

MOTIVASI MASYARAKAT MENONTON TAYANGAN ACARA REALITY SHOW GARIS TANGAN DI ANDALAS TELEVISI (ANTV)

Ramdesti Pohan, S.Sos, MSP¹

Rizka Septia, S.Ikom²

^{1,2)}Dosen STIK Pembangunan Medan

²Alumni STIK Pembangunan Medan

e-Mail: des_medan@yahoo.com

ABSTRAK

Artikel ini berjudul “Motivasi Masyarakat Menonton Tayangan Acara Reality Show Garis Tangan Di Andalas Televisi (ANTV)(Studi Deskriptif Terhadap Motivasi Masyarakat Dalam Menonton Tayangan Acara Reality Show Garis Tangan Di ANTV Di Lingkungan Tangguk Bongkar 9 dan 10, Kelurahan Tegal Sari Mandala I, Kecamatan Medan Denai, Kota Medan)”. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah Deskriptif Terhadap Motivasi masyarakat dalam menonton tayangan acara reality show garis tangan di ANTV di lingkungan tangguk bongkar 9 dan 10, Kelurahan tegal sari mandala I, Kecamatan Medan Denai, Kota Medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa tinggi signifikan motivasi masyarakat dalam menonton tayangan acara reality show garis tangan di ANTV. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Uses and gratification. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasi Product Moment. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 36 orang yang pernah menonton tayangan acara reality show garis tangan di ANTV. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Taro Yamane, yaitu seluruh populasi dijadikan sampel. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan membagikan kuesioner dan observasi. Dalam analisis data, penelitian ini menggunakan tabel tunggal. Untuk menguji hipotesis menggunakan rumus korelasi product moment. Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang sangat tinggi dan signifikan antara Motivasi masyarakat dalam menonton tayangan acara reality show garis tangan diANTV. Hal tersebut dikarenakan variabel X memberikan pengaruh lebih besar kepada variabel Y..

Kata Kunci: Motivasi, Reality Show, Uses and Gratification.

1. PENDAHULUAN

Televisi berperan penting untuk semua kalangan bukan hanya orang dewasa, remaja, namun juga kalangan anak-anak yang suka menonton televisi. Menurut Kuswandi (2008), televisi merupakan media massa yang digemari oleh masyarakat karena adanya *audio* dan *visual* yang bisa ditampilkan dan hal

tersebut dapat di nikamti oleh seluruh kalangan masyarakat yang masih buta huruf dapat melihat informasi, hiburan yang disampaikan melalui medai televisi. Media televisi menjawab dengan model suara gambar bergerak dan maupun menyentuh aspek psikologi manusia dimanapun. Untuk menarik perhatian masyarakat, hampir semua stasiun televisi

swasta memproduksi berbagai tayangan-tayangan yang menghibur mulai dari *sinetron, talk show, film drama, hingga reality show*.

Reality Show Garis Tangan membahas soal perjodohan dalam relasi pasangan, dan juga hal aneh yang dikaitkan dengan isu percintaan, perselingkuhan, kekerasan, guna-guna dan lainnya. Konflik dalam pencarian pasangan yang meliputi masalah keluarga, pertentangan dan perihal bibit, bebet dan bobot, serta perbedaan latar belakang dan status sosial ekonomi menjadi tema utama dalam acara reality show Garis Tangan. Sejak kemunculan tayangan *reality show* Garis Tangan di ANTV, acara banyak menuai pujian dari penonton, sehingga acara Garis Tangan di ANTV menjadi tayangan terfavorit bagi penonton dan mendapatkan rating tertinggi.

Kesuksesan yang diraih Garis Tangan yang menempati peringkat satu pada hari Rabu, 27 November 2019, dengan TVR (*rating*) 2,3 dan TVS (*share*) 14,9 yang mengalahkan acara-acara stasiun televisi lainnya yang sama-sama tayang pada pukul 22.00 WIB.

Fakta diatas menarik perhatian peneliti untuk melakukan penelitian motivasi masyarakat menonton tayangan acara *Reality Show* Garis Tangan di Andalas Televisi (ANTV) dengan studi deskriptif terhadap motivasi masyarakat dalam menonton tayangan acara reality Show Garis Tangan Di ANTV di Lingkungan Tangguk Bongkar 9 Dan 10, Kelurahan Tegal Sari Mandala I, Kecamatan Medan Denai. Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara.

2. TINJAUAN TEORITIS

1. Teori Uses and Gratification

Uses and Gratification Theory atau Teori Penggunaan dan Pemenuhan Kebutuhan adalah salah satu teori komunikasi dimana titik-berat penelitian dilakukan pada pemirsa sebagai penentu pemilihan pesan dan media. Pemirsa dilihat sebagai individu aktif dan memiliki tujuan, mereka bertanggung jawab dalam pemilihan media yang akan mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka dan individu ini tahu kebutuhan mereka dan bagaimana memenuhinya. (Ardianto:2004)

Menurut Elihu Katz, Michael Gurevitch, dan Hadassah Hass (1974), menyatakan bahwa asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan, dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain. kemudian menempatkannya ke dalam 5 (lima) kategori, yaitu : Kognitif (*Cognitive*) yang meliputi informasi atau pengetahuan. Afektif (*Affective*) yang mencakup emosi, kesenangan, perasaan. Integrasi pribadi (*Personal integrative*) meliputi peningkatan status atau kredibilitas. Integrasi sosial (*Social integrative*), misalnya interaksi antara anggota keluarga dan teman. Melepaskan tegangan (*Tension release*), misalnya pelarian.

2. Motivasi

Motivasi adalah dorongan dasar yang menggerakkan seseorang bertindak laku. Dorongan ini berada pada diri seseorang yang menggerakkan untuk

meleakukan sesuatu yang sesuai dengan dorongan yang ada dalam dirinya. Oleh karena itu, perbuatan seseorang yang didasarkan atas motivasi tertentu mengandung tema sesuai dengan motivasi yang mendasarinya (Bruner :1966).

Motivasi juga dapat dikatakan sebagai perbedaan antara dapat melaksanakan dan mau melaksanakan. Motivasi lebih dekat kepada mau melaksanakan tugas untuk mencapai tujuan. Motivasi adalah kekuatan, baik dari dalam maupun dari luar yang mendorong seseorang untuk menapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya atau dengan kata lain, motivasi dapat diartikan sebagai dorongan mental terhadap perorangan atau orang-orang sebagai anggota masyarakat. Motivasi dapat juga diartikan sebagai proses untuk mencobamempengaruhi orang atau orang-orang yang dipimpinya agar melakukan pekerjaan yang diinginkan, sesuai dengan tujuan tertentu yang ditetapkan terlebih dahulu. Dengan demikian, motivasi merupakan dorongan yang terdapat dalam diri seseorang untuk berusaha mengadakan perubahantingkah laku yang lebih baik dalam memenuhi kebutuhannya. (uno, 2007 : 1-3).

3. Tayangan *Reality Show*

Tayangan adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar yang berbentuk grafis atau karakter terbaik yang bersifat interaktif atau tidak yang disiarkan oleh lembaga penyiaran.

Reality show adalah atau cara yang menampilkan realita kehidupan seseorang yang bukan selebriti (orang awam), lalu disiarkan melalui jaringan TV sehingga

bisa dilihat masyarakat. *Reality show* tidak sekedar mengekspose kehidupan orang, tetap juga ajang kompetisi bahkan menjahili orang. Acara realitas (bahasa Inggris: *Reality show*) adalah jenis acara televisi yang menggambarkan adegan yang seakan-akan benar-benar berlangsung tanpa scenario dengan pemain yang umumnya khalayak umum biasa, bukan pemeran. Acara documenter dan acara seperti berita dan olahraga tidak termasuk acara realitas (Kuswadi, 2002: 202).

3. METODE

Metode deskriptif kuantitatif dirancang melalui langkah-langkah penelitian dari mulai operasionalisasi variabel, penentuan jenis dan sumber data, metode pengumpulan data atau survei, model penelitian diakhiri dengan merancang analisis data dan pengujian hipotesis. Dalam melakukan penelitian dibutuhkan adanya suatu metode, cara atau taktik sebagai langkah-langkah yang harus ditempuh oleh seorang peneliti dalam memecahkan suatu permasalahan untuk mencapai suatu tujuan.

Pada penelitian ini, yang menjadi populasi adalah Masyarakat Lingkungan Tangguk Bongkar 10, Kelurahan Tegal Sari Mandala I ,Kecamatan Medan Denai. Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Populasi penelitian berumur 25-45 tahun yang pernah menonton walaupun satu kali.

Di dalam penelitian ini, peneliti menetapkan syarat yang akan diambil untuk dijadikan sebagai sampel yaitu Responden harus mengetahui tayangan acara reality show Garis Tangan di ANTV Responden Harus Masyarakat yang bertempat tinggal Lingkungan Tangguk

Bongkar IX dan Tangguk Bongkar X di Kelurahan Tegal Sari Mandala I ,Kecamatan Medan Denai. Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Teknik pengumpulan data menggunakan kepustakaan, penelitian lapangan yang meliputi kuesioner, observasi, dan wawancara, serta dokumentasi.

Teknik analisis data merupakan kegiatan memverifikasi, menggolongkan ,memanipulasi, memproses, menyusun urutan ,menyimpulkan dan mempelajari hasil penelitian dengan penemuan lain atau teori –teori yang sudah ada (Martono, 2015:256). Analisis data adalah preoses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dari satu uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Weang, 2015:139). Teknik analisis data terbagi menjadi 2 (dua) kategori, yaitu :

a. Tabel Tunggal

Tabel tunggal atau tabel distribusi frekuensi merupakan tabel yang digunakan untuk menampilkan distribusi (persebaran) frekuensi, yaitu sebuah metode penyusunan data yang dimulai dari data yang terkecil sampai yang terbesar atau sebaliknya. Data tersebut kemudian dapat dibagi dalam beberapa kelas. Melalui distribusi frekuensi tersebut, kita dapat mengetahui jumlah (frekuensi) setiap data atau kelas (Martono, 2015:302).

b. Uji Korelasional Product Moment

Korelasional adalah salah satu teknik analisis dalam statistik yang digunakan untuk mencari hubungan antara dau variabel yang juga bersifat kuantitatif. Koralasional juga bisa disebut sebagai suatu cara atau metode untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara

variabelnya. Dan apabila terdapat hubungan maka perubahan-perubahan yang terjadi pada salah satu variabel X akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada variabel lainnya (Y).

Untuk menerapkan koefisien korelasi antara dau variabel yang masing-masing mempunyai skala pengukuran interval maka digunakan **Korelasi Product Moment** yang di kembangkan oleh Karl Pearson. Berikut rumus dari korealsi product moment:

$$r_{xy} = \frac{\sum x.y}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Dalam hal ini :

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y.
- x = deviasi dari mean untuk nilai variabel X
- y = deviasi dari mean untuk nilai variabel Y
- $\sum x.y$ = jumlah perkalian antara nilai X dan Y
- x^2 = Kuadrat dari nilai x
- y^2 = Kuadrat dari nilai y

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang diturunkan dengan kerangka teori yang telah dibuat. Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang hendak dicari solusi pecahan melalui penelitian, yang dirumuskan atas dasar pengetahuan, pengalaman dan logika.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah data dikumpulkan melalui pembagian kuesioner kepada responden yaitu masyarakat di jalan tangguk bongkar IX dan masyarakat di jalan tangguk bongkar X , data yang berbentuk statistik kemudian dianalisis dan lanjutkan dengan pengujian hipotesis. Untuk menguji tingkat hubungan antara dua variabel, maka

digunakan rumus korelasi product moment.

Dari hasil uji hipotesis nilai korelasi yang menunjukkan motivasi masyarakat dalam menonton tayangan acara reality show garis tangan di ANTV sebesar 0,98. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini dinyatakan terdapat **korelasi sangat tinggi dan signifikan**. Artinya antara dua variabel X dan variabel Y yaitu motivasi masyarakat dalam menonton tayangan acara reality show garis tangan di ANTV mempunyai hubungan sangat tinggi, hal tersebut dikarenakan variabel X memberikan pengaruh yang lebih besar kepada variabel Y.

Berdasarkan observasi peneliti di lapangan, televisi sangat mempengaruhi variabel Y, Keterlibatan televisi sangat efektif mempengaruhi pola pemikiran serta pola kehidupan sehari-hari pada masyarakat. Kemunculan tayangan acara reality show banyak sekali digemari oleh kaum wanita yang lebih menyukai tayangan yang berunsur tentang kehidupan, mereka menghiraukan pertengkaran yang di pertontonkan yang tidak pantas untuk di tiru ,bahkan sebagian responden menganggap bisa menjadikan tambahan ilmu dari acara yang mereka tonton tersebut.

Tabel tunggal dalam penelitian ini terdiri atas 3 (tiga) bagian yaitu alamat, usia, dan agama. Hasil yang di dapat pada tabel tunggal jika dilihat dari usia mayoritas masyarakat yang menonton program tayangan acara *reality show* garis tangan di ANTV berusia 18 tahun sampai 53 tahun, dilihat dari jenis kelamin mayoritas masyarakat berjenis kelamin perempuan masing-masing beragama islam, kristen dan budha. Jika dilihat

peminat menonton program tayangan acara *reality show* garis tangan di ANTV terbanyak dari mayoritas beragama Islam.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Uses and gratification*. Teori Uses and gratification merupakan salah satu teori pendekatan yang sering digunakan dalam komunikasi. Pada awalnya masyarakat memilih tayangan acara reality show garis tangan di ANTV karena menyukai tayangan tersebut, kemudian dengan suguhan tayangan dari acara tayangan reality show garis tangan yang menampilkan cerita permasalahan hidup pada manusia menjadikan tayangan ini menjadi tayangan terfavorit bagi kalangan masyarakat. Ada suatu kebutuhan bagi masyarakat dalam menonton tayangan acara reality show garis tangan di ANTV yaitu sebagai tayangan hiburan yang dapat dikutip manfaatnya dari tayangan tersebut. Teori tersebut dapat dihubungkan dengan penelitian ini

Di dalam motivasi ada dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan tindakan dengan tujuan tertentu. Motif sendiri dapat diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri individu yang menyebabkan individu tersebut bertindak atau berbuat. Dalam hal ini terdapat dorongan pada responden dalam memilih program tayangan acara reality show garis tangan di ANTV yaitu menyukai tayangan tersebut, dan terdapat tindakan dengan tujuan tertentu yang masing-masing responden memiliki pemikiran dalam menanggapi acara tersebut baik dari sisi positif dan sisi negatif.

Dari teori yang digunakan yaitu teori *Uses and gratification* dan motivasi dapat diambil kesimpulan bahwa teori tersebut

masih tepat digunakan untuk penelitian ini karena sesuai dengan hasil yang didapat oleh peneliti.

5. KESIMPULAN

1. Motivasi masyarakat menonton tayangan *reality show* garis tangan di ANTV karena memiliki hasrat dan keinginan untuk menonton, memiliki dorongan dan kebutuhan.
2. Hipotesis alternatif diterima, artinya hubungan antara variabel X dan Y yaitu Motivasi masyarakat menonton tayangan *reality show* garis tangan di ANTV. Hubungan yang terjadi antara dua variabel tersebut sangat tinggi yaitu berkisar 0,98 atau 98%. Hal ini dapat dilihat tabel 24 halaman 110. Variabel lain diluar variabel X yang memberikan pengaruh lebih besar kepada variabel Y antara lain berasal dari lingkungan tempat tinggal.

Noor, Juliansyah. (2011). *Metodelogi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Kencana Predana Media Group, Jakarta

Rakhmat, Jalaluddin. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Bandung ; PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung ; Alfabeta, cv.

Wiranto. (2000). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Balai Pustaka.

DAFTAR BACAAN

- Ardiyanto, Erdinaya. (2004). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung, Simbiosis Rekatama.
- Cangara, Halfied. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Daryanto dan Muljo Raharjo. (2016), *Teori Komunikasi*. Gava Media, Yogyakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. (1984). *Ilmu Komunikasi Teori dan Peraktek*. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhtadi, Asep. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. CV Pustaka Setia, Bandung.