

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan di lapangan pada responden perempuan yang dilakukan, peneliti menarik beberapa kesimpulan mengenai motif penonton Surabaya dalam menonton program Hotman Paris Show InewsTV , Dilihat dari segi usianya, responden yang dominan dengan usia > 49 tahun mendapat kecenderungan yang tinggi dalam memenuhi kebutuhan informasinya melalui program tersebut. Berbeda dengan motif tersebut, pada Motif *Escape* ditemukan bahwa responden perempuan cenderung tinggi persentasenya dalam menonton program Hotman Paris Show. Untuk melakukan pelarian. Responden yang paling dominan menonton program Hotman Paris Show. Untuk Motif *Escape* berusia 46-49 tahun. menunjukkan bahwa responden yang berusia > 49 memiliki kecenderungan yang tinggi dalam menonton program Hotman Paris Show. Untuk memenuhi Motif *Pass Time*.

Disimpulkan bahwa Motif *Relaxation* berikutnya Motif *Enhacement* mendapatkan nilai paling tinggi dibandingkan 5 motif lainnya. Alasan yang mendorong Penonton Surabaya dalam memilih motif ini karena mereka bisa mengikuti program Hotman Paris Show InewsTV dengan rilex dan *enhacement* artinya program Hotman Paris Show bisa menyampaikan tentang pengetahuan masalah hukum dengan suasana yang rilex. Adapun *relaxation* yang mereka rasakan dan mudah memahami apa yang ingin mereka cari merupakan informasi berupa destinasi masalah hukum. Program ini termasuk kategori program *feature* edukasi hokum bagi penonton yang mana menyertakan informasi hukum di dalamnya.

Indikator motif yang mendapat nilai terendah pada penelitian ini adalah Motif Pass Time dan Motif Escape. Indikator ini berfokus pada penonton yang menonton program Hotman Paris Show InewsTV sebagai bukan sebagai bentuk pelarian dari rutinitas ataupun orang-orang di sekitarnya. Pada dasarnya, responden tidak kebanyakan tidak setuju, kalau alasan seseorang mengonsumsi sebuah program Hotman Paris Show adalah bukan pelepasan ketegangan berupa pelarian (escape) serta pengalihan. Karena dalam hal ini keinginan responden menilai bukan karena pass time dan escape, memang keinginan mengikuti program Hotman Paris Show.

Hasil yang peneliti temui di lapangan, ternyata penonton cenderung menonton program Hotman Paris Show InewsTV bukan untuk pelarian atau pengalihan semata. Hal ini menunjukkan bahwa teori yang dinyatakan tidak sesuai dengan pengaplikasiannya dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hasil yang telah dijabarkan di atas, peneliti menarik kesimpulan bahwa motif-motif tersebut dapat digolongkan. Ada dua kategori motif seseorang mengonsumsi media, yaitu proaktif dan pasif. Berdasarkan teori tersebut, dapat dikatakan bahwa responden yang cenderung memilih Motif Relaxation, Motif Enhacement, Motif Entertainmen dan Motif Information tergolong ke dalam kategori ini. Sedangkan motif yang tergolong kategori pasif adalah Motif Pass Time, dan Escape termasuk ke dalam golongan pasif.

Peneliti melakukan tabulasi silang terhadap identitas responden dengan indikator Motif Pass Time dan Escape. Peneliti melakukan tabulasi silang dengan dua indikator tersebut dikarenakan Motif Relaxation mendapat nilai mean tertinggi dan Motif Pass Time mendapat nilai terendah. Pada tabulasi identitas responden (usia), ditemukan bahwa

program Hotman Paris Show InewsTV paling banyak ditonton oleh responden yang berusia > 49 tahun.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademis

Pada penelitian ini, peneliti hanya terbatas hingga mengetahui motif penonton dalam menonton program Hotman Paris Show InewsTV. Peneliti menyarankan pada penelitian selanjutnya dilakukan sampai pada tahap kepuasan dari penonton ataupun dari segi motif namun menggunakan metode kualitatif.

Selain itu, peneliti menyarankan agar dilakukan penelitian mengenai analisis isi program Hotman Paris Show InewsTV. Adapun penelitian tersebut dapat dilakukan untuk mencari tahu kualitas informasi dari program Hotman Paris Show InewsTV.

5.2.2. Saran Praktis

Pada penelitian ini, saran dari peneliti untuk InewsTV agar lebih memperhatikan tayangan ataupun konten programnya agar sesuai dengan target audience yang dituju. Hal ini dikarenakan hasil yang peneliti temui di lapangan tidak sesuai dengan target audience yang diinginkan InewsTV. Selain itu, peneliti berharap agar program Hotman Paris Show InewsTV bisa terus menayangkan kota-kota ataupun daerah-daerah yang lain di Indonesia, salah satunya adalah kota Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Azwar, Saifuddin. 2013. Sikap Manusia. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Astuti, Rika, Syahrul R, dan Ermanto. 2012. Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Bungin, B. 2008. Sosiologi Komunikasi, Jakarta : Kencana Prenada Media Group

Badjuri, Adi. 2010. Jurnalistik Televisi. Yogyakarta: Graha Ilmu

Effendy, Onong Uhcjana. 2002. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

_____.Effendi, Sofian dan Tukiran , 2012. Metode Penelitian Survei, LP3ES, Jakarta.

Halim, Syaiful. 2015. Dasar-Dasar Jurnalistik Televisi. Yogyakarta. Deepublish

Kriyantono, Rachmat. 2014. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta. Kencana PrenadaMedia Group

Latief, Rusman & Utud, Yusiatie. (2017) Kreatif Siaran Televisi Hard News, Soft News, Drama, Non-Drama. Jakarta: Kencana Media Group

Morissan. 2015. Manajemen Media Penyiaran. Jakarta. PrenadaMedia Group

- McQuail, Denis. 2011. Teori Komunikasi. Jakarta. Salemba Humanika
- Nurudin. 2015. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta. PT RajaGrafindo Persada
- Romli, Khomsahrial. 2016. Komunikasi Massa. Jakarta. PT Grasindo
- Rakhmat, Jalaluddin. 2014. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung. PT Remaja Rosdakarya
- _____. 2012. Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Silalahi, Ulber. 2009. Metode Penelitian Sosial. Bandung PT Refika Aditama
- _____. 2015. Metode Penelitian Sosial Kuantitatif. Bandung. PT Aditama
- Sunarto. 2009. Televisi, Kekerasan, dan Perempuan. Jakarta. PT Kompas Media Nusantara
- Wiryanto. 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta. Grasindo
- West, Richard & Turner, Lynn H. 2014. Pengantar Teori Komunikasi. Jakarta Salemba Humanika

Jurnal

- Nugroho, Timotius Arief. 2010. Motif dan Kepuasan Mahasiswa Dalam Menonton Program Kick Andy. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi. Universitas Kristen Satya Wacana. Vol 2 No 1

Siswanto, Ivendo. 2015. Motif Masyarakat Surabaya Menonton Program Acara Indonesia Lawak Klub di Trans 7. Jurnal E-Komunikasi. Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Kristen Petra. Volume 3. No. 2

Telengkeng, Herlina. 2014. Motif Penonton Surabaya Dalam Menonton Program Televisi “On The Spot” di Trans7. Jurnal E-Komunikasi. Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Kristen Petra. Volume 2. No. 3

Wardani, Fenny. 2014. Motif Penonton Surabaya Menonton Acara Program Highlights Otomotif di Trans7. Jurnal E-Komunikasi. Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Kristen Petra. Volume 3. No 2

Yuniati, Ina. 2010. Motif Remaja dalam Menonton Tayangan Reality Show Termehek-Mehek di Trans TV (Studi pada Remaja Desa Bumiaji RW. 01 Kecamatan Bumiaji-Batu).

Online

<http://www.tribunnews.com/seleb/2017/12/29/kpi-tegur-acara-hotman-paris-gara-gara-bahas-soal-keperawanan-nafa-urbach>

<https://celebrity.okezone.com/topic/37450/hotman-paris-show>

<https://celebrity.okezone.com/read/2017/11/24/598/1820177/wow-hotman-paris-bakal-pandu-acara-baru-hotman-paris-show>

<http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34248-warning-untuk-program-hotman-paris-show-di-i-news-tv>

<http://dispendukcapil.surabaya.go.id/statistik/index.php>