

**KEPUASAN PENONTON SURABAYA DALAM MENONTON
TAYANGAN *INDONESIAN IDOL* DI TELEVISI DAN *YOUTUBE***

SKRIPSI



Disusun Oleh:
Hansel Richard Gunawan
NRP. 1423017087

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2020

SKRIPSI

**KEPUASAN PENONTON SURABAYA DALAM MENONTON
TAYANGAN *INDONESIAN IDOL* DI TELEVISI DAN *YOUTUBE***

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh:

Hansel Richard Gunawan

NRP. 1423017087

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2020**

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini saya,

Nama : Hansel Richard Gunawan

NRP : 1423017087

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam Skripsi yang berjudul :

KEPUASAN PENONTON SURABAYA DALAM MENONTON TAYANGAN *INDONESIAN IDOL* DI TELEVISI DAN *YOUTUBE*

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebut sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar kesarjanaan saya dicabut.

Surabaya, 15 Januari 2021

Penulis,



Hansel Richard Gunawan

NRP. 1423017087

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

“KEPUASAN PENONTON SURABAYA DALAM MENONTON TAYANGAN *INDONESIAN IDOL* DI TELEVISI DAN YOUTUBE”

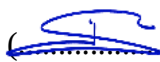
Oleh:

Hansel Richard Gunawan

NRP.1423017087

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan Skripsi untuk diajukan ke tim penguji Skripsi.

Pembimbing I : Yuli Nugraheni S.Sos, M.Si.

()

NIDN.0630077303

Pembimbing II : Brigita Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom. ()

NIDN.0715108903

Surabaya, 15 Januari 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Pada : Jumat, 15 Januari 2021

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan,



Yuli Nugraheni, S.Sos., M. Si.

NIDN. 06330077303

Dewan Penguji:

- | | | |
|---------------|---|---------|
| 1. Ketua | : Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.I.Kom. | (.....) |
| | NIDN. 0725058704 | |
| 2. Sekretaris | : Yuli Nugraheni S.Sos, M.Si. | (.....) |
| | NIDN. 0630077303 | |
| 3. Anggota | : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom. | (.....) |
| | NIDN. 0702087602 | |
| 4. Anggota | : Brigitta Revia S., S.I.Kom., M. Med. Kom. | (.....) |
| | NIDN. 0715108903 | |

LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Hansel Richard Gunawan
NRP : 1423017087
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyetujui Skripsi/Karya Ilmiah saya

Judul : **KEPUASAN PENONTON SURABAYA DALAM MENONTON
TAYANGAN *INDONESIAN IDOL* DI TELEVISI DAN *YOUTUBE***

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 15 Januari 2021

Penulis,



Hansel Richard Gunawan

NRP. 1423017087

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis bersyukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasihnya, penulis dapat menyelesaikan pengerjaan Skripsi ini. Tak lupa penulis juga berterima kasih yang terutama kepada keluarga dan teman-teman yang telah memberikan dukungan doa kepada saya sehingga penulis dapat menyelesaikan pengerjaan Skripsi hingga sampai saat ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan pengerjaan Skripsi dengan judul “Kepuasan Penonton Surabaya Dalam Menonton Tayangan *Indonesian Idol* di Televisi dan *Youtube*”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi dan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis juga berterima kasih atas dukungan keluarga dan juga teman-teman saya yang memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Penulis ingin berterima kasih dan memberikan apresiasi kepada:

1. Orang tua penulis, Go In selaku papa dan Tan Sutji Meti selaku mama yang dicintai oleh penulis. Jose Anderson selaku adik yang dikasihi penulis. Tanpa dukungan dan doa dari papa, mama dan adik, penulis kiranya tidak bisa menyelesaikan Skripsi ini dengan baik dan tepat.
2. Keluarga yang dikasihi oleh penulis, yaitu keluarga dari papa dan juga mama, yang telah memberikan dukungan dan dorongan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
3. Yuli Nugraheni., S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan Dosen Pembimbing I dari penulis yang selalu mendukung dan menyediakan waktu luang untuk membimbing penulis dari awal pengerjaan sampai selesainya Skripsi ini. Terima kasih atas bimbingannya.
4. Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom. selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan Dosen Pembimbing II dari penulis yang selalu mendukung dan menyediakan waktu luang untuk membimbing penulis dari awal pengerjaan sampai selesainya Skripsi ini. Terima kasih atas bimbingannya.

5. Teman-teman seperjuangan penulis di kampus yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis, hingga selesainya Skripsi ini.
6. Teman-teman lama penulis yang berasal dari Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada saya, hingga Skripsi ini selesai.
7. Teman-teman terdekat penulis dari Gereja GBT Mawar Saron dan juga Gereja GBI Gosyen Blessing yang telah memberikan support dan motivasi dan doa kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan dalam pengerjaan Skripsi ini hingga selesai. Tuhan memberkati kita semua.

Surabaya, 15 Januari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM.....	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xxi
ABSTRACT	xxii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Rumusan Masalah	9
I.3. Tujuan Penelitian	9
I.4. Batasan Masalah	9
I.4.1 Subjek Penelitian	9

I.4.2 Objek Penelitian	9
I.5. Manfaat Penelitian	10
I.5.1 Manfaat Teoritis.....	10
I.5.2 Manfaat Praktis	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	11
II.1. Penelitian Terdahulu	11
II.2. Kerangka Teori	15
II.2.1 Teori <i>Uses and Gratifications</i>	15
II.2.2 Media <i>Uses</i>	16
II.2.3 <i>Gratification Sought & Gratification Obtained</i>	17
II.2.4 Indikator Kepuasan Televisi dan <i>Youtube</i>	17
II.2.4.1 Indikator Kepuasan Televisi	17
II.2.4.2 Indikator Kepuasan <i>Youtube</i>	19
II.2.5 Media Televisi (Televisi)	21
II.2.6 Program Musik	21
II.2.7 <i>New Media (Youtube)</i>	22
II.2.8 Penonton	23
II.3. Nisbah Antar Konsep	23
II.4. Bagan Kerangka Konseptual	25
II.5. Hipotesis.....	26
BAB III. METODE PENELITIAN	27

III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	27
III.2. Metode	27
III.3. Identifikasi Variabel Penelitian	28
III.4. Definisi Konseptual	28
III.4.1 <i>Gratification Sought</i>	28
III.4.2 <i>Gratification Obtained</i>	28
III.5. Definisi Operasional	28
III.5.1 Kepuasan yang dicari (Televisi)	28
III.5.2 Kepuasan yang didapat (Televisi)	30
III.5.3 Kepuasan yang dicari (<i>Youtube</i>).....	32
III.5.4 Kepuasan yang didapat (<i>Youtube</i>)	33
III.6. Populasi dan Sampel.....	35
III.6.1 Populasi.....	35
III.6.2 Sampel	36
III.7. Teknik Penarikan Sampel	37
III.8. Teknik Pengumpulan Data.....	38
III.9. Teknik Validitas dan Reliabilitas	39
III.9.1 Uji Validitas	39
III.9.2 Uji Reliabilitas.....	40
III.10. Teknik Analisis Data	40
III.10.1 Uji T (<i>Paired Sample Test</i>).....	42

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian	44
IV.1.1 Program <i>Indonesian Idol</i>	44
IV.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	50
IV.2.1 Uji Validitas.....	50
IV.2.2 Uji Reliabilitas	54
IV.3 Hasil Penelitian	56
IV.3.1 Deskripsi Identitas Responden	56
IV.3.2 Deskripsi Indikator <i>Gratification Sought</i> (Televisi)	59
IV.3.2.1 <i>Pass Time</i>	59
IV.3.2.2 <i>Entertainment</i>	61
IV.3.2.3 <i>Information</i>	62
IV.3.2.4 <i>Escape</i>	64
IV.3.2.5 <i>Relaxation</i>	65
IV.3.2.6 <i>Status-Enhancement</i>	67
IV.3.3 Deskripsi Indikator <i>Gratification Obtained</i> (Televisi)	68
IV.3.3.1 <i>Pass Time</i>	68
IV.3.3.2 <i>Entertainment</i>	70
IV.3.3.3 <i>Information</i>	72
IV.3.3.4 <i>Escape</i>	73
IV.3.3.5 <i>Relaxation</i>	74

IV.3.3.6 <i>Status-Enhancement</i>	76
IV.3.4 Deskripsi Indikator <i>Gratification Sought (Youtube)</i>	77
IV.3.4.1 <i>Social Interaction</i>	78
IV.3.4.2 <i>Information Seeking</i>	79
IV.3.4.3 <i>Pass Time</i>	81
IV.3.4.4 <i>Entertainment</i>	82
IV.3.4.5 <i>Relaxation</i>	83
IV.3.4.6 <i>Communicatory Utility</i>	85
IV.3.4.7 <i>Convenience Utility</i>	86
IV.3.5 Deskripsi Indikator <i>Gratification Obtained (Youtube)</i>	88
IV.3.5.1 <i>Social Interaction</i>	88
IV.3.5.2 <i>Information Seeking</i>	90
IV.3.5.3 <i>Pass Time</i>	91
IV.3.5.4 <i>Entertainment</i>	92
IV.3.5.5 <i>Relaxation</i>	94
IV.3.5.6 <i>Communicatory Utility</i>	95
IV.3.5.7 <i>Convenience Utility</i>	97
IV.3.6 Deskripsi Tabulasi Silang.....	98
IV.3.6.1 Tabulasi Silang GSGO Televisi.....	98
IV.3.6.2 Tabulasi Silang GSGO Youtube.....	100
IV.3.7 Deskripsi <i>T Test</i>	102

IV.3.7.1 <i>T Test Gratification Sought (GS) dan Gratification Obtained (GO) Televisi</i>	103
IV.3.7.2 <i>T Test Gratification Sought (GS) dan Gratification Obtained (GO) Youtube</i>	103
IV.4 Pembahasan.....	104
BAB V. PENUTUP	108
V.1 Kesimpulan.....	108
V.2 Saran	108
V.2.1 Saran Akademis	109
V.2.2 Saran Praktis	109
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	114

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel IV.1 R-tabel Uji Validitas.....	50
Tabel IV.2 Uji Validitas <i>Gratification Sought</i> (GS) dan <i>Gratification</i> <i>Obtained</i> (GO) (Televisi)	51
Tabel IV.3 Uji Validitas <i>Gratification Sought</i> (GS) dan <i>Gratification</i> <i>Obtained</i> (GO) (Youtube).....	53
Tabel IV.4 Hasil Pengujian Reliabilitas Televisi	55
Tabel IV.5 Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Youtube</i>	55
Tabel IV.6 Identitas Responden Televisi dan <i>Youtube</i>	56
Tabel IV.7 Deskripsi Indikator <i>Pass Time</i>	59
Tabel IV.8 Deskripsi Indikator <i>Entertainment</i>	61
Tabel IV.9 Deskripsi Indikator <i>Information</i>	63
Tabel IV.10 Deskripsi Indikator <i>Escape</i>	64
Tabel IV.11 Deskripsi Indikator <i>Relaxation</i>	66
Tabel IV.12 Deskripsi Indikator <i>Status-Enhancement</i>	67
Tabel IV.13 Deskripsi Indikator <i>Pass Time</i>	69
Tabel IV.14 Deskripsi Indikator <i>Entertainment</i>	70
Tabel IV.15 Deskripsi Indikator <i>Information</i>	72
Tabel IV.16 Deskripsi Indikator <i>Escape</i>	73

Tabel IV.17 Deskripsi Indikator <i>Relaxation</i>	75
Tabel IV.18 Deskripsi Indikator <i>Status-Enhancement</i>	76
Tabel IV.19 Deskripsi Indikator <i>Social Interaction</i>	78
Tabel IV.20 Deskripsi Indikator <i>Information Seeking</i>	79
Tabel IV.21 Deskripsi Indikator <i>Pass Time</i>	81
Tabel IV.22 Deskripsi Indikator <i>Entertainment</i>	82
Tabel IV.23 Deskripsi Indikator <i>Relaxation</i>	84
Tabel IV.24 Deskripsi Indikator <i>Communicatory Utility</i>	85
Tabel IV.25 Deskripsi Indikator <i>Convenience Utilty</i>	87
Tabel IV.26 Deskripsi Indikator <i>Social Interaction</i>	88
Tabel IV.27 Deskripsi Indikator <i>Information Seeking</i>	90
Tabel IV.28 Deskripsi Indikator <i>Pass Time</i>	91
Tabel IV.29 Deskripsi Indikator <i>Entertainment</i>	93
Tabel IV.30 Deskripsi Indikator <i>Relaxation</i>	94
Tabel IV.31 Deskripsi Indikator <i>Communicatory Utility</i>	96
Tabel IV.32 Deskripsi Indikator <i>Convenience Utilty</i>	97
Tabel IV.33 Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin dengan <i>Mean GSGO</i>	99
Tabel IV.34 Tabulasi Silang Antara Frekuensi Menonton dengan <i>Mean GSGO</i>	99
Tabel IV.35 Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin dengan <i>Mean GSGO</i>	101
Tabel IV.36 Tabulasi Silang Antara Frekuensi Menonton	

dengan <i>Mean</i> GSGO.....	101
Tabel IV.37 <i>T Test</i> Televisi.....	103
Tabel IV.38 <i>T Test Youtube</i>	103
Tabel IV.39 Perbandingan <i>Mean</i> GS dan GO (Televisi)	104
Tabel IV.40 Perbandingan <i>Mean</i> GS dan GO (<i>Youtube</i>).....	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Logo <i>Indonesian Idol</i>	5
Gambar I.2 Logo <i>Youtube</i>	6
Gambar II.1 Bagan Kerangka Konseptual	25
Gambar III.I BPS Kota Surabaya Tahun 2020	36
Gambar IV.1 <i>Press Conference Indonesian Idol Special Season</i>	48
Gambar IV.2 Lyodra Ginting, Pemenang <i>Indonesian Idol X</i>	49
Gambar IV.3 <i>Indonesian Idol Special Season “A New Chapter”</i>	49

DAFTAR LAMPIRAN

KUESIONER TELEVISI.....	113
KUESIONER YOUTUBE	120
IDENTITAS RESPONDEN TELEVISI.....	127
IDENTITAS RESPONDEN <i>YOUTUBE</i>	129
UJI VALIDITAS TELEVISI (GS).....	131
UJI VALIDITAS TELEVISI (GO)	135
UJI VALIDITAS <i>YOUTUBE</i> (GS).....	139
UJI VALIDITAS <i>YOUTUBE</i> (GO).....	143
UJI RELIABILITAS TELEVISI (GS)	148
UJI RELIABILITAS TELEVISI (GO).....	149
UJI RELIABILITAS <i>YOUTUBE</i> (GS).....	150
UJI RELIABILITAS <i>YOUTUBE</i> (GO)	151
<i>MEAN</i> TELEVISI (GS)	152
<i>MEAN</i> TELEVISI (GO).....	156
<i>MEAN YOUTUBE</i> (GS).....	160
<i>MEAN YOUTUBE</i> (GO)	165
TABULASI SILANG TELEVISI GSGO (JENIS KELAMIN).....	170
TABULASI SILANG TELEVISI GSGO (FREKUENSI MENONTON)	172
TABULASI SILANG <i>YOUTUBE</i> GSGO (JENIS KELAMIN)	174

TABULASI SILANG <i>YOUTUBE</i> GSGO (FREKUENSI MENONTON).....	177
<i>T Test</i> (TELEVISI)	179
<i>T Test</i> (<i>YOUTUBE</i>).....	181

ABSTRAK

Hansel Richard Gunawan. NRP.1423017087. *KEPUASAN PENONTON SURABAYA DALAM MENONTON TAYANGAN INDONESIA IDOL DI TELEVISI DAN YOUTUBE.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan penonton Surabaya dalam menonton tayangan *Indonesian Idol* di televisi dan *youtube*. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori *Uses and Gratification* dengan indikator variabel *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO) untuk Televisi dan *Youtube*. Objek penelitian ini adalah kepuasan dan subjek penelitian ini adalah penonton surabaya yang berusia 15-54 tahun yang pernah menonton tayangan *Indonesian Idol*. Indikator kepuasan pada televisi yaitu: *pass time*, *entertainment*, *information*, *escape*, *relaxation*, dan *status enhancement*. Indikator kepuasan pada *youtube* yaitu: *social interaction*, *information seeking*, *pass time*, *entertainment*, *relaxation*, *communicatory utility*, dan *convenience utility*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif dan metode survei menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Pada penelitian ini kepuasan penonton surabaya dalam menonton tayangan *Indonesian Idol* di televisi dan *youtube* menunjukkan perbandingan *mean* GS GO pada televisi dan *youtube* adalah puas.

Kata Kunci : Kepuasan, Penonton Surabaya, *Gratification Sought*, *Gratification Obtained*, *Indonesian Idol*, Televisi, *Youtube*.

ABSTRACT

Hansel Richard Gunawan. NRP.1423017087. *SATISFICATION OF AUDIENCE IN SURABAYA BY WATCHING INDONESIAN IDOL ON TELEVISION AND YOUTUBE.*

This study aims to know the satisfication of audience in Surabaya by watching Indonesian Idol on television and youtube. In the research, the researcher are using Uses and Gratification theory with variable indicator Gratification Sought (GS) and Gratification Obtained (GO) for Television dan Youtube. The object of research is satisfication and the subject of research is audience in Surabaya who 15-24 years old and also once watching Indonesian Idol. The indicator of satisfication on television is: pass time, entertainment, information, escape, relaxation, dan status enhancement. The indicator of satisfication on youtube is: social interaction, information seeking, pass time, entertainment, relaxation, communicatory utility, dan convenience utility. This research is using the quantitative as the approach with explanative research and survey as the method using questionnaire to collect data. In the research, satisfication of audience in surabaya by watching Indonesian Idol on television and youtube show ratio of mean GS GO of television and youtube is satisfied.

Keywords : Satisfication, Audience In Surabaya, Gratification Sought, Gratification Obtained, Indonesian Idol, Television, Youtube.