

PERBEDAAN KESENJANGAN KEPUASAN PENONTON

TERHADAP PROGRAM ACARA *X FACTOR* DAN *THE VOICE* INDONESIA

Oleh:

Monica

67090096

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Broadcasting



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

PENGESAHAN

PERBEDAAN KESENJANGAN KEPUASAN PENONTON

TERHADAP PROGRAM ACARA *X FACTOR*

DAN *THE VOICE* INDONESIA

Diajukan Oleh :

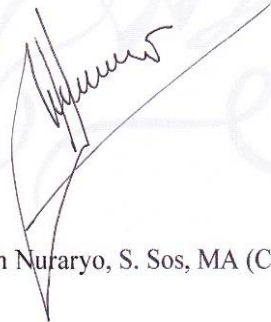
Monica

67090096

Jakarta, 18 September 2013

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing,



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

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2013

© 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.





ABSTRAK

© Monica / 67090096 / 2013 / Perbedaan Kesenjangan Kepuasan Penonton Dalam Menonton Program Acara *The Voice* Indonesia dan *X-Factor* Indonesia. / Pembimbing Utama: Bapak Imam Nuraryo, S. Sos, MA (Comms)

Penelitian ini berjudul Perbedaan Kesenjangan Kepuasan Penonton Dalam Menonton Program Acara *The Voice* Indonesia dan *X-Factor* Indonesia. Penulis melihat bahwa program acara *reality show* saat ini semakin bertumbuh jumlahnya dan digemari masyarakat. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari motif, kepuasan, dan kesenjangan kepuasan dalam menonton program acara *The Voice* Indonesia dan *X-Factor* Indonesia yang ditayangkan di Indosiar dan RCTI.

Peneliti menggunakan teori *uses and gratification* dan *expectancy value*. Teori – teori tersebut akan digunakan untuk mengetahui kesenjangan kepuasan antara menonton program acara *X-Factor* dan *The Voice* Indonesia. Kepuasan akan tercapai jika motif terpenuhi. Kesenjangan antara kepuasan yang dicari dan kepuasan yang diperoleh akan menunjukkan perbedaan tingkat kepuasan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian survei komparatif. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner diberikan kepada masing-masing 100 orang penonton program acara *The Voice* Indonesia dan 100 orang penonton program acara *X-Factor* Indonesia. Masing-masing motif (variabel bebas) dan kepuasan (variabel terikat) penonton memiliki empat dimensi, yaitu: informasi, identitas pribadi, integritas dan interaksi sosial, serta hiburan. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis persentase, rata-rata (*mean*), dan uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara motif penonton program *The Voice* Indonesia dan *X-Factor* Indonesia. Sedangkan dalam kepuasan hasil yang didapat adalah terdapat perbedaan yang signifikan antara kepuasan penonton program *The Voice* Indonesia dan *X-Factor* Indonesia. Untuk tingkat kepuasan, hasil yang didapat adalah tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam menonton program *The Voice* Indonesia dan *X-Factor* Indonesia.

Kesimpulan penelitian ini adalah dari 100 orang yang menonton program *The Voice* Indonesia merasa puas menonton program tersebut. Begitu pula kesimpulan yang didapat dari 100 orang yang menonton program *X-Factor* Indonesia. Hal ini dapat terlihat dari angka persentase kepuasan kedua acara tersebut yang lebih besar dari 100%. Namun ternyata tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada tingkat kepuasan penonton dalam menonton program acara *The Voice* Indonesia dan *X-Factor* Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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



ABSTRACT

© Monica / 67090096 / 2013 / **The Difference Level of Satisfaction In Watching The Voice Indonesia and X-Factor Indonesia/ Main Supervisor: Mr. Imam Nuraryo, S. Sos, MA (Comms)**

The title of this research is The Difference of Satisfaction Level in Watching The Voice Indonesia and X-Factor Indonesia. The writer sees that the number of reality shows on television keep on growing in number and has seen an increase in popularity by audience. The purpose of this research is to find out the motive, satisfaction, and satisfaction gap in watching The Voice and X-Factor Indonesia that are broadcasted in Indosiar and RCTI.

Researcher applies uses and gratification theory, as well as expectancy value theory. Those theories will be used to find out the satisfaction gap in watching X-Factor and The Voice Indonesia. Satisfaction will be achieved if the motive is fulfilled. The gap between gratification sought and gratification obtained will show the difference in the level of satisfaction.

The writer uses quantitative method with comparative survey for this research. To collect data, the writer gives questioners to 100 people that watch The Voice Indonesia and 100 people that watch X-Factor Indonesia. Each of the people's motive (independent variable) and satisfaction (dependent variable) has four dimensions which are: information, personal identity, social integrity and interaction, and entertainment. To analyze the data, the writer uses validity test, reliability test, percentage analysis, descriptive analysis (mean), and t-test.

The result of this research shows that there is no significant difference between the audience's motive of watching The Voice Indonesia and X-Factor Indonesia. While in satisfaction, the writer finds that there is a significant difference between the audience's satisfaction in watching The Voice Indonesia and X-Factor Indonesia. The writer also finds out that there is no significant difference in the satisfaction's level of watching The Voice Indonesia and X-Factor Indonesia.

The conclusion of this research is out of the 100 people that watch The Voice Indonesia and X-Factor Indonesia, they all feel satisfied in watching both programs. This result is shown by looking at the satisfaction's percentage level that is higher than 100 %. Eventhough both X-Factor and The Voice Indonesia's audience enjoy their own show, apparently there is no significant difference in the level of audience's satisfaction that watch The Voice Indonesia and X-Factor Indonesia.

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



KATA PENGANTAR

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

uji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya selama ini hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan pembuatan skripsi ini dengan baik. Penulis menyusun skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi di Kwik Kian Gie *School Of Bussiness*.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungannya kepada penulis selama melaksanakan riset dan pembuatan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan penyertaan dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. 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.
3. Bapak Deavvy MRY Johassan, S.Sos., M.Si. selaku Kepala Jurusan dari Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah banyak mengajarkan hal yang berharga pada penulis dan telah meluangkan banyak waktunya kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Imam Nuraryo, S. Sos, MA (Comms), selaku dosen pembimbing utama yang sangat membantu penulis dengan berbagai saran, pengetahuan, dukungan dan semangat serta telah meluangkan banyak waktu dan tenaga untuk membimbing penulis dari awal hingga akhir proses pengerjaan skripsi ini. Selain membantu

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.



penulis, Beliau juga menghibur penulis dengan cerita-cerita, pengalaman, humor, cerita lagu-lagu yang Beliau nyanyikan sehingga proses bimbingan menjadi menyenangkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Seluruh Dosen yang telah mengajar dan memberikan ilmunya kepada saya selama saya berkuliah di Kwik Kian Gie School Of Bussiness. Tanpa bantuan para Dosen saya tidak akan dapat mengerti dan mendapatkan ilmu baru dalam perkuliahan.

6. Neilson Gautama, selaku sahabat terbaik penulis yang selalu mendukung dan memberikan motivasi kepada menulis dalam menyelesaikan penelitian ini dan juga sekaligus menghibur ketika penulis mulai merasa jenuh sehingga penulis dapat kembali semangat dalam menjalani dan menyelesaikan penelitian ini.

7. Miranti, Melissa, Angie, Ilawarni, Yessica, Cynthia, Astrid, Chyntara, Jessica, yang merupakan sahabat-sahabat terdekat penulis, yang selalu bersama berjuang dalam menyelesaikan pendidikan sarjana dan tetap selalu memberikan semangat satu sama lain, bantuan, pertolongan, penghiburan, dan bantuan dengan tulus, juga doa bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. 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.

Sebagai penutup, penulis juga menyadari bahwa pembuatan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, pada kesempatan ini juga penulis berniat untuk meminta maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini. Penulis sangat menghargai saran dan kritik dari semua pihak agar di

kemudian hari skripsi ini menjadi lebih baik dan dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 22 Agustus 2013

Monica

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

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



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Identifikasi Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP	
A. Landasan Teori	
1. Komunikasi Massa dan Ajang Pencarian Bakat	11
2. Teori <i>Uses and Gratification</i>	22
B. Kerangka Konsep	30
C. Hipotesis	31

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



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



BAB III METODE PENELITIAN

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

A. Obyek Penelitian (Mahasiswa UKM Minat Bakat Kwik Kian Gie School Of Bussiness	32
B. Metode Penelitian	32
C. Variabel Penelitian	33
D. Jenis Data	41
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Teknik Pengambilan Sampel	42
G. Teknik Analisis Data	42
1. Uji Validitas	43
2. Uji Reliabilitas	44
3. Analisis Persentase.....	45
4. Skala Likert	45
5. Rata-Rata dan Rentang Kriteria Penelitian	46
6. Uji Normalitas Data	47
7. Uji <i>T</i>	48

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum.....	50
B. Analisis dan Pembahasan	54
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	54
a. Uji Validitas	54
b. Uji Reliabilitas	68

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.



2. Data Demografis	71
a. Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	71
b. Berdasarkan Tingkatan Kelas Responden	72
3. Analisis Deskriptif	74
a. Motif, Kepuasan, dan Tingkat Kepuasan Dalam Menonton Program <i>The Voice</i> Indonesia	74
b. Distribusi Frekuensi Kepuasan Penonton Menonton Program Acara <i>The Voice</i> Indonesia	76
c. Distribusi Frekuensi Motif Penonton Menonton Program Acara <i>X-Factor</i> Indonesia	78
d. Distribusi Frekuensi Kepuasan Penonton Menonton Program Acara <i>X-Factor</i> Indonesia	80
4. Uji Normalitas Data	82
5. Analisis Perbandingan	83
a. Perbandingan Motif Dalam Menonton Program <i>The Voice</i> Indonesia dan <i>X-Factor</i> Indonesia.....	83
b. Perbandingan Kepuasan Dalam Menonton Program <i>The Voice</i> Indonesia dan <i>X-Factor</i> Indonesia.....	84
c. Perbandingan Tingkat Kepuasan Dalam Menonton Program <i>The Voice</i> Indonesia dan <i>X-Factor</i> Indonesia.....	85
C. Hasil Penelitian	86

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	90
B. Saran	92

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.

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

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.





DAFTAR TABEL

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

Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Motif Menonton Program <i>The Voice</i> Indonesia	34
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel kepuasan Menonton Program <i>The Voice</i> Indonesia	36
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Motif Menonton Program <i>X-Factor</i> Indonesia	38
Tabel 3.4	Operasionalisasi Variabel Kepuasan Menonton Program <i>X-Factor</i> Indonesia	40
Tabel 3.5	Skala Peringkat Yang Digunakan Dalam Penelitian	45
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Dimensi Motif Informasi Program <i>The Voice</i> Indonesia	55
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Dimensi Motif Identitas Pribadi Program <i>The Voice</i> Indonesia	56
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Dimensi Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Program <i>The Voice</i> Indonesia	57
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Dimensi Motif Hiburan Program <i>The Voice</i> Indonesia	57
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Dimensi Kepuasan Informasi Penonton Program <i>The Voice</i> Indonesia	58
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Dimensi Kepuasan Identitas Pribadi Penonton Program <i>The Voice</i> Indonesia	59
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Dimensi Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial Penonton Program <i>The Voice</i> Indonesia	60

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.



Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Dimensi Kepuasan Hiburan Penonton Program

1. (C) <i>The Voice</i> Indonesia	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Dimensi Motif Informasi Penonton Program	
<i>X-Factor</i> Indonesia.....	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Dimensi Motif Identitas Pribadi Penonton Program	
<i>X-Factor</i> Indonesia.....	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Dimensi Motif Integrasi dan Interaksi Sosial	
Penonton Program <i>X-Factor</i> Indonesia.....	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Dimensi Motif Hiburan Penonton Program	
<i>X-Factor</i> Indonesia.....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Dimensi Kepuasan Informasi Penonton Program	
<i>X-Factor</i> Indonesia	65
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Dimensi Kepuasan Identitas Pribadi Penonton	
Program <i>X-Factor</i> Indonesia.....	66
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Dimensi Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial	
Penonton Program <i>X-Factor</i> Indonesia.....	67
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Dimensi Kepuasan Hiburan Penonton Program	
<i>X-Factor</i> Indonesia.....	68
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Motif Penonton Program <i>The Voice</i> Indonesia...	69
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Penonton Program <i>The Voice</i> Indonesia	69
.....	69
Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas Motif Penonton Program <i>X-Factor</i> Indonesia	70
Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Penonton Program <i>X-Factor</i> Indonesia	70
.....	70
Tabel 4.21 Jenis Kelamin Responden Penonton Program <i>The Voice</i> Indonesia	71

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

1. Dilarang menjual, menyewakan, atau memperjualbelikan atau seluruh atau sebagian hak cipta ini tanpa izin tertulis dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.22 Jenis Kelamin Responden Penonton Program <i>X-Factor</i> Indonesia.....	72
Tabel 4.23 Tingkatan Kelas Responden Penonton Program <i>The Voice</i> Indonesia..	73
Tabel 4.24 Tingkatan Kelas Responden Penonton Program <i>X-Factor</i> Indonesia ...	73
Tabel 4.25 Tingkat Motif dan Kepuasan Penonton Program <i>The Voice</i> Indonesia.	77
Tabel 4.26 Tingkat Motif dan Kepuasan Penonton Program <i>X-Factor</i> Indonesia ..	81
Tabel 4.27 Hasil Uji Perbandingan Motif Penonton Program <i>The Voice</i> Indonesia dan <i>X-Factor</i> Indonesia.....	84
Tabel 4.28 Hasil Uji Perbandingan Kepuasan Penonton Program <i>The Voice</i> Indonesia dan <i>X-Factor</i> Indonesia.....	85
Tabel 4.29 Hasil Uji Perbandingan Tingkat Kepuasan Penonton Program <i>The Voice</i> Indonesia dan <i>X-Factor</i> Indonesia	86

1. Dilarang menyalin atau menjiplak 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.

DAFTAR GAMBAR

©	<p>Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p style="text-align: center;">Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p>		
1	<p>Gambar 4.1 Model <i>Uses and Gratifications</i></p>	24	
2	<p>Gambar 4.2 Model <i>Expectancy Values</i></p>	28	
3	<p>Gambar 4.3 Bagan Kerangka Konsep.....</p>	30	
4.1	<p>Gambar 4.1 Logo <i>The Voice</i> Indonesia.....</p>	51	
4.2	<p>Gambar 4.2 Logo <i>X-Factor</i> Indonesia</p>	53	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

C	A.	Distribusi Frekuensi Motif Menonton Program Acara <i>The Voice</i> Indonesia	96
B	B.	Distribusi Frekuensi Kepuasan Menonton Program Acara <i>The Voice</i> Indonesia	98
C	C.	Distribusi Frekuensi Motif Menonton Program Acara <i>X-Factor</i> Indonesia	100
D	D.	Distribusi Frekuensi Kepuasan Menonton Program Acara <i>X-Factor</i> Indonesia	102
E	E.	Hasil Uji Normalitas Data	103
F	F.	Kuesioner	104
G	G.	Validitas dan realibilitas <i>The Voice</i> Indonesia	107
H	H.	Validitas dan realibilitas <i>X-Factor</i> Indonesia	116
I	I.	Normalitas <i>The Voice</i> Indonesia	123
J	J.	Normalitas <i>The Voice</i> Indonesia	124
K	K.	125

© Hak cipta milik IBI IKG (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 IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.