

MOTIF DAN KEPUASAN MASYARAKAT KOTA DENPASAR TERHADAP SINETRON “SIAPA TAKUT JATUH CINTA” DI SCTV

Della Ayu Lopiga Br Tarigan¹⁾, Ni Made Ras Amanda Gelgel²⁾, I Dewa Ayu Sugiarica Joni³⁾

^{1,2,3)}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email:dellaayuloviga97@gmail.com¹, rasamanda13@gmail.com², idajoni11@gmail.com³

ABSTRACT

The soap opera of “Siapa Takut Jatuh Cinta” which has aired on SCTV tv station successfully captivated the audience with a high rating on the first episode. This soap opera has violated the prevailing norms in Indonesia for several times. However, the rating still stays in the top position. In this research, the author wants to know how is the motive and the satisfaction of people who live in Denpasar City about the soap opera “Siapa Takut Jatuh Cinta”. The author use the theory of Uses and Gratifications to see what the audience want to the media. This research is conducted by measuring the motives and satisfaction of 348 respondents in Denpasar City aged 16-34 years using 4 indicators of Uses and Gratifications theory by Greenberg and Woods (1999), these are escape, social learning, social excitement, and habit. This research use descriptive quantitative methods. The sampling technique in this study is purposive sampling. The data in this research is obtained by spreading questionnaires using a Likert scale. The data analysis technique using at the average score of motive and satisfaction. The results showed that respondents aged 16-34 years in Denpasar do not get satisfaction after watching the soap opera. That thing is happened due to respondents watching the soap opera of “Siapa Takut Jatuh Cinta” only to seek entertainment and fill their spare time. If it viewed from the indicators in every aspect of the motives, there are several indicators of motives that are satisfied, such as indicators of avoiding family problems, indicators of having a friend, indicators of eliminating boredom in spare time and other indicators.

Keywords: motive, satisfaction, Denpasar, the soap opera “Siapa Takut Jatuh Cinta”, SCTV

1. PENDAHULUAN

Perkembangan media di Indonesia yang semakin maju memberi kemudahan bagi masyarakat dalam memperoleh informasi yang mereka inginkan. Media

massamerupakan suatu alat penyampai pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti televisi, film, radio, dan surat kabar (Cangara, 2006:119). Di Indonesia media

massa yang paling digemari oleh masyarakat adalah televisi. Pada temuan lembaga survei *Nielsen Consumer Media View* tahun 2017 yang dilakukan di 11 kota di Indonesia, penetrasi televisi masih memimpin dengan 96% disusul dengan media lainnya (*Nielsen.com*, 2017).

Televisi berperan sebagai media massa yang mampu memenuhi sejumlah kebutuhan khalayak, hal ini sesuai dengan asumsi dalam teori *Uses and Gratifications* yang diungkap oleh Katz, Blumer, dan Gurevitch yang menyatakan bahwa pada dasarnya setiap individu atau khalayak memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi dan khalayak menggunakan media massa seperti televisi oleh karena motif-motif tertentu (Kriyantono, 2006:208). Irawati Pratigny selaku *Managing Director* Media Nielsen Indonesia, mengatakan penonton Indonesia menghabiskan 24 persen total jam menonton mereka atau sekitar 197 jam untuk menyaksikan sinetron selama setahun (*Bisnis.tempo.co*, 2013).

“Siapa Takut Jatuh Cinta” yang tayang di stasiun televisi SCTV merupakan salah satu sinetron Indonesia yang mampu menarik perhatian masyarakat. Sinetron tersebut berhasil memuncaki *Google Trend Indonesia* dan juga menduduki peringkat satu data rating *AC Nielsen* pada episode perdananya Senin 13 November 2017 dengan TVR/share 4,0/17,0% (*Liputan6.com*, 2017).

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) memberikan indeks standar 4,00 untuk menilai suatu tayangan televisi. Namun berdasarkan hasil survei KPI tahun 2016, secara keseluruhan indeks kualitas

program sinetron menunjukkan angka di bawah standar KPI, yaitu 2,94 (*Kumparan.com*, 2017). Sejumlah rumah produksi yang mengejar rating seringkali tidak diiringi dengan kualitas sinetron yang baik. Penayangan sinetron yang melanggar norma yang berlaku di masyarakat dapat ditegur oleh KPI. Salah satu sinetron yang tidak lepas dari teguran KPI adalah sinetron “Siapa Takut Jatuh Cinta”. Pada 6 Desember 2017 lalu sinetron tentang kisah cinta anak remaja tersebut mendapat teguran tertulis karena dinilai telah melanggar P3 (Pedoman Perilaku Penyiaran) KPI tahun 2012 pasal 9, pasal 14 ayat (2), pasal 16 dan pasal 21, serta melanggar SPS (Standar Program Siaran) KPI tahun 2012 pasal 9 ayat (2), pasal 15 ayat (1), pasal 18 huruf k, dan pasal 37 ayat (4) huruf f (*Tribunnews.com*, 2017).

Meski telah mendapat teguran KPI, rating sinetron “Siapa Takut Jatuh Cinta” tetap stabil di posisi atas. Hal ini terbukti di awal tahun 2018 selama tiga hari berturut-turut rating sinetron tersebut berada di posisi pertama. Senin (1/1/18), sinetron tersebut memperoleh TVR/share 4,3/18,6%, berikutnya Selasa (2/1/18) bertahan di posisi satu dengan TVR/share 4,3/17,5%, dan Rabu (3/1/18) meningkat dengan TVR/share 4,4/18,5% (*Wowkeren.com*, 2018). Hal ini dapat terjadi dikarenakan masyarakat yang menyaksikan sinetron “Siapa Takut Jatuh Cinta” memperoleh kepuasan tersendiri sehingga walaupun sudah pernah melanggar norma yang berlaku di masyarakat, penonton di rumah tetap setia menyaksikannya. Penggunaan media hanya salah satu cara

untuk memenuhi kebutuhan psikologis seseorang, dampak media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi (Rakhmat, 2009:65).

Dari uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang "Motif dan Kepuasan Masyarakat Kota Denpasar terhadap Sinetron Siapa Takut Jatuh Cinta di SCTV". Subjek dalam penelitian ini yaitu, Masyarakat Kota Denpasar yang berusia 16 sampai 34 tahun karena dalam riset Nielsen Company 2017 penikmat televisi 96% didominasi oleh usia tersebut (*Dailysocial.id*, 2017). Lokasi penelitian ini berada di Kota Denpasar karena tahun 2014 lalu Denpasar termasuk salah satu kota besar di luar Jawa yang memiliki tingkat konsumsi media seperti televisi yang lebih tinggi dari kota besar di Jawa (*Nielsen.com*, 2014).

Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu, apa motif dan bagaimana kepuasan masyarakat Kota Denpasar terhadap sinetron "*Siapa Takut Jatuh Cinta*" di SCTV.

Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini yaitu, untuk mengetahui motif dan bagaimana kepuasan masyarakat Kota Denpasar terhadap sinetron "*Siapa Takut Jatuh Cinta*" di SCTV.

2. KAJIAN PUSTAKA

Motif dan Kepuasan dalam Mengonsumsi Media

Dalam Imran (2013:3) dikatakan bahwa penggunaan media komunikasi merupakan

suatu hal yang mencerminkan bagaimana perbuatan individu dalam menggunakan ragam media komunikasi yang ada untuk memenuhi kebutuhan individu tersebut. Rosengren (1971) mengatakan selain terdapat jumlah waktu dan jumlah jenis media, juga ada faktor individual dalam penggunaan isi media, seperti jenis kebutuhan, motif, dan lainnya (Imran, 2013:3). Secara obyektif, motif adalah dorongan dari dalam diri individu untuk menentukan pilihannya dari berbagai perilaku tertentu, sesuai dengan tujuan (Rakhmat, 2001:23). Menurut Greenberg dan Woods (1999:251) ada empat motif seseorang menonton sinetron (*soap opera*), yaitu motif pelarian (*escape*), motif pembelajaran sosial (*social learning*), motif ketertarikan sosial (*social excitement*), dan motif keiasaan (*habit*).

Setelah penggunaan media tentu adanya kepuasan nyata yang didapatkan. Kepuasan tersebut merupakan suatu kebutuhan yang terpenuhi setelah menggunakan suatu media (Yamit, 2001:78 dalam Brilliant, 2013). Kepuasan yang diperoleh dalam penggunaan media dibagi dua, yaitu *gratification sought* (GS) dan *gratification obtained* (GO). Palmgreen mengemukakan *gratification sought* (GS) sebagai kepuasan yang diinginkan individu ketika mengonsumsi suatu media tertentu seperti televisi dan *gratification obtained* (GO) merupakan kepuasan yang diperoleh individu setelah mengonsumsi suatu media tertentu (Kriyantono, 2006:210).

Sinetron

Sinetron adalah sandiwara bersambung yang disiarkan oleh stasiun televisi. Sinetron dalam Bahasa Inggris disebut sebagai *Soap Opera*. Menurut Kuswandi (1996) ada tiga hal yang membuat sinetron banyak diminati oleh masyarakat pengguna televisi, yakni isi pesannya sesuai dengan realitas sosial penonton, mengandung cerminan tradisi nilai luhur dan budaya masyarakat, dan banyak mengangkat permasalahan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat.

Teori Uses and Gratifications

Severin dan Tankard (2008:353) mengemukakan Teori *Uses and Gratifications* mempunyai fungsi untuk melihat kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial, hingga memunculkan harapan tertentu dari suatu media dan pemenuhan kebutuhan. Menurut Onong Uchjana Effendy (1993:289) permasalahan utama yang difokuskan dalam teori ini adalah bagaimana media mampu memenuhi kebutuhan khalayak. Intinya adalah khalayak memilih menggunakan suatu media massa atas dasar motif-motif tertentu (Kriyantono, 2006:208).

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe deskriptif yang bertujuan menjelaskan, meringkas berbagai kondisi, situasi yang timbul dalam masyarakat yang menjadi objek penelitian tersebut berdasarkan apa

yang terjadi, yang kemudian mengangkat ke permukaan gambaran tentang kondisi atau keadaan tersebut (Bungin, 2005:44). Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Denpasar dengan rentang usia 16-34 tahun yang pernah menonton sinetron "*Siapa Takut Jatuh Cinta*" sehingga sampel yang diteliti adalah 348 jiwa. Instrumen penelitian ini adalah angket atau kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

SCTV adalah salah satu stasiun televisi swasta yang ada di Indonesia. Stasiun tv ini memproduksi dan menayangkan berbagai macam program acara, seperti program acara reality show, olahraga, berita, infotainment, sinetron, dan sebagainya. SCTV banyak menayangkan sinetron pada saat *prime time*, salah satu program acara sinetron yang banyak digemari masyarakat adalah sinetron "*Siapa Takut Jatuh Cinta*".

Sinetron "*Siapa Takut Jatuh Cinta*" (STJC) pertama kali ditayangkan stasiun televisi nasional SCTV pada tanggal 13 November 2017 setiap pukul 18.00 WIB dan mengalami perubahan jam tayang menjadi pukul 17.00 WIB sejak tanggal 17 September 2018. Sinetron tersebut diproduksi oleh SinemArt dan diperankan oleh aktris dan aktor muda seperti Natasya Wilona, Verrel Bramasta, Ersya Aurelia, Bryan Domani dan masih banyak lagi. Setiap harinya sinetron STJC tayang dengan rata-rata durasi satu jam per episodenya.

Profil Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 348 jiwa yang merupakan masyarakat Kota Denpasar dengan rentang usia 16-34 tahun dan sudah pernah menonton sinetron "*Siapa Takut Jatuh Cinta*". Berdasarkan rentang usia, responden dengan usia 16-20 tahun sebesar 37.07%, responden usia 21-25 tahun sebesar 56.61%, responden usia 26-30 tahun sebesar 4.02%, dan responden usia 31-34 tahun sebesar 2.30%.

Berdasarkan jenis kelamin, responden laki-laki terdapat sebanyak 27.87% dan responden perempuan lebih mendominasi yaitu sebanyak 72.13%. Berdasarkan pendidikan terakhir, responden dengan pendidikan terakhir tidak lulus SD/tidak sekolah sebanyak 0.29%, responden dengan pendidikan terakhir SD juga sebanyak 0.29%, SMP/ sederajat sebesar 8.33%, SMA/ sederajat sebesar 67.24%, Diploma/ Sarjana sebesar 23.56%, dan responden dengan pendidikan terakhir Pascasarjana sebesar 0.29%.

Berdasarkan pekerjaan, responden dengan pekerjaan sebagai Pelajar/ Mahasiswa sebanyak 64.66%, karyawan swasta sebanyak 21.84%, Pegawai Negeri Sipil (PNS) sebanyak 1.72%, wiraswasta sebanyak 7.18%, dan responden dengan pekerjaan lainnya sebanyak 4.60%.

Deskripsi Hasil Uji Motif dan Kepuasan Menonton Sinetron "Siapa Takut Jatuh Cinta"

Deskripsi hasil uji motif dan kepuasan menonton sinetron "Siapa Takut Jatuh Cinta" dalam penelitian ini dibagi menjadi empat yakni pelarian (*escape*), pembelajaran sosial (*social learning*), ketertarikan sosial (*social excitement*), kebiasaan (*habit*) (Greenberg dan Woods, 1999:251).

Tabel 1

Akumulasi Skor Rata-rata Motif dan Kepuasan Menonton Sinetron "STJC"

Jenis Motif	Gratification Sought (GS)	Gratification Obtained (GO)
Pelarian (<i>Escape</i>)	2.90	2.89
Pembelajaran Sosial (<i>Social Learning</i>)	3.10	2.91
Ketertarikan Sosial (<i>Social Excitement</i>)	2.96	2.91
Kebiasaan (<i>Habit</i>)	3.42	3.20
Rata-rata	3.09	2.98

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa semua jenis motif belum terpenuhi, dimana nilai *gratification sought* (GS) dari setiap motif lebih besar dibandingkan dengan nilai *gratification obtained*-nya (GO) yang berarti kepuasan yang diinginkan oleh responden terhadap sinetron "*Siapa Takut Jatuh Cinta*" dalam penelitian ini lebih besar dari kepuasan yang diperoleh.

Analisis Data

Motif tertinggi responden dalam penelitian ini terhadap sinetron “Siapa Takut Jatuh Cinta” adalah motif kebiasaan (*habit*) dengan nilai sebesar 3.42, dan kepuasan tertinggi adalah kepuasan kebiasaan dengan nilai sebesar 3.20. Pada penelitian ini tidak ada satu motif pun yang terpenuhi melalui menonton sinetron “STJC” tetapi, jika dilihat pada setiap indikator dalam setiap aspek motif, ada beberapa indikator yang terpenuhi. Pada motif pelarian diharapkan mampu untuk mencegah ketidaknyamanan responden. Pada motif ini responden mendapat kepuasan dalam hal menghilangkan rasa sepi, menghindari dari permasalahan keluarga, dan melupakan kekhawatiran sedangkan indikator yang belum terpenuhi adalah memberikan rasa *relaks* pada responden dan menenangkan pikiran.

Motif pembelajaran sosial berbicara tentang penggunaan sinetron sebagai sarana untuk belajar mengenai perilaku sosial. Semua indikator motif dalam aspek ini belum terpenuhi setelah responden menyaksikan sinetron “STJC”. Hal ini dapat dikarenakan sinetron tersebut sudah pernah melanggar norma yang berlaku di masyarakat. Kuswandi mengemukakan bahwa isi pesan sinetron merupakan cermin nilai dan norma moral masyarakat (Kuswandi, 2008:122).

Pada motif ketertarikan sosial berbicara tentang respon/sikap responden ke kebutuhan umum untuk ketertarikan dalam kehidupan responden tersebut. Indikator dari motif ini yang mampu terpenuhi setelah menonton sinetron

“STJC” adalah indikator rasa memiliki seorang teman sedangkan indikator yang belum mampu terpenuhi adalah indikator membuat responden merasa lebih tertantang dalam melakukan sesuatu, memperoleh kesenangan pribadi, dan membuat responden menjadi lebih bersemangat.

Motif kebiasaan diharapkan mampu memenuhi kebutuhan rutin responden dalam kehidupan sehari-hari. Indikator dari motif ini yang mampu terpenuhi adalah tayangan sinetron “STJC” dapat menghilangkan rasa bosan responden disaat tidak ada aktivitas yang dilakukan sedangkan indikator yang belum terpenuhi adalah indikator menyegarkan pikiran, mendapat hiburan, dan indikator pilihan yang tepat untuk mengisi waktu luang.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa rentang usia responden yang mendapatkan kepuasan adalah usia 26-30 tahun. Berdasarkan pendidikan terakhir, responden yang terpenuhi adalah responden dengan pendidikan terakhir Pascasarjana. Berdasarkan pekerjaan, responden yang terpenuhi adalah responden dengan pekerjaan Pegawai Negeri Sipil (PNS) sedangkan jika dilihat berdasarkan jenis kelamin, tidak ada responden yang terpenuhi setelah menonton sinetron “STJC”.

5. Kesimpulan

1. Responden dalam penelitian ini berjumlah 348 orang yang terbagi atas 97 responden laki-laki dan 251 responden perempuan yang

seluruhnya pernah menonton sinetron “*Siapa Takut Jatuh Cinta*” (STJC). Responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia 21-25 tahun, dengan pendidikan terakhir SMA/Sederajat dan mayoritas pekerjaannya adalah pelajar/mahasiswa. Rata-rata responden dalam penelitian ini menonton sinetron “STJC” 1-2 hari dalam seminggu dengan durasi menonton dalam satu episodenya kurang lebih 15 menit.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan *gratification sought* (GS) > *gratification obtained* (GO) yang berarti masyarakat di Kota Denpasar yang berusia 16-34 tahun tidak puas dengan sinetron “*Siapa Takut Jatuh Cinta*” yang ditayangkan pada stasiun televisi SCTV. Hal ini terjadi karena tidak terpenuhinya motif yang diinginkan responden terhadap sinetron tersebut. Jika dilihat dari indikator dalam setiap aspek motif, ada beberapa indikator yang terpuaskan. Pada motif pelarian (*escape*), indikator yang mampu memenuhi kepuasan responden setelah menonton sinetron “STJC” adalah indikator motif dalam hal menghindar dari permasalahan keluarga, menghilangkan rasa kesepian disaat sendiri, dan melupakan kekhawatiran atau permasalahan yang sedang dialami responden sedangkan indikator yang belum mampu terpuaskan setelah responden menonton sinetron “STJC” adalah indikator menenangkan pikiran dan

memberikan rasa *relaks/santai*. Pada motif pembelajaran sosial (*social learning*), semua indikator belum mampu terpuaskan setelah responden menonton tayangan sinetron “STJC”, hal ini terjadi karena banyak adegan yang ditampilkan dalam tayangan sinetron “STJC” yang tidak pantas untuk dicontoh oleh kalangan anak muda. Pada motif ketertarikan sosial (*social excitement*), indikator yang belum mampu terpuaskan setelah responden menonton sinetron “STJC” adalah membuat responden merasa lebih tertantang dalam melakukan sesuatu, membuat responden menjadi lebih bersemangat, dan memperoleh kesenangan pribadi sedangkan indikator yang mampu terpuaskan setelah menonton sinetron “STJC” adalah indikator rasa memiliki seorang teman. Pada motif kebiasaan (*habit*), indikator yang belum mampu terpuaskan setelah menonton sinetron “STJC” adalah sinetron “STJC” merupakan pilihan yang tepat untuk mengisi waktu luang responden, menyegarkan pikiran, dan mendapat hiburan sedangkan indikator yang terpuaskan setelah menonton sinetron “STJC” adalah tayangan sinetron tersebut dapat menghilangkan rasa bosan responden disaat tidak ada kegiatan yang sedang dilakukan.

3. Berdasarkan hasil penelitian, dapat dikatakan bahwa responden laki-laki maupun perempuan dalam penelitian ini belum mendapatkan kepuasan dalam menonton sinetron “STJC”.

Responden dengan rentang usia 26-30 tahun dalam penelitian ini mendapatkan kepuasan dalam menonton sinetron "STJC", sedangkan responden dengan rentang usia 16-20 tahun, 21-25 tahun, dan 31-34 tahun belum mendapatkan kepuasan. Dalam penelitian ini responden dengan pendidikan terakhir Pascasarjana mendapatkan kepuasan, sedangkan responden dengan pendidikan terakhir tidak lulus SD/tidak sekolah, SD, SMP/Sederajat, SMA/Sederajat, dan Diploma/Sarjana belum mendapatkan kepuasan setelah menonton sinetron "STJC". Responden dengan pekerjaan Pegawai Negeri Sipil (PNS) dalam penelitian ini mendapat kepuasan setelah menonton sinetron "STJC", sedangkan responden dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa, karyawan swasta, wiraswasta, dan pekerjaan lainnya belum mendapatkan kepuasan.

4. Motif tertinggi dalam penelitian ini adalah motif kebiasaan (*habit*), yang dimana alasan terbesar responden menonton sinetron "STJC" adalah untuk mencari hiburan, menghilangkan kebosanan, dan mengisi waktu luang disaat tidak ada kegiatan. Motif terendah dalam penelitian ini adalah motif pelarian (*escape*). Hal ini berarti keinginan untuk menghindar dari permasalahan keluarga/orang tua, menenangkan pikiran, melupakan kekhawatiran, dan hal lainnya yang berkaitan dengan pelarian bukanlah alasan terbesar atau alasan utama

responden menonton sinetron "STJC". Kepuasan tertinggi yang diperoleh responden dalam penelitian ini adalah kepuasan kebiasaan (*habit*), sedangkan kepuasan terendah yang diperoleh adalah kepuasan pelarian (*escape*).

6. DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana. Edisi ke-2.
- Cangara, Hafied H. 2006. *Pengantar ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Kriyantono, R. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana. Prenada Media Group.
- Kuswandi, Wawan. 2008. *Komunikasi Massa: Analisa Interaktif Budaya Massa*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa, Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Michael, B., Alison, T., dan David, W. 2004. *Hubungan Media yang Efektif*. (Penerjemah Syahrul), Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Rakhmat, Jalaludin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Saefudin, Abdul Aziz. 2010. *Republik Sinetron*. Yogyakarta: Leutika.
- Severin, W. J. & Tankard, J. W. 2008. *Teori Komunikasi, Sejarah Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*. Jakarta: Prenada Media.

Jurnal

Greenberg, B. S., & Woods, M. G. (1999). *The Soap: Their Sex, Gratifications, and Outcomes*. *The Journal of Sex Research*.

Imran, Hasyim A. 2013. *Pola Penggunaan Media Komunikasi*. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* Vol. 17 No. 1. Jakarta: Badan Litbang SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Perse, E. M., & Rubin, R. B. 1988. Attribution in social and parasocial relationships. *Communication Research*, 16, 59-77.

Widodo, P. Budi. 2006. *Reliabilitas dan Validitas Konstruk Skala Konsep Diri untuk Mahasiswa Indonesia*. *Jurnal Psikologi Universitas Diponegoro*, Vol. 3, No. 1.

Skripsi

Brillianti, Paulina. 2013. *Pengaruh Layout Koran Terhadap Kepuasan Pembaca (Penelitian Eksplanatif Pengaruh Layout Koran Terhadap Kepuasan Pembaca Koran Tribun Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Isaura. 2012. *Kepuasan Masyarakat Surabaya dalam Menonton Tayangan Sinetron "Putri Yang Ditukar" di RCTI*. Skripsi. Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Mooy, R. M. Putri. 2016. *Motif dan Kepuasan Pemirsa Surabaya dalam Menonton Sinetron "Tukang Bubur Naik Haji" di RCTI*. Skripsi. Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Willyanto, Austin K. 2015. *Motif dan Kepuasan Masyarakat Surabaya terhadap Sinetron "Catatan Hati Seorang Istri" di RCTI*. Skripsi. Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Media Online

Aria, Pingit. 2013. *Acara TV Ini Paling Digemari Penonton Indonesia (online)*, (<https://bisnis.tempo.co/read/465467/acara-tv-ini-paling-digemari-penonton-indonesia> diakses pada 7 Maret 2018).

Arya, Putri. 2018. *Pindah Jam Tayang, 'Siapa Takut Jatuh Cinta' Hadir dengan Kisah Baru (online)*, (<https://media.iyaa.com/post/2018/09/22336/pindah-jam-tayang-siapa-takut-jatuh-cinta-hadir-dengan-kisah-baru/> diakses pada 18 September 2018).

Denpasar.go.id. 2016. *Profil Dinas Pariwisata Kota Denpasar 2016 (online)*, (https://denpasarkota.go.id/assets_su/bdomain/22/download/PROFIL%20DINAS%20PARIWISATA_839098.pdf diakses pada 20 September 2018).

Dewi, K. D. dan Anggi K. 2017. *KPI: Rating Sinetron Tinggi, Kualitas (Mestinya) Harus Baik (online)*, (<https://kumparan.com/@kumparanhits/kpi-rating-sinetron-tinggi-kualitas-mestinya-harus-baik> diakses pada 14 Maret 2018).

Eka, Randi. 2017. *Riset Nielsen Tunjukkan Pergeseran Penikmat Media ke Ranah Online (online)*, (<https://dailysocial.id/post/riset-nielsen-tunjukkan-pergeseran-penikmat-media-ke-ranah-online> diakses pada 21 Maret 2018).

HPS, P. Astuti. 2017. *Episode Perdana Siapa Takut Jatuh Cinta Tembus Rating Teratas (online)*,

(<https://www.liputan6.com/showbiz/read/3162369/episode-perdana-siapa-takut-jatuh-cinta-tembus-rating-teratas> diakses pada 14 Maret 2018).

Lubis, Mila. 2017. *Tren Baru di Kalangan Pengguna Internet di Indonesia (online)*, (<http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/TREN-BARU-DI-KALANGAN-PENGGUNA-INTERNET-DI-INDONESIA.html> diakses pada 14 Maret 2018).

- Nielsen.com. 2014. *Nielsen: Konsumsi Media Lebih Tinggi Di Luar Jawa (online)*, (<http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html> diakses pada 21 Maret 2018).
- Sctv.co.id. 2015. *Tentang Kami (online)*, (<http://www.sctv.co.id/about/> diakses pada 7 Juli 2018).
- Wowkren.com. 2018. *Berjaya Di Awal 2018, Rating Sinetron 'STJC' Tetap Nomor 1 Meski Tanpa Aliando (online)*, (<https://www.wowkren.com/berita/ta-mpil/00190196.html> diakses pada 17 Maret 2018).
- Yamananda, Irsan. 2017. *Sinetron Ini Ditegur KPI karena Ada Adegan Natasha Wilona dan Verrell Bramasta Nyaris Berciuman (online)*, (<http://www.tribunnews.com/seleb/2017/12/13/sinetron-ini-ditegur-kpi-karena-ada-adegan-natasha-wilona-dan-verrell-bramasta-nyaris-berciuman?page=all> diakses pada 17 Maret 2018).