

TINGKAT KEPUASAN MENONTON PROGRAM INDONESIA LAWYERS CLUB TVONE DI KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS SRIWIJAYA KAMPUS INDRALAYA

Amina¹, Faisal Nomaini¹, Nurly Meilinda¹

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya
(*corresponding author*: amina@gmail.com)

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa menonton program siaran *talkshow* Indonesia Lawyers Club. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Uses and Gratification Theory*, Model *Expectancy and Values*. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan alat bantu kuesioner. Responden penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Inderalaya yang menonton acara Indonesia Lawyers Club. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan menonton program siaran *talkshow* Indonesia Lawyers Club di TVOne dikalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Inderalaya adalah cukup tinggi. Dengan melihat rasio skor kebutuhan pengguna dengan menonton program siaran *talkshow* Indonesia Lawyers Club di TVOne, hasil perhitungan nilai rata-rata GS (3,318) lebih besar dari nilai GO (3,289). Maka, nilai perhitungan tingkat kepuasan menonton program siaran *talkshow* Indonesia Lawyers Club di TVOne dikalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Inderalaya adalah sebesar 3,304 dengan kategori cukup tinggi.

Kata kunci: *uses and gratification theory*; penggunaan dan kepuasan media; kebutuhan informasi politik

PENDAHULUAN

Televisi merupakan salah satu media massa elektronik yang memiliki posisi istimewa dalam kehidupan masyarakat. Sunardian Wirodono (2005) mengatakan bahwa, sebagai primadona media, televisi telah memberikan imbas yang luar biasa besar bagi kehidupan masyarakat. Bahkan kehadirannya yang masif dengan bau kapitalistiknya yang kental, secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh pada perilaku dan pola pikir masyarakat Indonesia. Apalagi dalam deretan media informasi, media ini memiliki daya penetrasi yang jauh lebih besar daripada media lainnya.

Berdasarkan hasil survei Nielsen yang bernama Survei *Consumer Media View* (CMV) yang dilakukan pada tahun 2017 lalu, menunjukkan bahwa tingkat penetrasi media massa televisi mencapai 96 persen. Menduduki peringkat pertama diantara semua media massa. Sedangkan Radio berada di urutan keempat dengan 37 persen. Dengan besarnya angka nilai penetrasi televisi, menunjukkan bahwa televisi merupakan media massa yang saat ini menjadi sumber informasi

utama dan sarana edukasi sekaligus hiburan bagi masyarakat. Selain itu, hal tersebut juga menunjukkan bahwa proses pengiriman pesan saat ini sudah dapat dilakukan dengan lebih mudah. Kita dapat mengakses berbagai macam informasi yang dibutuhkan dengan cepat.

Keistimewaan lain televisi tertulis dalam buku Ashadi Siregar yang berjudul *Menyikap Media Penyiaran Membaca Televisi dan Melihat Radio*, dituliskan bahwa keistimewaan televisi dapat dilihat dari karakteristiknya yang memberikan kemudahan maksimal kepada khalayaknya. Media televisi telah menggantikan peran sumber-sumber konvensional dan tradisional. Orang tua, pemuka agama, dan guru telah kehilangan perannya secara dramatis. Karena itulah televisi dijuluki sebagai *surrogate parents*, *substitute teacher*, karena anak-anak lebih banyak menghabiskan waktunya bersama televisi. Program siaran televisi menurut Hidajanto Djamil (Djamil & Fachruddin, 2011) dikelompokkan menjadi tiga kelompok besar, yaitu hiburan, informasi,

dan berita. Sementara Komisi Penyiaran Indonesia, dalam buku hasil Survei Indeks Kualitas Program Siaran Televisi membagi program siaran menjadi 8 jenis yaitu, berita, *talkshow*, *variety show*, wisata budaya, program anak, program religi, sinetron dan infotainment.

Televisi adalah panggung berbasis pasar yang menjual produk-produk yang disukai masyarakat. Apabila masyarakat merasa tertarik pada sebuah produk maka produk tersebut akan laku. Seperti itulah televisi, televisi berlomba-lomba menampilkan siaran dengan konten yang memiliki potensi menarik minat masyarakat. Maka tidak heran jika konsep program siaran yang terdapat pada televisi Indonesia terlihat tidak memiliki perbedaan atau dapat dikatakan cenderung sama. Disaat suatu konsep program siaran disalah satu stasiun televisi menarik perhatian masyarakat dan mendapatkan *rating* yang tinggi, maka kemudian stasiun televisi lain akan membuat program siaran dengan mencontoh konsep acara tersebut.

Maka tak heran jika saat ini program siaran televisi didominasi dengan program siaran yang tidak berkualitas seperti sinetron, infotainment, dan *variety show*. Berdasarkan survei yang dilakukan Komisi Penyiaran Indonesia, program dengan kualitas dibawah standar kualitas yang telah ditetapkan oleh KPI diantaranya adalah program *variety show*, sinetron dan infotainment. Menengok perolehan nilai indeks dari program sinetron dan program infotainment yang tidak memenuhi kualitas standar KPI sangat disayangkan, karena kedua program tersebut bukan hanya tidak memenuhi standar dari KPI tetapi juga mengalami penurunan nilai indeks dari periode sebelumnya. Turunnya nilai indeks tersebut seharusnya menjadi dasar untuk berbenah bagi setiap program siaran yang masuk kedalam kelompok program siaran tersebut. Sedangkan program *variety show*, meskipun nilai indeksnya masih berada dibawah indeks kualitas standar KPI tetapi nilai tersebut mengalami peningkatan dari periode sebelumnya.

Sedangkan Program *talkshow* atau perbincangan adalah program yang

menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*host*). Mereka yang diundang adalah orang-orang yang berpengalaman langsung dengan peristiwa atau topik yang diperbicarkan atau mereka yang ahli dalam masalah yang tengah dibahas (Morison, 2009). Dalam Survei Indeks Kualitas Program Siaran Televisi yang dilakukan oleh KPI, peraih indeks kualitas program talkshow tercatat mengalami naik-turun sepanjang 4 periode survei dalam dua tahun terakhir.

Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa dalam 4 periode survey terakhir program siaran *talkshow* memperoleh nilai indeks yang telah mencapai standar KPI. Dibandingkan dengan nilai indeks kualitas diperiode sebelumnya, indeks kualitas program siaran *talkshow* di periode II tahun 2018 mengalami peningkatan terbesar, yaitu sebesar 0,21. Hasil survei indeks kualitas program siaran televisi di tahun 2018 periode II menunjukan program siaran *talkshow* meraih posisi tertinggi kedua dari tujuh program siaran lainnya. Peraih indeks kualitas tertinggi adalah program siaran wisata budaya dengan peraih indeks sebesar 3,33.

Salah satu program siaran *talkshow* yang menjadi objek survei KPI adalah program siaran *talkshow* Indonesia Lawyers Club (ILC), program siaran ini merupakan program unggulan dari stasiun televisi yang memiliki komposisi acara berita mencapai 70% yaitu TVOne. Dipandu oleh seorang jurnalis senior yaitu Karni Ilyas. Acara ini menampilkan dialog yang membahas isu-isu paling aktual yang muncul di media, utamanya isu-isu politik dan sosial kemanusiaan. Yang membedakan program Indonesia Lawyers Club dengan program *talkshow* lainnya adalah format pengemasan acara yang lebih menyerupai diskusi. Program Indonesia Lawyers Club biasanya menghadirkan narasumber yang terkait dengan topik atau isu yang sedang dibahas seperti, pengacara, politisi, dan para aktivis.

Dibandingkan dengan program *talkshow* lain yang hadir dengan konsep perbincangan antara host dan narasumber, dengan penonton atau tanpa penonton yang

hadir distudio, program Indonesia Lawyers Club tampil dengan konsep *gala dinner* antara *host* dan narasumber. Program acara Indonesia Lawyers Club juga turut mengundang dan memberikan kesempatan kepada mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi untuk ikut terlibat dalam diskusi sebagai peserta diskusi selain narasumber utama. Narasumber dalam program Indonesia Lawyers Club dihadirkan untuk mengklarifikasi, mendebat, atau memberi pandangan secara profesional mengenai isu yang diangkat.

Karena mahasiswa diberikan kesempatan untuk turut serta secara langsung dalam program siaran Indonesia Lawyers Club, maka penulis merasa pemilihan mahasiswa sebagai objek penelitian adalah tepat. Selain itu, Susantoro (dalam Ramadhan, 1990) mengatakan bahwa mahasiswa adalah kalangan muda yang berumur 19 - 28 tahun yang memang dalam usia tersebut mengalami suatu peralihan dari tahap remaja ke tahap dewasa. Susantoro juga menyatakan bahwa mahasiswa kental dengan nuansa kedinamisan dan sikap ilmuwan yang dalam melihat sesuatu berdasarkan kenyataan objektif, sistematis, dan rasional. Dengan demikian, golongan usia mahasiswa sudah mampu mengambil keputusan dan memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi.

Sehubungan dengan isi siaran ILC yang bersifat umum, maka siapapun berhak menyaksikan tayangan tersebut, sesuai dengan keinginan dan keputusannya dalam memilih serta menggunakan media dalam hal ini adalah program siaran *talkshow* Indonesia Lawyers Club di TVOne. Keinginan pengonsumsi sebuah media disebut dengan motif penggunaan media. Yang mana motif individu menggunakan media ataupun menonton tayangan tertentu pasti berbeda antara individu satu dengan individu lain. Pada dasarnya motif seseorang menonton televisi terdiri dari 4 motif antara lain, motif informasi, motif identitas pribadi, motif integritas dan interaksi sosial, serta motif hiburan. Namun, realitas saat ini menunjukkan bahwa televisi merupakan

media yang digunakan sebagai pemenuhan motif hiburan masyarakat.

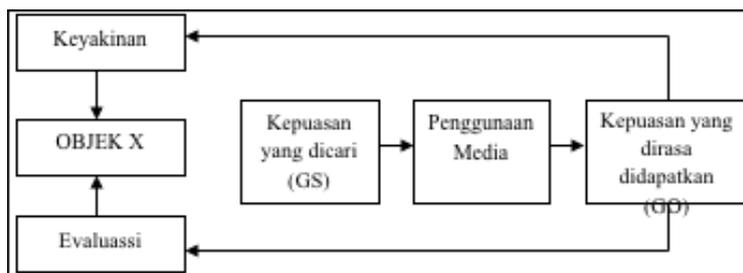
Karena setiap individu memiliki latar belakang atau motif menonton yang berbeda-beda, tentu akan berbeda pula tingkat kepuasan yang didapatkan. Oleh karena itu penulis ingin meneliti tingkat kepuasan menonton program siaran *talkshow* Indonesia Lawyers Club di TVOne di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Inderalaya. Selain alasan diatas, terdapat alasan lain atas pemilihan judul dan permasalahan dalam penelitian ini, alasan tersebut akan penulis uraikan sebagai berikut : 1. Peringkat terendah kedua kategori program siaran *talkshow* dalam Survei Indeks Kualitas Program Siaran Televisi yang dilakukan KPI; (2) Hasil evaluasi pendalaman *Focus Group Discussion*; (3) Perolehan Beberapa Penghargaan oleh Program siaran ILC; dan (4) Pencapaian *Rating* dan *Share* ILC cukup tinggi Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka peneliti mengambil judul "Tingkat Kepuasan Menonton Program Siaran *Talkshow* Indonesia Lawyers Club di TVOne dikalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Inderalaya."

Terdapat tiga rumusan permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini, yaitu : (1) Bagaimana tingkat kepuasan menonton program siaran *talkshow* Indonesia Lawyers Club di TVOne dikalangan mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya Kampus Inderalaya? (2) Berapa besar tingkat kepuasan menonton program siaran *talkshow* Indonesia Lawyers Club di TVOne dikalangan mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya Kampus Inderalaya? (3) Apakah terdapat perbedaan tingkat kepuasan menonton program siaran *talkshow* Indonesia Lawyers Club dikalangan mahasiswa berdasarkan Jurusan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Inderalaya?

TINJAUAN TEORI

Expectancy and Values Model

Philip Palmgreen dari Kentucky University melakukan pengembangan riset



Gambar 1. Expectancy and Values Model

Sumber: Kriyantono, 2008

dalam penggunaan teori *Uses and Gratifications*. Kebanyakan riset dengan teori *uses and gratifications* memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang mempengaruhi penggunaan media (seperti model diatas). Palmgreen kendati juga menggunakan dasar yang sama yaitu orang menggunakan media didorong oleh motif-motif tertentu, namun konsep yang diteliti oleh model Palmgreen ini lebih tidak berhenti di situ melainkan dengan menanyakan apakah motif-motif khalayak itu telah dapat dipenuhi oleh media. Dengan kata lain, apakah khalayak puas setelah menggunakan media. Konsep mengukur kepuasan ini disebut GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*) (Kriyantono, 2008).

Penggunaan konsep baru tersebut kemudian melahirkan teori yang menjadi varian dari teori *uses and gratification*, yaitu teori nilai pengharapan (*expectancy values*). Menurut teori nilai pengharapan, orang megarahkan diri pada dunia (misalnya media) berdasarkan pada kepercayaan dan evaluasi-evaluasi mereka tentang dunia tersebut. Dari Gambar 1, dapat diterangkan bahwa terdapat umpan balik dari kepuasan yang diperoleh *Gratification Obtained* (GO) ke aspek kepercayaan dan evaluasi dari perilaku medianya. Kepercayaan dan evaluasi mempengaruhi pencarian kepuasan *Gratification Sought* (GS), dan setiap konsumsi media akan menghasilkan suatu persepsi mengenai kepuasan yang diperoleh.

Gratification Sought adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengkonsumsi suatu jenis media tertentu (radio, televisi atau koran). Palmgreen dalam (Kriyantono, 2008) mengartikan *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* sebagai berikut, *Gratification Sought* adalah

motif yang mendorong seseorang mengonsumsi media. Sedangkan *Gratification Obtained* adalah kepuasan nyata yang diperoleh seseorang setelah mengonsumsi suatu jenis media tertentu. Dengan kata lain, *Gratification Sought* dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai apa yang media dapat berikan dan evaluasi seseorang mengenai isi media. Dan *Gratification Obtained* mempertanyakan hal-hal yang khusus mengenai apa saja yang telah diperoleh setelah menggunakan media dengan menyebutkan acara atau rubrik tertentu secara lebih spesifik (Kriyantono, 2008).

Dengan mengukur *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*, akan diketahui kepuasan khalayak berdasarkan kesenjangan antara *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*. Dengan kata lain, kesenjangan kepuasan (*Discrepancy Gratifications*) adalah perbedaan perolehan kepuasan yang terjadi antara skor *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* dalam mengkonsumsi media tertentu. Semakin kecil *discrepancy*-nya, semakin memuaskan suatu media. Indikator terjadinya kesenjangan kepuasan atau tidak adalah sebagai berikut :

1. Jika *mean* skor (rata-rata skor) GS lebih besar dari *mean* skor GO (*mean* skor GS > *mean* skor GO), maka terjadi kesenjangan kepuasan, karena kebutuhan yang diperoleh lebih sedikit dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Media tidak memuaskan khalayak.
2. Jika *mean* skor GS sama dengan *mean* skor GO (GS = GO), maka tidak terjadi kesenjangan kepuasan karena jumlah kebutuhan yang diinginkan semuanya terpenuhi.
3. Jika *mean* skor GS lebih kecil dari *mean* skor GO (GS < GO), maka terjadi

kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Dengan kata lain bahwa media tersebut memuaskan khalayaknya (Kriyantono, 2008).

Semakin besar perbedaan skor yang terjadi antara skor *Gratification Sought* dengan skor *Gratification Obtained* maka semakin tidak memuaskannya sebuah media bagi khalayaknya. Sebaliknya jika semakin kecil perbedaan skor yang terjadi, maka semakin memuaskan sebuah media bagi khalayaknya. Secara umum, model nilai-harapan menyatakan proporsisi bahwa penggunaan media dinilai oleh kombinasi dari persepsi keuntungan yang ditawarkan oleh media dan nilai perbedaan dari keuntungan ini bagi anggota khalayak individual. Model ini membedakan antara pengharapan (kepuasan yang dicari) dan kepuasan (kepuasan yang didapatkan) dan mengidentifikasi kenaikan seiring waktu dari perilaku penggunaan media (Mc.Quail, 2011).

Motif Penggunaan Media

Motif merupakan suatu penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Perbuatan dan tingkah laku manusia tentu sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Begitu juga dengan penggunaan media, individu menggunakan media karena didorong oleh motif-motif tertentu yang berbeda antara individu satu dengan yang lainnya. Motif penggunaan media bagi individu menurut (Mc.Quail, 2005) adalah sebagai berikut :motif informasi; motif identitas pribadi; motif integrasi dan interaksi sosial; motif hiburan.

Dalam penggunaan media massa televisi, khalayak juga memiliki motif tersendiri, menurut (Mc.Quail, 2005) kategori motif yang berhubungan dengan penggunaan media televisi antara lain :

1. Motif Informasi/pengawasan (*Surveillance*): Dimana merupakan kebutuhan akan informasi lingkungan sekitar dan eksplorasi realitas.
2. Motif Identitas Pribadi (*Personal Identity*): Dimana motif identitas personal/pribadi

adalah motif yang mendorong seseorang menggunakan media untuk memperkuat dan menonjolkan sesuatu atau situasi yang penting dalam hidupnya sendiri.

3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial (*Personal Relationship*): Dimana motif yang mendorong seseorang menggunakan media demi kelangsungan hubungannya dengan orang lain.
4. Motif Hiburan (*Diversion*): Dimana merupakan kebutuhan akan pelepasan dari ketegangan dan kebutuhan akan hiburan.

Hipotesis Deskriptif

Hipotesis deskriptif dalam penelitian Tingkat Kepuasan Menonton Program Siaran *Talkshow* Indonesia Lawyers Club di TVOne dikalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Inderalaya yaitu sebagai berikut:

H₀: Tingkat kepuasan menonton program siaran *talkshow* Indonesia Lawyers Club di TVOne dikalangan mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya Inderalaya diduga tinggi.

H₁: Tingkat kepuasan menonton program siaran *talkshow* Indonesia Lawyers Club di TVOne dikalangan mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya Inderalaya diduga rendah.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Sumber data utama dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Inderalaya yang berjumlah 2173 orang, kepada mereka akan penulis kumpulkan data dengan menggunakan kuesioner. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Sehingga desain penelitiannya adalah desain penelitian metode kuantitatif

Definisi Operasional

Definisi operasional tersaji dalam Tabel 1.

Unit Analisis, Populasi dan Sampel

setidaknya menonton program siaran

Tabel 1. Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Item pernyataan
Tingkat Kepuasan (Philip Palmgreen)	Motif Informasi	Kebutuhan informasi	1-3
		Kebutuhan eksplorasi realitas	4-5
	Motif Identitas Personal	Kebutuhan untuk memperkuat dan menonjolkan sesuatu dalam kehidupan.	6-9
	Motif Integrasi dan Interaksi Sosial	Kebutuhan akan keberlangsungan hubungan dengan orang lain	10-13
	Motif Hiburan	Kebutuhan melepaskan ketegangan	14-16
Kebutuhan hiburan		17-19	

Sumber: diolah dari berbagai sumber

Tabel 2. Populasi dan Sampel

No.	Jurusan	Jumlah populasi	Jumlah sampel
1.	Sosiologi	626	$n = \frac{626}{2173} \times 96 = 27,65 (28)$
2.	Administrasi Negara	597	$n = \frac{597}{2173} \times 96 = 26,37 (26)$
3.	Ilmu Komunikasi	534	$n = \frac{534}{2173} \times 96 = 23,59(24)$
4.	Hubungan Internasional	416	$n = \frac{416}{2173} \times 96 = 18,37(18)$
			$= 28+26+24+18 = 96 \text{ orang}$

Unit analisis adalah individu yaitu mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Inderalaya, sementara unit observasi dalam penelitian ini adalah program siaran *talkshow* Indonesia Lawyers Club yang tayang di stasiun televisi TVOne. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Inderalaya sebanyak 2173 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh penulis adalah teknik *Probability Sampling* yaitu *Proportionate Stratified Random Sampling*. *Proportionate Stratified Random Sampling* digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. Jumlah sampel dari masing-masing kelompok tertuang dalam Tabel 2.

Kriteria mahasiswa yang cocok untuk dijadikan responden dalam penelitian ini adalah: (1) mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Inderalaya; (2) pernah menonton program siaran Indonesia Lawyers Club; (3)

Indonesia Lawyers Club sekali dalam jangkauan bulan Agustus 2018 sampai dengan Januari 2019 (penyebaran kuesioner).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian Tingkat Kepuasan Menonton Program Siaran Talkshow Indonesia Lawyers Club di TVOne dikalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Inderalaya, diantaranya kuisisioner dan dan studi dokumentasi. Kuisisioner, setiap item pertanyaan dalam kuisisioner akan menggunakan *rating scale* (skala numerik) sebagai alternatif jawaban responden. Studi Dokumentasi, dalam penelitian ini dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai laporan penelitian terdahulu sebagai sumber rujukan atau referensi penelitian ini, serta data-data yang berkaitan dengan obyek penelitian ini yaitu program acara *talkshow* Indonesia Lawyers Club.

Teknik Analisis Deskriptif Kuantitatif

Penilaian yang digunakan untuk mengukur kepuasan mahasiswa adalah dengan menggunakan *Rating Scale*. *Rating Scale* adalah skala yang menggunakan angka-angka untuk menunjukkan gradasi-gradasi, disertai penjelasan singkat pada masing-masing angka. Penentuan skor dalam jawaban kuesioner, dibagi dalam 5 (lima) kategori seperti dalam Tabel 3.

Uji Beda Empat Kelompok Sampel

Tabel 3. Skala

Skor	Penjelasan
5	Sangat Puas / Setuju
4	Puas / Setuju
3	Cukup Puas / Setuju
2	Tidak Puas / Setuju
1	Sangat tidak Puas / Setuju

Uji beda digunakan untuk mencari perbedaan, baik perbedaan antara dua sampel data atau antara beberapa sampel data. Uji beda dapat dilakukan dengan menggunakan dua metode yaitu, metode statistik parametrik dan statistin non parametrik. Dalam statistik parametrik, uji beda yang dapat dilakukan untuk empat kelompok sampel adalah uji One Way Anova. Sementara dalam statistik non parametrik, uji beda yang dapat dilakukan untuk empat kelompok sampel adalah uji Kruskal Wallis

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Kepuasan Menonton Program Siaran Talkshow Indonesia Lawyers Club di TVOne dikalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Inderalaya

Rekapitulasi Tingkat Kepuasan Menonton Program Siaran Talkshow Indonesia Lawyers Club dikalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Inderalaya berdasarkan indikator disajikan dalam Tabel 4.

Uji Beda Empat Kelompok Sampel

Untuk mengetahui perbedaan antar jurusan mana yang berbeda, maka dilakukan uji *Post Hoc* atau uji lanjut dengan menggunakan *Mann Whitney U Test*. *Mann Whitney U Test* adalah uji non parametris yang digunakan untuk mengetahui perbedaan mean dan median 2 kelompok bebas apabila skala data variabel terikatnya adalah ordinal atau interval/ratio tetapi tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan tabel Uji *Kruskal Walls* diatas, didapatkan nilai *Asymp. Sig.* sebesar 0,006. Sehingga $0,0006 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, terdapat perbedaan tingkat kepuasan menonton

Tabel 4. Tingkat Kepuasan Menonton Program Siaran Talkshow Indonesia Lawyers Club

No	Indikator	GS	GO	Mean	GD	Kategori	Kesimpulan
1	Kebutuhan Informasi	4,160	3,882	4,021	0,278	Cukup Tinggi	Kebutuhan Terpenuhi
2	Kebutuhan Eksplorasi Realitas	3,942	3,755	3,848	0,187	Cukup Tinggi	Kebutuhan Terpenuhi
3	Kebutuhan untuk memperkuat dan menonjolkan sesuatu dalam kehidupan	3,310	3,344	3,327	0,034	Cukup Tinggi	Kebutuhan Terpenuhi
4	Kebutuhan untuk menjaga keberlangsungan hubungan dengan orang lain	3,026	3,099	3,062	0,073	Cukup Tinggi	Kebutuhan Terpenuhi
5	Kebutuhan melepaskan ketegangan	2,254	2,420	2,337	0,166	Rendah	Kebutuhan Terpenuhi
6	Kebutuhan hiburan	3,219	3,236	3,228	0,017	Cukup Tinggi	Kebutuhan Terpenuhi
Rata-rata		3,318	3,289	3,304	0,029	Cukup Tinggi	Kebutuhan Terpenuhi

program siaran *talkshow* Indonesia Lawyers Club berdasarkan jurusan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Inderalaya.

Tabel 5. Uji Beda Test Statistics^{a,b}

	Tingkat Kepuasan
Chi-Square	12.594
df	3
Asymp. Sig.	.006

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Jurusan Responden

Tabel 6. Rekapitulasi Perbedaan Tingkat Kepuasan Antar Jurusan

No	Perbedaan Antar Jurusan	Nilai Sig. (2-tailed)	Keterangan
1.	Hubungan Internasional X Administrasi Negara	0,694	Tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan antara mahasiswa Jurusan Hubungan Internasional dengan mahasiswa Jurusan Administrasi Negara
2.	Hubungan Internasional X Ilmu Komunikasi	0,028	Terdapat perbedaan tingkat kepuasan antara mahasiswa Jurusan Hubungan Internasional dengan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi.
3.	Hubungan Internasional X Sosiologi	0,129	Tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan antara mahasiswa Jurusan Hubungan Internasional dengan mahasiswa Jurusan Sosiologi
4.	Administrasi Negara X Ilmu Komunikasi	0,001	Terdapat perbedaan tingkat kepuasan antara mahasiswa Jurusan Administrasi Negara dengan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi
5.	Administrasi Negara X Sosiologi	0,039	Terdapat perbedaan tingkat kepuasan antara mahasiswa Jurusan Administrasi Negara dengan mahasiswa Jurusan Sosiologi
6.	Ilmu Komunikasi X	0,118	Tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan antara mahasiswa Jurusan Ilmu

No	Perbedaan Antar Jurusan	Nilai Sig. (2-tailed)	Keterangan
	Sosiologi		Komunikasi dengan mahasiswa Jurusan Sosiologi

Tabel 7. Rekapitulasi Perbedaan Tingkat Kepuasan Antar Jurusan per Motif

No.	Motif	Jenis Uji	Nilai Sig	Ranks
1.	Motif Informasi	Kruskall Wallis	0,019 < 0,05	1. Administrasi Negara 2. Hubungan Internasional 3. Sosiologi 4. Ilmu Komunikasi
2.	Motif Identitas Personal	Kruskall Wallis	0,043 < 0,05	1. Hubungan Internasional 2. Administrasi Negara 3. Sosiologi 4. Ilmu Komunikasi
3.	Motif Integrasi dan Interaksi Sosial	Kruskall Wallis	0,042 < 0,05	1. Hubungan Internasional 2. Administrasi Negara 3. Sosiologi 4. Ilmu Komunikasi
4.	Motif Hiburan	Mann Whitney U Test	0,172 > 0,05	1. Administrasi Negara 2. Hubungan Internasional 3. Sosiologi 4. Ilmu Komunikasi

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai tingkat kepuasan menonton program siaran *talkshow* Indonesia Lawyers Club di TVOne dikalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya kampus Inderalaya. Dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan mahasiswa dalam menonton program Indonesia Lawyers Club adalah cukup tinggi. Terdapat 5 indikator dengan tingkat kepuasan tertinggi dalam menonton program siaran *talkshow* Indonesia Lawyers Club di TVOne dikalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sriwijaya kampus Inderalaya yaitu, indikator kebutuhan informasi, indikator eksplorasi realitas, indikator kebutuhan untuk memperkuat dan menonjolkan sesuatu dalam kehidupan, indikator kebutuhan untuk menjaga keberlangsungan hubungan dengan orang lain, dan indikator kebutuhan hiburan dengan tingkat kepuasan Cukup Tinggi. Sementara indikator melepaskan ketegangan memiliki tingkat kepuasan Rendah.

Berdasarkan teori tingkat kepuasan yang dikemukakan oleh Philip Palmgreen (dalam Kriyantono, 2012:210) untuk mengukur tingkat kepuasan penggunaan media digunakan konsep GS dan GO. Yaitu skor total motif dan skor total kepuasan yang didapatkan. Apabila terdapat perbedaan perbedaan yang signifikan antara skor GS dan GO maka terjadi kesenjangan kepuasan dalam penggunaan media tersebut, bila tidak terdapat perbedaan yang signifikan maka media memenuhi kebutuhan khalayak. Dengan demikian, tingkat kepuasan menonton program siaran *talkshow* Indonesia Lawyers Club di TVOne dikalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya kampus Inderalaya adalah sebesar 3,304. Dengan skor rata-rata motif (GS) sebesar 3,318 dan skor rata-rata kepuasan (GO) sebesar 3,289. Perbedaan skor antara GS dan GO adalah sebesar 0,029 dimana skor tersebut tidak signifikan dan dianggap tidak terjadi kesenjangan. Maka program siaran *talkshow* Indonesia Lawyers Club di TVOne memenuhi kebutuhan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya kampus Inderalaya.

Kemudian, berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat perbedaan tingkat kepuasan menonton program siaran *talkshow* Indonesia Lawyers Club di TVOne dikalangan mahasiswa berdasarkan jurusan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Inderalaya. Tingkat kepuasan menonton program siaran *talkshow* Indonesia Lawyers Club di TVOne dikalangan mahasiswa jurusan Hubungan Internasional berbeda dengan tingkat kepuasan menonton

program siaran *talkshow* Indonesia Lawyers Club di TVOne dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi. Tingkat Kepuasan menonton program siaran *talkshow* Indonesia Lawyers Club di TVOne dikalangan mahasiswa Administrasi Negara berbeda dengan tingkat kepuasan menonton program siaran *talkshow* Indonesia Lawyers Club di TVOne dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi dan Sosiologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Djamal, H., & Fachruddin, A. (2011). *Dasar-Dasar Penyiaran*. Kencana.
- Kriyantono, R. (2008). *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Kencana Prenada Media Group.
- Mc.Quail, D. (2005). *Teori Komunikasi Massa*. Erlangga.
- Mc.Quail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
- Morisan. (2009). *Manajemen Media Penyiaran*. Kencana Prenada Media Group.
- Ramadhan. (1990). *Manajemen Mutu Berbasis Sekolah*. Sarana Panca Karya Nusa.
- Wirodono, S. (2005). *Matikan TV-Mu*. Resist Book.