

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil temuan data dan pembahasan yang diperoleh dari pembagian kuisioner. Motif Penonton Surabaya dalam Menonton Program Acara Heits Abis di Trans7 adalah motif hiburan, motif kedua adalah motif informasi, motif ketiga adalah identitas pribadi, dan motif keempat adalah motif integrasi dan interaksi sosial. Sedangkan pada identitas responden, hal yang menarik bagi peneliti adalah pada usia, karena usia terbanyak yang menonton program Heits Abis adalah usia > 50 tahun dengan jumlah 36 orang.

Pada penelitian ini, motif hiburan merupakan motif yang paling dominan jika dibandingkan dengan motif lainnya. Meski demikian, hal ini tidak menghilangkan sisi informasi dari acara infotainment tersebut. Hal ini dapat terlihat dari banyaknya jawaban responden yang juga cukup banyak pada motif informasi, meskipun tidak sebanyak motif hiburan.

Hasil tabulasi silang pada penelitian kali ini, motif hiburan disilangkan dengan identitas responden mulai dari Jenis Kelamin, Usia, dan Durasi Menonton. Jenis Kelamin pada Motif Hiburan yang paling dominan terletak pada jenis kelamin perempuan dengan total prosentase sebesar 96,6%. Kemudian identitas responden menurut usia yang paling dominan pada Motif Hiburan yaitu usia > 50 tahun dengan total prosentase sebesar 97,2%. Sedangkan identitas responden menurut durasi menonton yang paling dominan pada motif hiburan terletak pada responden yang

cenderung menonton program Heits Abis selama 30 menit dengan prosentase sebesar 96,7%.

## **V.2 Saran**

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

Pada penelitian ini, peneliti hanya terbatas sampai pada mengetahui motif audiens. Disarankan untuk penelitian berikutnya diharapkan dapat menganalisis sampai pada tingkat kepuasan dari penonton program Heits Abis.

Selain itu untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat meneliti tingkah laku yang terdapat dalam program Heits Abis dengan menggunakan metode kualitatif.

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

Pada penelitian ini, saran dari peneliti untuk program Heits Abis agar lebih menguatkan kembali mengenai informasi-informasi seputar selebritis, tidak kebanyakan hanya memasukkan mengenai orang iseng. Selain itu, untuk Trans7 sebagai stasiun televisi, untuk menetapkan jam siaran secara paten, agar dapat dilihat oleh banyak masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT Cita Aditya Bakti.

\_\_\_\_\_. 2017. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Hadinoto, Siti Rahayu. 2014. *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teori Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Kutanto, Haronas & Apriandi, Yousep Eka. 2017. *TV Programming News & Entertainment*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.

Latief, Rusman & Utud, Yusiatie. 2015. *Siaran Televisi Non-Drama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Morissan. 2015. *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.

Severin, Werner J. & James W. Tankard, Jr., 2017. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media.

Nurudin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta :PT Raja Grafindo Persada.

Rakmat, Jalaluddin. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT Remaja

Rosdakarya.

Ruslan, Rosady. 2017. *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*. Jakarta  
: PT Raja Grafindo Persada.

Silalahi, Ulber. 2015. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama

Sobur, Alex. 2016. *Psikologi Umum*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Sugiyono. 2014. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV alfabeta.

Unde, Andi Alimuddin. 2014. *Televisi dan Masyarakat Pluralistik*. Jakarta:  
Prenada Media Group.

#### **Jurnal :**

Angkari, Sherlycin. 2013. “Motif Masyarakat Surabaya dalam Menonton Program  
*Good Morning Hard Rockers on SBO*”. *Jurnal E-Komunikasi*. Vol 1, No  
3, 38-40.

Hastjarjo, Sri. 2007. “Teknologi Digital dan Dunia Penyiaran”. Program Studi Ilmu  
Komunikasi Universitas Sebelas Maret Surakarta. *Journal Komunikasi  
Massa*. Vol 1, No 1, Hal 35-40

Herlina, & Diana Amalia (2009). Motif Masyarakat Menonton *Reality Show Be A  
Man* di Global Tv. *Jurnal E-Komunikasi*, Vol 1, No 2, 94-101.

- Izzati, Nurul. 2015. Motif Penggunaan *Gadget* Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga. *Jurnal Komunikasi ASPIKOM*, Vol 2, No 5, 375-380
- Ruggiero, Thomas E. 2000. “*Uses and Gratification in 21 Century*”. *Mass Communication and Society*, Vol 3, No 1, Hal 3-37.
- Siswanto, Ivendo. 2015. “Motif Masyarakat Surabaya Menonton Program Acara Indonesia Lawak Klub di Trans 7”. *Jurnal E-Komunikasi*, Vol 3, No 2, Hal 2-8.
- Triwardani, R. (2012). “Etnografi Pemirsa dan Penggunaan Televisi dalam Keluarga”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 85-89. Diunduh dari <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=130664&val=5410>
- Utomo, Dea Anggraeni. 2013. “Motif Pengguna Jejaring Sosial *Google+* di Indonesia”. *Jurnal E-Komunikasi*, Vol 1, No 3, Hal 148-155.
- Yuwono, Eric. 2013. “Kepuasan Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Program *Variety Show Dahsyat Di RCTI*”. *Jurnal E-Komunikasi*. Vol 1, No 1, Hal 1-11.
- Wijaya, Tjoa Cynthia Anggraini. 2013. Motif Masyarakat Surabaya dalam Menggunakan *Iphone*. *Jurnal E-Komunikasi*, Vol 1, No 1, Hal 2-9

**Online**

Surat Edaran Untuk Program Heits Abis (2019, 13 September). KPI [On-line].

Diakses pada tanggal 24 November 2019 dari website

<https://www.kpi.go.id/index.php/id/edaran-dan-sanksi/35287-surat->

[teguran-tertulis-untuk-program-siaran-heits-abis-trans-7](https://www.kpi.go.id/index.php/id/edaran-dan-sanksi/35287-surat-teguran-tertulis-untuk-program-siaran-heits-abis-trans-7)

Deskripsi Program Heits Abis (2019, 14 September). Trans7 [On-line]. Diakses

pada tanggal 5 November 2019 dari website <http://www.trans7.co.id/about>,