



**TINGKAT KEPUASAN IBU-IBU RUMAH TANGGA HARAPAN INDAH 2,  
CLUSTER TAMAN SARI, BEKASI BARAT TERHADAP TAYANGAN  
*THE NEW EAT BULAGA INDONESIA***

Oleh :

**Nama : Yefta Sayogo**

**NIM : 62120147**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Broadcasting



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

d/h Institut Bisnis dan Informatika Indonesia (IBII)

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**FEBRUARI 2017**

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

## PENGESAHAN

# **TINGKAT KEPUASAN IBU-IBU RUMAH TANGGA HARAPAN INDAH 2, CLUSTER TAMAN SARI, BEKASI BARAT TERHADAP TAYANGAN *THE NEW EAT BULAGA INDONESIA***

**Diajukan Oleh :**

**Yefta Sayogo**

**62120147**

**Jakarta, 22 Februari 2017**

**Disetujui Oleh :**

Dosen Pembimbing,

(Imam Nuraryo, S. Sos, MA (Comms))

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2017**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## ABSTRAK

**Yefta Sayogo / 62120147 / 2012 / Tingkat Kepuasan Ibu-Ibu Rumah Tangga Harapan Indah 2 Cluster Taman Sari, Bekasi Barat Terhadap Tayangan *The New Eat Bulaga Indonesia* / Imam Nuraryo, S.Sos., MA.**

Seiring perkembangan zaman, masyarakat memiliki kebutuhan yang besar terhadap media. Kemudian, berkembang menjadi berbagai macam media yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat tanpa adanya batasan jarak dan waktu. Masyarakat memiliki kebutuhan masing-masing terhadap media, khususnya media cetak, media elektronik, dan media *online*. Yang menjadi inti permasalahannya adalah apakah media-media tersebut memuaskan dan memenuhi kebutuhan masyarakat atau tidak. Penelitian ini dibuat untuk mengetahui besarnya motif kepuasan, dan besarnya perbedaan motif dan kepuasan setelah menonton tayangan televisi, dalam hal ini tayangan *variety show*, yaitu *The New Eat Bulaga Indonesia* yang tayang di ANTV.

Penelitian ini menggunakan konsep Behaviorisme, teori *Uses and Gratification* dan teori Pengharapan Nilai (*Expectancy Value theory*) sebagai tiga teori utama dalam penelitian ini. Dengan teori-teori ini, peneliti dapat mengetahui tingkat besarnya perbedaan antara motif dan kepuasan ibu-ibu rumah tangga Harapan Indah 2, Cluster Taman Sari, Bekasi Barat dalam menonton *The New Eat Bulaga Indonesia*, dilihat dari aspek motif (*gratification sought*) dan aspek kepuasan (*gratification obtained*).

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan cara survei eksplanatif yang bersifat komparatif. Objek penelitiannya adalah ibu-ibu rumah tangga yang tinggal di Harapan Indah 2, Cluster Taman Sari, Bekasi Barat. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara *sampling* probabilitas, yaitu *sampling random* sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian ini, data menunjukkan bahwa media dalam hal ini tayangan *The New Eat Bulaga Indonesia* ANTV mendapatkan hasil, bahwa aspek motif lebih besar daripada aspek kepuasan (GS>GO), yang mana menurut teori Pengharapan Nilai (*Expectancy Value theory*), jika aspek motif lebih besar daripada aspek kepuasan (GS>GO), maka terdapat kesenjangan kepuasan, sehingga acara tersebut tidak memuaskan khalayak.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah diperoleh hasil yang sebenarnya bahwa media dalam hal ini tayangan *variety show*, yaitu *The New Eat Bulaga Indonesia* ANTV tidak memuaskan para penontonnya, dalam hal ini ibu-ibu rumah tangga yang tinggal di Harapan Indah 2, Cluster Taman Sari, Bekasi Barat, khususnya di RT 005/RW 009.

**Kata Kunci :** Motif Menonton, Kepuasan Ibu-Ibu Rumah Tangga, *The New Eat Bulaga Indonesia*.



## ABSTRACT

**Yefta Sayogo / 62120147 / 2012 / Satisfaction level of Housewives in Harapan Indah 2, Cluster Taman Sari, West Bekasi Of The New Eat Bulaga Indonesia / Imam Nuraryo, S.Sos., MA.**

*Along with the times, public has a need for the media. Then, it evolved into a variety of media that can meet the needs of the community without any limitations of distance and time. People have their own needs for media, especially print media, electronic media, and online media. The main problem is whether the media satisfy and meet the needs of the community or not. This research was made to know the magnitude of motive, satisfaction, and the magnitude of the difference of motive and satisfaction after watching television, in this case the variety show, The New Eat Bulaga Indonesia which aired on ANTV.*

*This research uses the concept of Behaviorism, Uses and Gratification theory and Expectancy Value theory as three main theories in this research. With these theories, the researcher can know the level of difference between motive and satisfaction of housewife of Harapan Indah 2, Cluster Taman Sari, West Bekasi after watching The New Eat Bulaga Indonesia, seen from the aspect of motive (gratification sought) and the aspect of satisfaction (gratification obtained).*

*The method in this research using quantitative research method by comparative explanative survey. The object of this research is housewives who live in Harapan Indah 2, Cluster Taman Sari, Bekasi Barat. Technique of collecting data by using questionnaire. The sampling technique is done by sampling probability, which is simple random sampling.*

*Based on the results of this research, the data show that the media in this case impressions of The New Eat Bulaga Indonesia ANTV get results, that aspect of motive is greater than the satisfaction aspect ( $GS > GO$ ), which is according to Expectancy Value theory, motive is greater than the satisfaction aspect ( $GS > GO$ ), then there is a gap of satisfaction, so the event does not satisfy the audience.*

*The conclusion of this research is the media which is variety show, The New Eat Bulaga Indonesia on ANTV is not satisfy the audience, in this case housewife who live at Harapan Indah 2, Cluster Taman Sari, West Bekasi, especially at RT 005 / RW 009.*

**Keywords :** *Watching Motives, Satisfaction of Housewives, The New Eat Bulaga Indonesia.*

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Copyright © 2012 by Kwik Kian Gie School of Business dan Informatika Kwik Kian Gie. All rights reserved.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya yang berjudul “Tingkat Kepuasan Ibu-Ibu Rumah Tangga Harapan Indah 2, Cluster Taman Sari, Bekasi Barat Terhadap Tayangan *The New Eat Bulaga Indonesia*”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu saya dalam menyusun skripsi ini. Penulis juga berterima kasih kepada :

1. Orang tua tercinta, yang selalu memberikan doa, dorongan, serta dukungan kepada penulis, baik moril maupun materiil, dalam segala aspek kehidupan penulis, termasuk pelaksanaan riset dan pembuatan skripsi ini.

2. Bapak Deavvy MRY Johassan, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah banyak mengajarkan hal yang berharga kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

3. Bapak Imam Nuraryo, S. Sos., MA (Comms) selaku dosen pembimbing yang sangat membantu penulis dengan berbagai saran, pengetahuan, dukungan, dan semangat, serta meluangkan banyak waktu dan tenaga untuk membimbing penulis dari awal hingga akhir proses pengerjaan skripsi ini. Selain membantu penulis, Beliau juga menghibur penulis dengan cerita-cerita, pengalaman, humor, serta lagu-lagu yang Beliau nyanyikan hingga proses bimbingan terasa menyenangkan.



4. Seluruh dosen yang telah mengajar dan memberikan ilmunya kepada penulis selama berkuliah di Kwik Kian Gie School of Bussiness. Tanpa bantuan para dosen, penulis tidak dapat mengerti dan mendapatkan ilmu baru dalam perkuliahan.

5. Teman-teman dari UKM PD MALEAKHI yang selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat selama menjalani proses skripsi.

6. Segenap keluarga, sahabat, dan teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung selama penulis melaksanakan riset dan pembuatan skripsi ini.

Upaya semaksimal mungkin telah penulis lakukan hingga selesai penyusunan skripsi ini, namun penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna baik dari segi penulisan, bahasa, maupun isi. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangan tersebut. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca sekalian dan dapat diterima sebagai judul skripsi.

Terima kasih.

Jakarta, September 2016

**Yefta Sayogo**

# DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Identifikasi Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teoritis .....	8
1. Konsep Behaviorisme .....	8
2. Teori <i>Uses and Gratification</i> .....	10
3. Teori <i>Expectancy Value</i> .....	16
B. Landasan Konseptual .....	18
1. Komunikasi Massa .....	18





2. Televisi	20
3. Variety Show	22
4. The New Eat Bulaga Indonesia	23
C. Penelitian Terdahulu	25
D. Kerangka Konsep	50
E. Hipotesis	51
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Objek Penelitian	54
B. Metode Penelitian	56
C. Variabel Penelitian	56
D. Jenis Data	59
E. Teknik Pengambilan Data	60
F. Teknik Pengambilan Sampel	61
G. Teknik Analisis Data	62
1. Uji Validitas	62
2. Uji Reliabilitas	63
3. Analisis Persentase	64
4. Skala Likert	65
5. Rentang Skala Penelitian	66
6. Uji Normalitas Data	67
7. Uji T Satu Sampel	68

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.





BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum	69
1 ANTV	69
2 Analisis dan Pembahasan	70
1) Analisis Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	70
a. Uji Validitas	71
b. Uji Reliabilitas	76
2) Analisis Demografis	77
3) Analisis Deskriptif	78
4) Uji Normalitas	87
5) Uji T Satu Sampel	88
B. Hasil Penelitian	90

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	95
B. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	100

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



DAFTAR TABEL

TABEL 2.1	Penelitian Terdahulu.....	50
TABEL 3.1	Operasionalisasi Variabel Motif Menonton Program <i>The New Eat Bulaga Indonesia</i> .....	57
TABEL 3.2	Operasionalisasi Variabel Kepuasan Menonton Program <i>The New Eat Bulaga Indonesia</i> .....	58
TABEL 3.3	Skala Peringkat Yang Digunakan Dalam Penelitian.....	65
TABEL 4.1	Hasil Uji Validitas Dimensi Motif Informasi Menonton Tayangan <i>The New Eat Bulaga Indonesia</i> .....	72
TABEL 4.2	Hasil Uji Validitas Dimensi Motif Identitas Pribadi Menonton Tayangan <i>The New Eat Bulaga Indonesia</i> .....	73
TABEL 4.3	Hasil Uji Validitas Dimensi Motif Hiburan Menonton Tayangan <i>The New Eat Bulaga Indonesia</i> .....	73
TABEL 4.4	Hasil Uji Validitas Dimensi Kepuasan Informasi Menonton Tayangan <i>The New Eat Bulaga Indonesia</i> .....	74
TABEL 4.5	Hasil Uji Validitas Dimensi Kepuasan Identitas Pribadi Menonton Tayangan <i>The New Eat Bulaga Indonesia</i> .....	75
TABEL 4.6	Hasil Uji Validitas Dimensi Kepuasan Hiburan Menonton Tayangan <i>The New Eat Bulaga Indonesia</i> .....	76
TABEL 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Motif dan Kepuasan Menonton Tayangan <i>The New Eat Bulaga Indonesia</i> .....	77

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
 Hak cipta milik IBI KKK Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



TABEL 4.8 Umur Responden Penonton Tayangan *The New Eat Bulaga Indonesia*.....78

TABEL 4.9 Distribusi Frekuensi Motif Menonton Tayangan *The New Eat Bulaga Indonesia*.....79

TABEL 4.10 Distribusi Frekuensi Kepuasan Menonton Tayangan *The New Eat Bulaga Indonesia*.....82

TABEL 4.11 Tingkat Kepuasan Menonton Tayangan *The New Eat Bulaga Indonesia*.....85

TABEL 4.12 Hasil Uji Normalitas Data.....87

TABEL 4.13 *One-Sample Statistics* Motif Menonton *The New Eat Bulaga Indonesia*.....89

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR GAMBAR

	GAMBAR 2.1 Model <i>Uses &amp; Gratification</i> .....	12
	GAMBAR 2.2 Model <i>Expectancy Value</i> .....	17
	GAMBAR 2.3 Bagan Kerangka Konsep.....	50
	GAMBAR 4.1 Rentang Skala Motif Menonton <i>The New Eat Bulaga Indonesia</i> .....	81
	GAMBAR 4.2 Rentang Skala Kepuasan Menonton <i>The New Eat Bulaga Indonesia</i> .....	84
	GAMBAR 4.3 Kurva Kesenjangan Motif dan Kepuasan Menonton <i>The New Eat Bulaga Indonesia</i> .....	89

© Himpunan Mahasiswa Informatika (HMI) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Penulisan karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Penulisan karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 b. Penulisan karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 c. Penulisan karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 d. Penulisan karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR LAMPIRAN

Pra Kuisioner Tingkat Kepuasan Terhadap Tayangan <i>The New Eat Bulaga Indonesia</i> .....	98
Hasil SPSS Uji Validitas.....	102
Hasil SPSS Uji Reliabilitas.....	106
<i>Coding Sheet</i> Pra Kuisioner.....	107
Kuisioner Tingkat Kepuasan Terhadap Tayangan <i>The New Eat Bulaga Indonesia</i> .....	109
<i>Coding Sheet</i> Kuisioner.....	113
Hasil Uji Normalitas.....	117



© Hak Cipta Milik IBI BKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang menyalin atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

