beda, hal ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah faktor umur, sosial, pendidikan, psikologis dan pekerjaannya. Semakin banyak terpenuhinya motif yang mendorong seseorang saat memilih tayangan yang akan ditonton, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan dan akan semakin besar perubahan sikap yang didapatnya dalam menonton tayangan tersebut. Misalnya, apabila seseorang mempunyai motif untuk mendapatkan tontonan yang berisi informasi mengenai olahraga, maka mereka pun mencari tayangan yang menyajikan informasi tersebut. Ketika tayangan tersebut dapat memberikan kepuasan kepadanya, maka seseorang akan selalu menonton tayangan tersebut bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Dengan kata lain, televisi tersebut telah mencapai tujuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumennya.

Program berita olahraga dirancang untuk memuaskan rasa ingin tahu publik tentang kemungkinan jalannya sebuah pertandingan olahraga seperti sepakbola dan peluang sebuah tim, serta informasi menarik sebelum sebuah pertandingan sepakbola diadakan. Program berita sebelum kejadian ini disebut berita *advance* (Tom E. Rolnicki, dkk. 2008:118-119).

Banyaknya bermunculan program berita tentang dunia olahraga di berbagai media massa televisi, khalayak diberi banyak pilihan dalam mengakses berita olahraga yang diinginkan. Audiens telah banyak mendapatkan berita dari berbagai media secara cepat dan mudah. Banyaknya pilihan dan kemudahan mengakses informasi yang diberikan media televisi. Hal yang berkaitan kepuasan audiens merupakan hal yang penting bagi masyarakat dan tentunya media televisiit sendiri untuk mengetahui kepuasan audiens. Dalam persaingan yang begitu ketat di dunia *broadcast*, media televisi harus dapat menjaga kepuasan audiensnya dalam mencari informasi agar mediana tetap menjadi yang terpercaya dalam mengakses sebuah berita.

Media harus mengetahui karakteristik audiensnya agar dapat selalu menyajikan informasi yang memuaskan khalayak.

Tingginya minat masyarakat Indonesia dengan olahraga memicu bermunculannya program berita olahraga di stasiun televisi. Program berita olahraga ini terus dikembangkan dan dikemas semenarik mungkin agar menarik perhatian masyarakat. Kemajuan dan keberagaman program acara televisi memang menjadi hal *urgent* di negara kita (Baksin, 2006:45).

## TINJAUAN PUSTAKA

### Media Massa

Media adalah alat atau sarana yang digunakan menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Sedangkan media massa adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis surat kabat, film, radio dan televisi (Cangara, 2005: 119, 122). Pada prinsipnya media massa merupakan suatu institusi yang melembaga dan bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak sasaran agar *well informed* (tahu informasi).

Keberadaan komunikasi massa media televisi ialah bahwa kehadiran televisi menjadi bagian yang sangat penting sebagai sarana untuk berinteraksi satu dengan yang lainnya dalam berbagai hal yang menyangkut perbedaan dan persamaan persepsi tentang suatu isu yang sedang terjadi di belahan dunia. Dalam hal ini massa menjadi objek utama dari liputan media televisi, terlepas apakah tayangan liputannya, media tersebut bertujuan mempropaganda ideologi suatu negara atau masyarakat. Itu semua sudah menjadi konsekuensi yang harus diterima oleh masyarakat yang sudah terlanjur menganggap teknologi industrialisasi sebagai zaman kecemasan bagi suatu bangsa. Sedangkan tujuan akhir dari penyampaian pesan media televisi adalah menghibur, mendidik, kontrol sosial, menghubungkan atau sebagai bahan informasi

### Televisi

Televisi adalah alat penangkap siaran bergambar, yang berupa audio visual dan penyiaran videonya secara broadcasting.

Istilah ini berasal dari bahasa Yunani yaitu *tele* (jauh) dan *vision* (melihat), jadi secara harfiah berarti “melihat jauh”, karena pemirsa berada jauh dari studio TV. (Ilham Z, 2010 : 255).

Televisi dapat menjangkau ruang yang sangat luas dan mencapai massa pemirsa yang sangat banyak dalam waktu yang relatif singkat. Selain mempunyai kelebihan, televisi juga mempunyai kekurangan. Kekurangan tersebut diantaranya komunikator dan komunikan tidak dapat bertatap muka secara langsung dalam komunikasi tatap muka antara pemberi dan penerima pesan, sehingga tidak dapat terjadi dialog atau tanya jawab secara langsung apabila terjadi suatu permasalahan.

### Tayangan Acara Olahraga

Program tayangan acara olahraga adalah tayangan program yang menyiarkan atau menyajikan berupa pertandingan – pertandingan yang disiarkan secara langsung ataupun tidak langsung, informasi atau hal – hal penting, unik atau yang lainnya dan juga berita - berita yang berkaitan dengan olahraga yang disiarkan oleh stasiun televisi.

Program acara olahraga termasuk dalam deretan program berita, karena pada kenyataannya peristiwa-peristiwa yang menyangkut kegiatan beragam jenis olahraga ini diperlukan informasi-informasi di dalamnya untuk kemudian disebar luaskan pada masyarakat. Pada kegiatan-kegiatan olahraga yang berskala besar misalnya pertandingan Piala Dunia, Olimpiade, Asian Games, Sea Games, serta pertandingan sepak bola nasional yang sering diwarnai keributan di Indonesia antar pendukung timnya itu selalu diberitakan oleh beberapa stasiun televisi. Dari keberadaan setiap kegiatan yang dipantau atau ditonton oleh masyarakat itulah, olahraga dimasukkan dalam kategori pemberitaan.

### Kabar Arena

Kabar Arena adalah salah satu program olahraga yang ada di stasiun TV One dalam format *sport news* dengan durasi 30 menit setiap hari mulai pukul 22.30 hingga 23.00 WIB, dipandu oleh Putri Viola. Pada setiap tayangannya Kabar Arena mengangkat tentang berita dunia olahraga aktual. Porsi

pemberitaan lebih menekankan pada berita sepakbola, yaitu kompetisi sepakbola Eropa diantaranya liga Spanyol, Inggris, Italy serta kompetisi sepakbola dalam negeri *Indonesian Super League* dan mengulas tentang perkembangan dunia olahraga lainnya.

Kabar Arena juga menyajikan berbagai prediksi pertandingan olahraga, profil atlet hingga berita unik lainnya dunia olahraga. Kabar Arena hadir dengan tiga segmen utama. Dunia sepakbola maupun internasional, mengisi segmen pertama. Segmen kedua berisi informasi dari dunia nonsepakbola dengan mengutamakan cabang otomotif, tenis, bulutangkis, tinju dan olahraga lainnya. Sementara di segmen terakhir berisi *flash news* sepakbola atau berupa profil dan prediksi serta humor-humor perkembangan olahraga lainnya.

Setiap awal pekan, Kabar Arena berisi rangkuman hasil pertandingan dari liga elite eropa yaitu: Inggris, Spanyol, Italia, Jerman dan lainnya dengan tambahan info klasemen, hasil pertandingan lengkap dan *top scorer*. Sementara setiap akhir pekan, Kabar Arena mengulas preview atau prediksi pertandingan dari tim-tim liga elite eropa tersebut dengan dukungan grafis lima pertemuan terakhir dan prediksi presentase untuk kedua tim yang akan bertanding.

### **Motif Penggunaan Media**

Motif adalah daya penggerak dalam diri seseorang untuk melakukan kegiatan tertentu demi mencapai suatu tujuan tertentu (Walgito, 2010: 107). Sedangkan pengertian motif penggunaan media yang dikenal dengan *Gratification Sought (GS)* menurut McQuail (dalam Kriyantono, 2007: 211) adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan oleh khalayak ketika menggunakan atau menyaksikan suatu jenis media tertentu. Dengan kata lain, khalayak akan memilih tayangan atau media tertentu dipengaruhi oleh sebab-sebab tertentu, yakni didasari oleh motif pemenuhan kebutuhan. Dapat dikatakan *Gratification Sought* dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai apa yang akan diberikan oleh media dan evaluasi seseorang mengenai isi media.

### **Kepuasan yang Diperoleh**

Kepuasan berkaitan dengan perasaan, apabila perasaan yang dirasakan telah sesuai

dengan harapan, serta dapat memenuhi kebutuhan maka kepuasan tersebut telah terpenuhi. Kepuasan yang diperoleh dari penggunaan media dikenal dengan *Gratification Obtained (GO)* menurut McQuail (dalam Kriyantono, 2007: 213) adalah sejumlah kepuasan nyata yang diperoleh individu atau terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan tertentu atau tanggapan setelah individu tersebut menggunakan atau menyaksikan sebuah media. *Gratification Obtained* ini mempertanyakan hal-hal yang khusus mengenai apa saja yang telah diperoleh setelah menggunakan media dengan menyebutkan acara atau rubrik tertentu secara spesifik.

### **Pengaruh**

Menurut Stuart, pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang difikirkan, dirasakan, dan dilakukan sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh merupakan suatu bagian dari komponen-komponen komunikasi yang terdiri dari komunikator, komunikasi, pesan, media, dan pengaruh. (Cangara, 2005:48).

Pengaruh adalah salah satu elemen dalam komunikasi yang sangat penting untuk mengetahui berhasil tidaknya komunikasi yang kita inginkan. Pengaruh dapat dikatakan mengenai jika perubahan yang terjadi pada penerima sama dengan tujuan yang diinginkan oleh komunikator.

Pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*) dan perilaku (*behavior*). Pada tingkat pengetahuan bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi dan perubahan pendapat. Perubahan sikap adalah adanya perubahan internal pada diri seseorang yang diorganisir dalam bentuk prinsip, sebagai hasil evaluasi yang dilakukannya terhadap suatu objek baik yang terdapat di dalam maupun diluar dirinya. Perubahan perilaku adalah perubahan yang terjadi dalam bentuk tindakan.

### **Teori Uses And Gratifications**

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Uses And Gratifications* (Teori Kegunaan dan Kepuasan). Teori *Uses And Gratifications* digunakan untuk menjelaskan suatu masalah yang akan diteliti dan membantu serta membimbing peneliti dalam

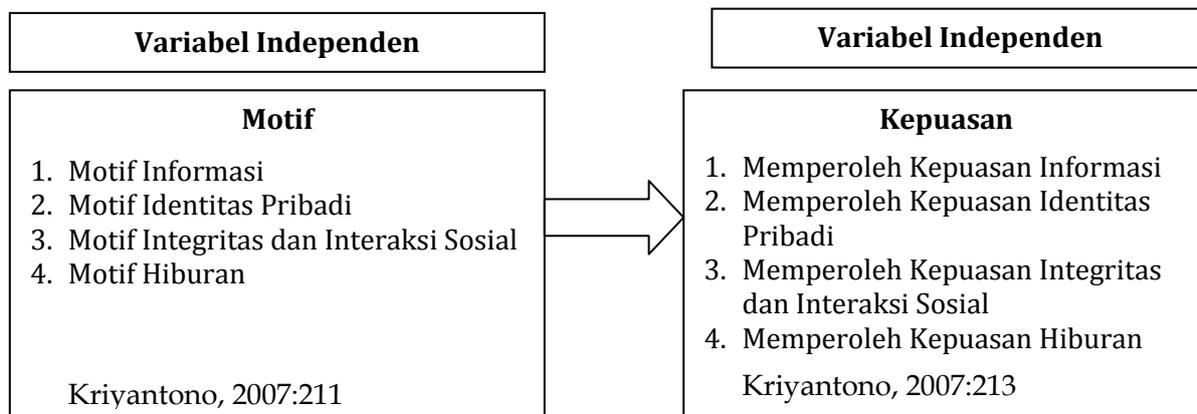
melakukan penelitiannya. Teori - teori yang relevan dengan permasalahan tersebut secara jelas, sistematis dan terarah. Teori yang relevan dalam penelitian ini adalah teori *Uses And Gratifications*.

Konsep mengukur kepuasan disebut GS (*Gratifications Sought*) dan GO (*Gratifications Obtained*). *Gratifications Sought* adalah motif seseorang yang mendorong seseorang untuk menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One. Sedangkan *Gratifications Obtained* adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah

menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One. Dengan kata lain menurut Palmgreen (dalam Kriyantono, 2007: 206), *Gratifications Obtained* dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai isi media tersebut.

### Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikiran peneliti untuk menghubungkan masalah dengan teori komunikasi, dimana teori yang digunakan harus sesuai dengan masalah yang akan diteliti.



Sumber : Olahan Peneliti, 2015

Dalam kerangka pemikiran ini penulis menggunakan teori *Uses and Gratifications* (Teori Kegunaan dan Kepuasan). Teori *Uses and Gratifications* (Teori Kegunaan dan Kepuasan) menjelaskan bahwa orang aktif memilih dan menggunakan media tertentu untuk memuaskan kebutuhan tertentu. Khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi kebutuhan khalayak (Kriyantono, 2006:206).

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode riset kuantitatif. Jenis penyajian data dalam penelitian ini adalah kuantitatif, yaitu nilai dari pembahasan yang dapat dinyatakan dalam angka. Analisis kuantitatif adalah analisis yang berupa data yang diperoleh dari responden yang telah dikumpulkan, kemudian dianalisis dan diperoleh dengan menggunakan teori statistik sebagai alat pemecahan masalah yang dihadapi, sehingga metode ini akan

memberikan kepastian dalam mengambil keputusan. (Sony, 2004: 267)

Sementara jenis atau tipe riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksplanasi. Eksplanasi dimaksudkan untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaaan, atau pengaruh satu variabel dengan yang lain. Jadi penelitian eksplanasi memiliki kredibilitas untuk mengukur hubungan sebab akibat dari dua atau beberapa variabel dengan menggunakan analisis statistik inferensial (Bungin, 2005: 38).

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Olahraga FKIP Universitas Riau. Jadwal penelitian dilaksanakan selama 3 bulan yang berlangsung pada bulan April–Juni 2015.

1. Tahap Persiapan : Tahap pengumpulan data, Januari - April 2015.
2. Tahap Pelaksanaan : Penyebaran Angket, Juni 2015.
3. Tahap Analisis Data : Dilakukannya analisis data terhadap data yang

diperoleh langsung dari lapangan pada awal bulan Juni 2015.

4. Tahap Pelaporan : Pelaporan hasil penelitian dilaksanakan pada akhir bulan Juni 2015.

### Populasi

Populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian (Sugiyono, 2010:215). Peneliti menjadikan Mahasiswa Jurusan Pendidikan Olahraga FKIP Universitas Riau yang aktif kuliah dan menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One sebagai populasi dalam penelitian ini.

### Sampel

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati (Kriyantono, 2006: 153). Sampel probabilitas yaitu sampel yang ditarik berdasarkan probabilitas di mana setiap unsur populasi mempunyai kemungkinan yang sama untuk dipilih melalui perhitungan secara sistematis (Kriyantono, 2006:154).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini merupakan hasil dari penyajian data yang diperoleh dari lapangan, adapun untuk mendapatkan data penulis menggunakan kuesioner. Setelah data terkumpul maka penulis mengklarifikasikan sesuai dengan permasalahan yang ada pada bab satu dan selanjutnya penulis mencari nilai frekuensi setiap jawaban yang telah diformulasikan dalam bentuk tabel.

Adapun rumus yang digunakan untuk menentukan besarnya persentase, maka penulis menggunakan rumus  $p = \frac{F}{N} \times 100\%$  untuk menginterpretasikan hasil-hasil dari kuesioner yang telah disebar (Sudjana, 2003: 40).

### A. Rekapitulasi dan Deskripsi Identitas Responden

Sebanyak 60 responden adalah berjenis kelamin laki-laki dan 14 responden berjenis kelamin perempuan. Responden dengan rentang usia < 18 tahun sebanyak 13 responden, usia 19-20 tahun sebanyak 22 responden, usia 21-22 tahun sebanyak 31 responden dan usia > 23 tahun sebanyak 8 responden. Sebanyak 42 responden Jurusan Pendidikan Keperawatan Olahraga, dan sebanyak 32 responden dari jurusan Penjaskes dan Rekreasi.

Responden dengan frekuensi menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One dalam seminggu, >5 kali sebanyak 12 responden, 3-5 kali seminggu sebanyak 33 responden dan <3 kali dalam seminggu sebanyak 29 responden. Responden dengan siapa menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One dengan Sendiri sebanyak 31 responden, dengan Keluarga sebanyak 17 responden, dengan Teman sebanyak 26 responden dan bersama Komunitas tidak ada responden yang memilih.

Responden dengan durasi menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One dalam seminggu >3 Jam sebanyak 10 responden, 1-3 Jam dalam seminggu sebanyak 37 responden, dan <1 Jam dalam seminggu sebanyak 27 responden. Hal ini menunjukkan responden terbanyak adalah responden dengan durasi sekitar 1-3 Jam dalam menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One dalam seminggu. Responden dengan media menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One sebanyak 70 responden menggunakan media Televisi, sebanyak 4 responden menggunakan media Youtube, dan dengan menggunakan media Streaming website tidak ada responden menggunakan media ini.

### B. Rekapitulasi Tanggapan Responden

Tabel 1 merupakan hasil rekapitulasi tanggapan responden atas pernyataan yang diajukan kepada responden melalui pengisian kuesioner.

**Tabel 1**  
**Rekapitulasi Jawaban Responden terhadap Variabel Independen**

No	Item Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Total Skor
1	Saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One karena ingin mengetahui berbagai peristiwa olahraga yang terjadi di lingkup Nasional dan Internasional.	43 (58,1%)	30 (41,9%)	- -	- -	- -	74 (100%)
2	Saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One karena ingin mengetahui jadwal dan hasil kompetisi pertandingan di skala Nasional dan Internasional.	23 (31,1%)	47 (63,5%)	4 (5,4%)	- -	- -	74 (100%)
3	Saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One karena ingin mengetahui informasi mengenai Klub olahraga.	38 (51,4%)	32 (43,2%)	4 (5,4%)	- -	- -	74 (100%)
4	Saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One karena ingin mengetahui informasi mengenai profil Atlet.	20 (27 %)	40 (54,1%)	12 (16,2%)	2 (2,7%)	- -	74 (100%)
5	Saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One karena ingin mengetahui informasi <i>feature</i> (berita kisah, sisi lain) berita olahraga.	13 (17,6%)	45 (60,8%)	13 (17,6%)	3 (4,1%)	- -	74 (100%)
6	Saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One karena ingin menemukan sikap-sikap <i>fairplay</i> yang ditunjukkan dalam pertandingan olahraga.	31 (41,9%)	33 (44,6%)	10 (13,5%)	- -	- -	74 (100%)
7	Saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One karena ingin menemukan model perilaku (misalnya sikap sportivitas) dari para Atlet yang diberitakan.	29 (39,2%)	37 (50%)	8 (10,8%)	- -	- -	74 (100%)
8	Saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One karena ingin meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri terutama di bidang olahraga.	39 (52,7%)	26 (35,1%)	9 (12,2%)	- -	- -	74 (100%)
9	Saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV	12 (16,2%)	51 (68,9%)	11 (14,9%)	- -	- -	74 (100%)

	One karena ingin mengetahui yang berkenaan dengan empati sosial (pertandingan amal, peduli penderita kanker) di dalam olahraga.						
10	Saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One karena ingin menemukan bahan percakapan tentang olahraga dengan orang lain.	12 (16,2%)	44 (59,5%)	16 (21,6%)	2 (2,7%)	-	74 (100%)
11	Saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One karena ingin bersantai dan mengisi waktu luang.	9 (12,2%)	45 (60,8%)	19 (25,7%)	1 (1,4%)	-	74 (100%)
12	Saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One karena ingin melepas kejenuhan dan kebosanan.	8 (10,8%)	36 (48,6%)	26 (35,1%)	3 (4,1%)	1 (1,4%)	74 (100%)
13	Saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One karena ingin memperoleh kesenangan dan hiburan.	12 (16,3%)	37 (50%)	24 (32,4%)	1 (1,4)	-	74 (100%)

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2015

**Tabel 2**  
**Rekapitulasi Jawaban Responden terhadap indikator Kepuasan pada Variabel Dependen**

No	Item Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Total Skor
1	Setelah saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One saya merasa puas karena dapat mengetahui berbagai peristiwa olahraga yang terjadi di lingkup Nasional dan Internasional.	33 (44,6%)	40 (54,1%)	1 (1,4%)	-	-	74 (100%)
2	Setelah saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One saya merasa puas karena dapat mengetahui jadwal dan hasil kompetisi pertandingan di skala Nasional dan Internasional.	22 (29,7%)	47 (63,5%)	5 (6,8%)	-	-	74 (100%)
3	Setelah saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One saya merasa puas karena dapat	18 (24,3%)	52 (70,3%)	4 (5,4%)	-	-	74 (100%)

	mengetahui informasi mengenai Klub olahraga.						
4	Setelah saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One saya merasa puas karena dapat mengetahui informasi mengenai profil Atlet.	14 (18,9%)	46 (62,2%)	10 (13,5%)	3 (4,1%)	1 (1,4%)	74 (100%)
5	Setelah saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One saya merasa puas karena dapat mengetahui informasi <i>feature</i> (berita kisah, sisi lain) berita olahraga.	13 (17,6%)	47 (63,5%)	13 (17,6%)	1 (1,4%)	-	74 (100%)
6	Setelah saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One saya merasa puas karena dapat menemukan sikap-sikap <i>fairplay</i> yang ditunjukkan dalam pertandingan olahraga.	22 (29,7%)	40 (54,1%)	12 (16,2%)	-	-	74 (100%)
7	Setelah saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One saya merasa puas karena dapat menemukan model perilaku (misalnya sikap sportivitas) dari para Atlet yang diberitakan.	20 (27,0%)	40 (54,1%)	14 (18,9%)	-	-	74 (100%)
8	Setelah saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One saya merasa puas karena dapat meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri terutama di bidang olahraga.	28 (37,8%)	43 (58,1%)	3 (4,1%)	-	-	74 (100%)
9	Setelah saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One saya merasa puas karena dapat mengetahui yang berkenaan dengan empati sosial (pertandingan amal, peduli penderita kanker) di dalam olahraga.	13 (17,6%)	46 (62,2%)	15 (20,3%)	-	-	74 (100%)
10	Setelah saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One saya merasa puas karena dapat	14 (18,9%)	35 (47,3%)	23 (31,1%)	2 (2,7%)	-	74 (100%)

	menemukan bahan percakapan tentang olahraga dengan orang lain.						
11	Setelah saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One saya merasa puas karena dapat bersantai dan mengisi waktu luang.	8 (10,8%)	45 (60,8%)	19 (25,7%)	2 (2,7%)	-	74 (100%)
12	Setelah saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One saya merasa puas karena dapat melepas kejenuhan dan kebosanan.	11 (14,9%)	40 (54,1%)	22 (29,7%)	1 (1,4)	-	74 (100%)
13	Setelah saya menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One saya merasa puas karena dapat memperoleh kesenangan dan hiburan.	12 (16,4%)	47 (64,4%)	14 (19,2%)	1 (1,4%)	-	74 (100%)

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2015

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang deskriptif yang menunjukkan bahwa kondisi penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian ini secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan bahwa sebagian besar tanggapan sangat setuju yang tinggi dari responden terhadap indikator-indikator dari variabel penelitian.

### C. Analisis Data

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas yang menggunakan SPSS *Windows* versi 17 pada tabel dengan

nama *item-total* statistik. Melihat validitas masing-masing butir pernyataan, *cronbach alpha* (dalam Azwar, 2004:158) mengatakan bahwa koefisien yang berkisar antara 0,30 sampai 0,50 telah dapat memberikan kontribusi yang baik terhadap efisiensi lembaga penelitian. Oleh karena itu, masing-masing butir pernyataan dikatakan valid apabila nilai dari *corrected item-total correlation* minimal sebesar 0,30. Ada pun hasil uji validitas pada pengujian kuisioner ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen**

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Motif	1	0,537	0,30	Valid
	2	0,389	0,30	Valid
	3	0,577	0,30	Valid
	4	0,672	0,30	Valid
	5	0,533	0,30	Valid
	6	0,525	0,30	Valid
	7	0,473	0,30	Valid
	8	0,436	0,30	Valid
	9	0,375	0,30	Valid
	10	0,357	0,30	Valid

	11	0,333	0,30	Valid
	12	0,558	0,30	Valid
	13	0,417	0,30	Valid
<b>Kepuasan</b>	1	0,456	0,30	Valid
	2	0,375	0,30	Valid
	3	0,679	0,30	Valid
	4	0,400	0,30	Valid
	5	0,554	0,30	Valid
	6	0,405	0,30	Valid
	7	0,386	0,30	Valid
	8	0,543	0,30	Valid
	9	0,375	0,30	Valid
	10	0,369	0,30	Valid
	11	0,480	0,30	Valid
	12	0,374	0,30	Valid
	13	0,361	0,30	Valid

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2015

Dari pengujian validitas dengan pengujian SPSS menyatakan bahwa semua butir pertanyaan dapat digunakan karena koefisien lebih besar dari 0,30 sehingga dapat dikatakan memenuhi syarat validitas dan untuk item yang memiliki koefisien di atas 0,30 berarti memberikan hasil yang memuaskan (Azwar, 2004:87) yang artinya item pertanyaan tersebut layak untuk dijadikan sebagai pertanyaan dalam penelitian ini.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan koefisien responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Variabel tersebut akan dikatakan reliabel jika *Cronbach's Alpha*-Nya memiliki nilai lebih besar dari 0,6 (Azwar, 2004:158). Adapun hasil uji reliabilitas pada pengujian kuisisioner sebagai berikut :

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Jumlah Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Variabel Independen: <i>Gratification Sought</i>	13	0,827	<b>Reliabel</b>
Variabel Dependen: <i>Gratification Obtained</i>	13	0,806	<b>Reliabel</b>

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2015

Dari tabel 4 di atas menunjukkan angka pada kolom *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk pernyataan merupakan dimensi seluruh variabel adalah reliabel artinya item-item pernyataan tersebut apabila ditanyakan kemudian hari kepada orang yang berbeda akan memiliki jawaban

yang sama. Hasil analisis selengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

## 3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk menguji apakah kedua variabel berpengaruh yaitu antara motif menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One terhadap kepuasan menonton yang diperoleh Mahasiswa Jurusan Pendidikan

Olahraga FKIP Universitas Riau, maka pengujian hipotesisnya akan dilakukan dengan menggunakan analisis statistik menggunakan rumus regresi linear sederhana, dengan rumusnya sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

X : Variabel Independen (Motif Menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One)

Y : Variabel Dependen (Kepuasan menonton yang Diperoleh Mahasiswa Jurusan Pendidikan Olahraga FKIP Univesitas Riau)

a : Nilai *intercept* (konstan) atau harga Y bila X = 0

b : Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

Nilai a dihitung dengan rumus:

$$a = \frac{\sum Y - b\sum X}{n}$$

Nilai b dihitung dengan rumus:

$$b = \frac{n\sum XY - \sum X\sum Y}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

**Tabel 5**  
**Rekapitulasi Perhitungan Statistik**

No	Variabel	Koefisien Regresi	T Hitung	T Tabel	Signifikansi
1.	Konstanta (a)	<b>9,603</b>	10,148	2,644	0,001
2.	Motif	<b>0,806</b>			

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2015

Berdasarkan tabel 5 terlihat hasil regresi linear sederhana, diperoleh nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah  $Y = 9,603 + 0,806 X$ . Bilangan konstanta (a) sebesar 9,603 dan koefisien variabel motif sebesar 0,806. Sementara itu t hitung 10,148 lebih besar jika dibandingkan dengan t tabel sebesar 2,644, dengan tingkat signifikansi 0,001 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ . Berdasarkan perhitungan statistik yang diperoleh, maka hipotesis untuk penelitian ini yaitu terdapat pengaruh antara motif menonton berita olahraga Kabar Arena TV One terhadap kepuasan menonton Mahasiswa Jurusan Pendidikan Olahraga

Univeritas Riau. Maka artinya bahwa  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak.

#### 4. Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi pada variabel lain (Sentosa dan Ashari, 2005: 125). Untuk menganalisanya dengan menggunakan *output* SPSS dapat dilihat pada tabel "Model Summary".

**Tabel 6**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.767 <sup>a</sup>	.589		583

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2015

Tabel "Model Summary" tersebut memperlihatkan bahwa nilai R = 0,767 dan

koefisien determinasi ( $R_{square}$ ) adalah sebesar 0,589 hasil dari pengkuadratan koefisien korelasi  $0,767 \times 0,767$ . Angka

tersebut menunjukkan pengertian bahwa sumbangan pengaruh variabel motif penggunaan terhadap kepuasan yang diperoleh adalah sebesar 58,9% dengan kategori pengaruh sedang. Sementara sisanya sebesar 41,1% dipengaruhi oleh indikator lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

## Pembahasan

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 berita olahraga Kabar Arena di TV One terhadap kepuasan menonton Mahasiswa Jurusan Pendidikan Olahraga FKIP Universitas Riau.. Dari nilai R menunjukkan korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen yakni bahwa nilai R sebesar 0,767 maka dari model *summary* di atas diketahui nilai  $R_{\text{Square}}$  sebesar 0,589 Artinya adalah terdapat pengaruh antara motif menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One terhadap kepuasan menonton Mahasiswa Jurusan Pendidikan Olahraga FKIP Universitas Riau, dengan pengaruh sebesar 58,9% yang dikategorikan berpengaruh sedang. Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti, bahwa motif menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One berpengaruh terhadap kepuasan menonton yang diperoleh Mahasiswa Jurusan Pendidikan Olahraga FKIP Universitas Riau. Hal ini disebabkan media televisi merupakan media yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada khalayak, di jadwal penayangannya berita olahraga Kabar Arena termasuk *prime time*. Kabar Arena merupakan satu dari beberapa program berita olahraga yang sangat populer dan merupakan program berita olahraga dengan rating yang cukup tinggi di Indonesia. Adanya kepuasan yang diperoleh Mahasiswa Jurusan Pendidikan Olahraga FKIP Universitas Riau dari motif menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One disebabkan Kabar Arena menyajikan informasi dengan kabar aktual

dari dunia olahraga tanah air dan dunia secara lugas dan mendalam,ulasan berita yang bersambung dari satu topik ke topik lain. Sehingga informasi yang disampaikan padat dan membutuhkan waktu yang tidak terlalu lama yang mudah dimengerti. Untuk tiap-tiap item pada masing masing indikator secara keseluruhan memang sama-sama dominan menyatakan setuju, namun untuk pernyataan pada indikator yang terdapat variabel dependen tidak melebihi pernyataan yang juga dominan setuju pada variabel independen. Hal inilah yang kemudian melalui perhitungan statistik diperoleh pengaruh yang cukup besar yaitu hanya berpengaruh sebesar 58,9% yang tergolong berpengaruh sedang.

Dalam temuan yang peneliti dapatkan, skor kepuasan menonton oleh khalayak masih masih belum mampu melebihi ekspektasi dari penggunaan media. Dari hasil penelitian ini terlihat bahwa skor mean pada variabel independen *GratificationSought* (motif penggunaan media) lebih besar dari pada skor mean variabel dependen *GratificationObtained* (kepuasan yang diperoleh), dimana skor *GratificationObtained* lebih kecil dibanding skor *GratificationSought* dengan selisih 0,7702 artinya kepuasan menonton yang diterima lebih kecil daripada motif menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One. Sementara untuk skor mean tiap kategori, untuk kategori motif informasi > kepuasan informasi dengan selisih 0,5271, motif identitas pribadi > kepuasan identitas pribadi dengan selisih 0,4189, motif integritas dan interaksi sosial > kepuasan integritas dan interaksi sosial dengan selisih 0,1081, dan motif hiburan < kepuasan hiburan dengan selisih 0,2838. Artinya motif menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One terhadap kepuasan menonton Mahasiswa Jurusan Pendidikan Olahraga FKIP Universitas Riau, hanya satu kategori tingkat kepuasan terpenuhi yakni, kepuasan hiburan dari ekpentasi motif hiburan.

## Kesimpulan

Hasil analisis yang ditemukan pada penelitian pengaruh motif menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One terhadap kepuasan menonton Mahasiswa Jurusan Pendidikan Olahraga FKIP Universitas Riau dan merupakan hasil dari pengolahan data regresi linear sederhana menggunakan *SPSS 17 for Windows*, menunjukkan hasil sebagai berikut:

- a. Nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah  $Y = 9,603 + 0,806 X$ . Bilangan konstanta (a) sebesar 9,603 dan koefisien variabel motif penggunaan media sebesar 0,806. Sementara itu t hitung lebih besar jika dibandingkan dengan t tabel sebesar 2,644, dengan tingkat signifikansi 0,001 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ . Berdasarkan perhitungan statistik yang diperoleh, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh antara motif menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One terhadap kepuasan menonton yang diperoleh Mahasiswa Jurusan Pendidikan Olahraga FKIP Universitas Riau. Maka artinya bahwa  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak.
- b. Berdasarkan tabel "Model Summary" memperlihatkan bahwa nilai  $R = 0,767$  dan koefisien determinasi ( $R_{\text{square}}$ ) adalah sebesar 0,589 hasil dari pengkuadratan koefisien korelasi  $0,767 \times 0,767$ . Angka tersebut menunjukkan pengertian bahwa sumbangan pengaruh variabel motif menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One terhadap kepuasan menonton yang diperoleh Mahasiswa Jurusan Pendidikan Olahraga FKIP Universitas Riau adalah sebesar 58,9%. Sementara sisanya sebesar 41,1% dipengaruhi oleh indikator lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Artinya motif menonton berita olahraga Kabar Arena di TV One memiliki pengaruh terhadap kepuasan menonton yang diperoleh Mahasiswa Jurusan Pendidikan Olahraga FKIP Universitas Riau dan besarnya pengaruh dengan kategori sedang.
- c. Dari hasil penelitian ini terlihat bahwa selisih skor mean  $GS >$  skor mean  $GO$

sebesar 0,7702 artinya kepuasan menonton yang diterima lebih kecil daripada motif menonton. Sementara untuk skor mean tiap indikator, untuk indikator motif informasi  $>$  kepuasan informasi dengan selisih 0,5271, motif identitas pribadi  $>$  kepuasan identitas pribadi dengan selisih 0,4189, motif integritas dan interaksi sosial  $>$  kepuasan integritas dan interaksi sosial dengan selisih 0,1081, sedangkan motif hiburan  $<$  kepuasan hiburan dengan selisih 0,2838. Artinya hanya kategori kepuasan hiburan yang terpenuhi.

- d. Teori *Uses and Gratification* menjelaskan khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebagai bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan serta bebas memilih. Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada khalayak. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media sangat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan. Khalayak mengkonsumsi media sesuai dengan kebutuhannya, antara khalayak satu dengan yang lain mempunyai kebutuhan yang berbeda ketika memutuskan untuk mengkonsumsi media. Hal ini terlihat dari tingkat kepuasan tiap karakteristik.

## Daftar Pustaka

- Azwar, Saifuddin. 2004. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ilham Z. 2010. *Media Massa Elektronik*. Jakarta: ISSI.
- Kriyantono, Rakhmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana  
Pernada Media Group.
- \_\_\_\_\_, 2007. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana  
Pernada Media Group.
- Mc.Quail, Denis. 2000. *Mass Communication Theories*, Fourth edition, Sage Publication, London.
- Rolnick, Tom E. Dkk. 2008. *Pengantar Dasar Jurnalisme (Scholastic Journalism)*. Edisi kesebelas. Jakarta: Kencana.
- 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
- Wahyudi, J.B. 2004. *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

## Jurnal

- Olga Dewi Chandra Kirana. 2010. Tingkat Kepuasan Pembaca di Kota Yogyakarta terhadap Berita Olahraga Surat Kabar Harian Jogja (Studi Deskriptif Kuantitatif tentang Tingkat Kepuasan Pembaca di Kota Yogyakarta terhadap Berita Olahraga Surat Kabar Harian Jogja). Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Atma Jaya  
Yogyakarta.

- Martius. 2015. Pengaruh Motif Penggunaan Media Online Bola.Net terhadap Kepuasan yang diperoleh Milanisti Indonesia Sezione Pekanbaru. Pekanbaru : Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.

## Sumber lain:

- [http://www.crayonpedia.org/mw/Merancang\\_Program\\_Siaran\\_TV](http://www.crayonpedia.org/mw/Merancang_Program_Siaran_TV), diakses pada tanggal 23 Maret 2013, 23:28
- [www.acnielsen.co.id](http://www.acnielsen.co.id), diakses 5 Januari 2015
- [www.fkip.unri.ac.id/sejarah-fkip-ur/](http://www.fkip.unri.ac.id/sejarah-fkip-ur/), diakses 21 Juni 2015