

## BAB V

### PENUTUP

#### V.1. Kesimpulan

Kesimpulan ini dibuat berdasarkan hasil temuan data di lapangan dan pembahasan yang diperoleh peneliti melalui pembagian kuesioner mengenai penelitian tentang Motif Penonton Surabaya Menonton Program Acara Netijen di Trans TV. Hal yang mendorong penonton untuk menonton program acara Netijen di Trans TV karena adanya beberapa motif yaitu motif informasi, motif identitas diri, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan.

Hal ini dapat disimpulkan sesuai hasil temuan bahwa di posisi pertama motif identitas diri memperoleh nilai angka *mean* tertinggi yaitu 3,02. Di posisi kedua ditempati oleh motif informasi dengan memperoleh nilai angka *mean* yaitu 2,87. Di posisi ketiga ditempati oleh motif hiburan dengan perolehan angka *mean* yaitu 2,61. Dan yang terakhir, motif integrasi dan interaksi sosial berada dalam posisi terendah dengan perolehan angka 2,50.

Pada motif identitas diri ini menyimpulkan alasan responden menonton program acara Netijen dengan membentuk teori kepribadian diri mereka karena usia mereka yang masih remaja yaitu usia 12-15 tahun, mereka membutuhkan sebuah pesan isi berita atau informasi dan ingin menyaring baik buruknya sebuah berita. Meski demikian dengan tayangan acara ini, program Netijen tidak mengurangi sisi hiburan bagi penonton sehingga penonton tidak merasa bosan. Pada dasarnya, alasan seseorang

masih mengkonsumsi sebuah media adalah untuk mencari informasi terkini atau yang sedang viral di dunia maya dan tontonan yang dapat menghibur penonton.

Pada motif integrasi dan interaksi sosial memperoleh nilai *mean* terendah yaitu 2,50 dan sesuai dengan deskripsi keseluruhan pernyataan motif integrasi dan interaksi sosial yang ada, dapat disimpulkan mereka merasa dapat bersosialisasi dari satu individu ke individu lainnya dan merasa mempunyai teman dan pemikiran yang sama dengan orang lain. Selain itu juga, peneliti hanya membagikan kuesioner kepada remaja yang masih menempuh pendidikan di tingkat SMP, SMA, Diploma, dan Sarjana, yang dimana mereka masih menjalani proses belajar di sekolah dan masih menyempatkan waktu untuk menonton program acara Netijen apabila mereka tidak melakukan aktivitas lainnya.

## **V.2. Saran**

### **V.2.1. Saran Akademis**

Pada penelitian Motif Penonton Surabaya Menonton Program Acara Netjen Di Trans TV, peneliti melakukan penelitian kuantitatif hanya terbatas sampai pada mengetahui motif penonton. Peneliti menyarankan agar penelitian ini dapat dilanjutkan hingga sampai pada tingkat kepuasan dari penonton program acara Netijen. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menganalisis isi program acara Netijen. Hal ini bertujuan agar penelitian bisa lebih beragam dan berguna bagi mahasiswa yang ingin mencari tahu respon penonton dalam kualitas tayangan program ini. Penelitian ini juga diharapkan bisa dilakukan di kota lain di Indonesia.

### **V.2.2. Saran Praktis**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti berharap pihak Trans TV dapat menambahkan acara-acara yang menghibur tanpa mengurangi kualitas terbaik yang lainnya bagi penonton program acara Netijen. Dikarenakan tujuan mereka menonton program Netijen agar mendapatkan sebuah informasi yang berkualitas dan dikombinasi dengan acara-acara yang lebih menghibur.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alyusi, Shiefti Dyah. (2018). *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Moral Sosial*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, Siti. (2015). *Komunikasi Massa (Suatu Pengantar) Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Effendy, Onong Udjana. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- \_\_\_\_\_. (2007). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Harini, Sri, M.Si., & Kusumawati, Ririen, S.Si.,M.Kom. (2007). *Metode Statistika*. Jakarta: PT. Prestasi Pustakaraya.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kuswandi, Wawan. (2008). *Komunikasi Massa Analisis Interaktif Budaya Massa*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Latief, Rusman, & Utud, Yusiatie. (2017). *Siaran Televisi Nondrama*. Jakarta: Prenada Media Group.
- McQuail, Denis. (1987). *Teori Komunikasi Massa*. Edisi Kedua. Jakarta:PT. Gelora Pratama.
- Morrison, M.A. (2015). *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Naratama. (2006). *Menjadi Sutradara Televisi*. Jakarta: PT. Grasindo Anggota Ikapi.

- Nasrullah, Rulli. (2014). *Komunikasi Antarbudaya: Di Era Budaya Siberia*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Nurudin, M.Si. (2015). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Pando, Melkyor B. (2017). *Hiruk Pikuk Jaringan Sosial Terhubung: Refleksi Filsafat Teknologi atas Jaringan Sosial Terhubung*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. (2014). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rivers, William L. (2015). *Media Massa & Masyarakat Modern*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Romli, Asep Syamsul M. (2014). *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa Cendika.
- Ruslan, Rosady. (2013). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Santrock, John W. (2007). *Remaja*. Jakarta: Erlangga.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. (2013). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Silalahi, Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Werang, Basilius Redan. (2015). *Pendekatan Kuantitatif dalam Penelitian*

*Sosial*. Yogyakarta: Calpulis.

Winarni. (2003). *Komunikasi Massa*. Malang: Universitas Muhammadiyah.

### **E-Journal Online :**

Angkari, Sherlycin. (2013). *Motif Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Program Good Morning Hard Rockers On SBO*. Universitas Kristen Petra

Surabaya. Volume 1 No.3. Halaman 36- 46.

Mooy, Ryzki Mentari Putri. (2015). *Motif dan Kepuasan Pemirsa Surabaya Dalam Menonton Sinetron “Tukang Bubur Naik Haji”*. Universitas Kristen Petra Surabaya. Volume 3 No. 2. Halaman 1-12

Prajarto, Nunung. (2018). *Netizen dan Infotainment: Studi Etnografi Virtual pada Akun Instagram @lambe\_turah*. Universitas Gadjah Mada Jogjakarta. Volume 15 No. 1. Halaman 33-46.

Sari, Aprilita. (2018). *Motif Penonton Sinetron Remaja di Surabaya Menonton Sinetron Dunia Terbalik di RCTI*. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Sari, Novita. (2016). *Motif Audiens Dalam Menonton Program Acara Berita Islami Masa Kini Di Trans TV*. Universitas Mulawarman Samarinda. Volume 1 No. 4. Halaman 200-214

Telengkeng, Helina (2014) *Motif Penonton Perempuan Surabaya Dalam Menonton Program Televisi “On The Spot” di Trans7*. Universitas Kristen Petra Surabaya. Volume 2 No. 3. Halaman 1-8.

Wardani, Fenny (2014) *Motif Penonton Surabaya Menonton Program*

*Acara Highlights Otomotif Di Trans7*. Universitas Kristen Petra Surabaya. Volume 2 No. 3. Halaman 1-11.

**Situs Online :**

Badan Pusat Statistik. (2010). “Penduduk Surabaya”, diunduh dari

(<http://sp2010.bps.go.id/index>), 09 Maret 2018, pukul 18:32 WIB.

Trans TV. (2016). “Profile Trans TV”, diunduh dari ([www.transtv.co.id/corporate /profile](http://www.transtv.co.id/corporate/profile)), 25 November 2018, pukul 19.45 WIB.

Trans TV. (2018). “Profile Netijen”, diunduh dari ([www.transtv.co.id](http://www.transtv.co.id)), 27 April 2019, pukul 17.32 WIB.