

TINGKAT KEPUASAN PEMIRSA TELEVISI DI DENPASAR TERHADAP TAYANGAN BERITA DI METRO TV

Tesalonika Monangin¹⁾, Ni Made Ras Amanda Gelgel²⁾, Ade Devia Pradipta³⁾

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

Email: tesaa13@gmail.com¹, rasamanda13@gmail.com², deviapradipta88@gmail.com³

ABSTRACT

Metro TV is the first television channel in Indonesia that take the news as their main program. KPI survey has told us that the quality of Metro TV news is in good quality standard. The theory uses and gratification use as the main theory, and theory of social responsibility is the support theory. This research uses the quantitative descriptive method that collected data and to descript the result. To found the sample, this research will use random sampling and the question method is the close questionnaire. The result of this research will be attributed to aspects of the uses and gratification theory. When watching Metro TV news, the Denpasar audiences feel fulfilled of the aspects that in uses and gratification theory, the conclusion is Denpasar audiences feel satisfied with Metro TV news that KPI says is one of the TV channels that have qualified quality standard.

Key Word: *Metro TV, News, Uses and Gratification Theory, Quantitative Descriptive*

1. PENDAHULUAN

Informasi meliputi sebagian besar aktivitas dari masyarakat karena pada hakikatnya individu adalah pencipta informasi. Masyarakat sebagai penerima informasi tentunya ingin mendapatkan informasi yang akurat dan berguna bagi kehidupannya, oleh karena itu informasi haruslah sesuai dengan kenyataan.

Informasi yang diperlukan masyarakat bisa didapatkan dari bermacam-macam sumber seperti siaran radio, televisi, koran, majalah, internet yang dimana adalah media massa ataupun juga bisa didapatkan dari narasumber. Menurut survei yang dilakukan CSIS (*Center for Strategic and International Study*) media

online dan televisi merupakan sumber informasi bagi generasi milenial.

Fungsi informasi pada media massa digunakan sebagai penghasil informasi yang dibutuhkan mengenai kejadian-kejadian di dunia bagi masyarakat. Fungsi ini membantu penonton membentuk pemikiran maupun pandangan mengenai dunia secara geografis, sosial, dan politik.

Pada tahun 80-an teknologi layar televisi tabung mulai diganti dengan televisi LCD karena dirasa lebih praktis dan gambar dan warnanya lebih baik. Sampai sekarang ini televisi terus berkembang menjadi bentuk yang sangat praktis. Kalangan masyarakat kaya dapat memilih menonton acara-acara di program

TV nasional atau TV kabel berbayar. Sedangkan, untuk masyarakat menengah ke bawah hanya dapat menonton TV nasional yang ada secara gratis dan dianggap kurang berkualitas.

KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) dalam survei dan bukunya (2017) telah membagi 9 jenis program acara di televisi Indonesia yaitu Berita, *Talkshow*, *Infotainment*, *Sinetron/Film*, *Variety show*, Anak-anak, Komedi, Religi, dan Wisata Budaya. Program-program ini dibedakan sesuai dengan fungsi dan tujuan penyiarannya.

Survey KPI tahun 2018 periode ke II, berita di Indonesia sudah memasuki angka berkualitas yaitu angka 3 dari maksimal angka 4. Data survey KPI 2018 periode I berita masuk kedalam kategori tidak berkualitas. Angka 3 yang didapatkan KPI merupakan standar dari nilai program yang masuk kategori berkualitas. Dalam surveinya KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) menilai standar kualitas program-program acara televisi untuk ditayangkan di masyarakat. Pada tahun 2018 periode ke-2 berita baru masuk dalam kategori program dengan standar berkualitas dengan angka 3,04, dan mengalami penurunan pada periode ke-3 nilai 3,01.

Dalam surveinya KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) menilai standar kualitas program-program acara televisi untuk ditayangkan di masyarakat. Pada tahun 2018 periode ke-2 berita baru masuk dalam kategori program dengan

standar berkualitas dengan angka 3,04, dan mengalami penurunan pada periode ke-3 nilai 3,01.

Masyarakat Kota Denpasar dengan usia produktif yang termasuk di dalamnya rentang usia 16 tahun hingga 34 tahun menurut penelitian yang dilakukan oleh Nielsen Company tahun 2017 lalu mayoritas masyarakatnya atau 96% respondennya memilih menonton TV. Denpasar termasuk kedalam salah satu kota besar yang berada di luar Jawa memiliki tingkat konsumsi media televisi yang cukup tinggi dibandingkan dengan wilayah kota besar lainnya selain di Jawa.

Program berita sebagai sumber informasi saat kualitasnya buruk maka informasi-informasi yang disampaikan juga memiliki kemungkinan tidak valid dan bisa merugikan masyarakat. Kualitas pemikiran masyarakat dapat terpengaruhi oleh kualitas dari informasi yang disuguhkan. Data di atas menunjukkan masyarakat lebih memilih televisi sebagai media massa untuk dikonsumsi, oleh karena itu pengaruh informasi yang tidak berkualitas pun akan cukup besar berperan di masyarakat. Berperan mempengaruhi pemikiran masyarakat dalam macam-macam hal.

2. KAJIAN PUSTAKA

Teori Tanggung Jawab Sosial

Berita termasuk dalam salah satu program acara televisi yang diawasi oleh KPI, diatur atau dikontrol oleh undang-undang Pers dan HAM, juga memiliki

tanggung jawab untuk sosial yang wajib dipenuhi.

Teori ini termasuk dalam salah satu dari empat teori pers yang dikemukakan oleh Siebert, Peterson, dan Schramm. Siebert mengelompokkan pers di dunia menjadi 4 kategori: (Bungin, 2006: 293) otoriter, liberal, tanggung jawab sosial, dan totaliter-soviet. Tapi semua teori ini merupakan "Teori Normative" yang hasilnya dari pengamatan, bukan dari hasil uji atau pembuatan hipotesis yang menggunakan metode ilmu sosial.

Teori ini yang juga merupakan (Bungin, 2006:294) evolusi gagasan praktisi media, Undang-Undang Media, dan hasil kerja Komisi Kebebasan Pers (Commission on Freedom of the Press), berpendapat bahwa selain bertujuan untuk memberikan informasi, menghibur, mencari untung (seperti hal teori liberal), juga bertujuan untuk membawa konflik ke dalam arena diskusi. Pendapat masyarakat mengontrol Media dengan mengkonsumsi media. Badan pengontrol siaran TV di Indonesia adalah KPI, dimana mengingat terbatasnya kemampuan teknis pada banyaknya saluran frekuensi di televisi.

Uses and Gratification Theory

Uses and gratification memperlihatkan bahwa titik masalah pada media yaitu bukan bagaimana media mengubah sikap dan perilaku penonton, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi maupun sosial

khalayak. Bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus (Effendy, 2003:290).

Penonton memiliki keinginan dan kebutuhan yang ingin terpuaskan dengan menonton atau mengkonsumsi media massa. Kebanyakan sifat penonton bisa dilihat dari banyaknya kebutuhan serta kepentingan terhadap sesuatu hal tentang tahapan-tahapan pesan media yang diterima oleh penonton.

Kebutuhan yang ingin terpuaskan oleh individual penonton di lingkungan sosial menurut Effendy (2003) yaitu dikategorisasikan sebagai kebutuhan kognitif (*cognitive needs*), kebutuhan afektif (*affective needs*), kebutuhan integratif personal (*personal integrative needs*), kebutuhan integratif sosial (*social integrative needs*), dan kebutuhan pelepasan (*escapist needs*).

Teori *uses and gratification* ini digunakan untuk dapat melihat dan membantu menjelaskan bahwa ketika penonton bersifat secara aktif dalam memilih-milih tontonan program acara televisi yang diinginkan. Maksudnya, penonton aktif dalam menentukan berita di metro TV yang akan ditonton dan juga apakah menonton berita di Metro TV dapat memenuhi kepuasan penonton sesuai lima kebutuhan individual yang ingin terpuaskan sesuai dengan *uses and gratification theory* ini. Sebagaimana dijelaskan dalam teori ini bahwa isi berita terkait harapan-harapan tertentu untuk

dapat dipenuhi untuk penonton, serta penonton dalam teori ini memiliki tindakan mempersepsi atau aktif dalam menilai isi dari berita yang ditayangkan. Penonton akan menentukan isi program yang ditonton memenuhi kepuasan penonton secara individual atau tidak untuk ditonton dengan tolak ukur 5 faktor kebutuhan dari teori *uses and gratification*. Sehingga penonton layak untuk memberikan tanggapan dan pendapat mereka mengenai tontonan yang mereka tonton dalam hal ini adalah berita di Metro TV melalui kepuasan yang dirasakan penonton menggunakan faktor-faktor kebutuhan dan hasil dari teori *uses and gratification*, dalam penelitian ini penonton akan menentukan kepuasan atas kualitas berita-berita Metro TV yang telah ditentukan KPI sebagai program acara televisi yang berkualitas.

Konsep Televisi

Menurut Effendy (2002:21) yang dimaksud dengan televisi adalah media dari jaringan komunikasi dengan ciri – ciri yang dimiliki komunikasi massa, yaitu berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan, dan komunikasinya bersifat heterogen.

Televisi telah dibagi jenis program acaranya menjadi 9 yaitu Berita, *Talkshow*, *Infotainment*, Sinetron/Film, *Variety show*, Anak-anak, Komedi, Religi, dan Wisata Budaya.

1. Konsep Berita

Berita televisi menurut Burton (2008:112) adalah genre nonfiksi lain yang bersifat tetapi genre ini akan tampak lebih fiktif ketika audiens secara cermat menyelidikinya. Tokoh-tokoh kecil yang berperan dalam berita adalah reporter, subjek dari peristiwa-peristiwa dunia, pakar, dan saksi mata. kebanyakan Pesan-pesan pada berita yaitu pertama bersangkutan dengan otoritas dan integritas organisasi berita tersebut. Pesan-pesan yang disampaikan mendukung apa yang disebut dengan ideologi dominan. Berita dikumpulkan, dipilih, dan dibuat untuk audiens. Berita dikonstruksi seperti halnya bentuk komunikasi yang lain (Burton, 2008:154). Berita-berita yang dipilih oleh editor akan memiliki nilai-nilai berita, sehingga berita tersebut akan menjadi layak untuk ditontonkan kepada audien, berikut nilai-nilai berita menurut Burton (2008)

1. Nilai-nilai Umum

Nilai-nilai yang termasuk disini yaitu negativitas (*negativity*), kedekatan dengan rumah (*closeness to home*), kebaruan (*recency*), keberlanjutan (*currency*), kontinuitas (*continuity*), simplisitas (*simplicity*), dan personalitas (*personality*).

2. Nilai Isi

Nilai ini menjadikan topik tertentu lebih dihargai daripada topik-topik yang lain.

3. Nilai Presentasi

Nilai-nilai ini menyangkut dengan presentasi pesan, penggarapan kisah.

2. Fungsi Informasi dalam Media Massa

Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula (Bungin, 2006:72). Media massa dibutuhkan agar komunikasi massa dapat berlangsung, media massa dijadikan medium yang digunakan untuk melakukan komunikasi massa. Terdapat 5 fungsi komunikasi massa menurut Bungin (2006) yaitu fungsi pengawasan, fungsi social learning, fungsi penyampaian informasi, fungsi transformasi budaya, dan fungsi hiburan.

Fungsi penyampaian informasi dalam komunikasi massa yaitu menjadi proses penyebaran informasi untuk masyarakat luas. Informasi yang terbentuk disebabkan oleh media massa yang berperan dalam proses komunikasi massa dan diperuntukkan untuk penonton.

Informasi yang diciptakan atau dibuat oleh media massa sebagai proses komunikasi massa bukan hanya semata-mata untuk seseorang ataupun pemilik program televisi yang mengeluarkan berita tersebut namun juga diperuntukkan untuk masyarakat yang menonton atau mengkonsumsinya.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif deskriptif akan digunakan untuk penelitian ini dikarenakan metode penelitian kuantitatif ditentukan peneliti setelah pertimbangan metode paling cocok dan tepat untuk permasalahan melihat kepuasan yang dirasakan masyarakat akan sesuatu yang dikonsumsi. Pada penelitian ini adalah berita di Metro TV. Selain itu, metode kuantitatif memudahkan peneliti dalam mengukur kepuasan dalam skala responden yang cukup banyak. Dimana penelitian kuantitatif deskriptif pada buku yang ditulis Bungin (2005:181) adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan hanya menggambarkan keadaan gejala sosial apa adanya, tanpa melihat hubungan-hubungan yang ada.

Responden pada penelitian ini yaitu masyarakat yang masuk dalam kategori masyarakat usia produktif di Denpasar Bali.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan *nonprobability sampling*. Metode *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2001:61). Pertimbangan-pertimbangan yang dipakai agar memperoleh sampel yang cocok terhadap populasi penelitian ini yaitu memiliki usia dalam jangkauan 16 sampai 35 tahun, harus memiliki televisi pribadi di rumah, dan juga menonton berita-berita yang ada di Metro TV.

Banyak populasi yang ada dalam penelitian ini adalah 462.860 Jiwa diperoleh dari data BPS (Badan Pusat Statistik) Denpasar dengan kategori dikelompokkan sesuai usia. Perhitungan banyaknya sampel yaitu menggunakan rumus *Slovin* dengan nilai signifikan 10% maka didapatkan besarnya sampel yang digunakan peneliti disini yaitu sebesar 100 responden dari jumlah populasi yang ada.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Bentuk pertanyaan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah pertanyaan tertutup. Kelebihan bentuk kuesioner ini adalah lebih gampang untuk diselesaikan dan dapat membatasi jawaban responden yang mengisinya sesuai tema penelitian.

Kriteria validitas pada penelitian ini menggunakan Produk *Momen Pearson* yakni dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Untuk Kriteria reabilitas menggunakan *Alpha Cronbach*.

Teknik analisis data yang dipakai disini yaitu dengan menggunakan Analisis Statistik Deskriptif. Dimana peneliti menyajikan data dalam bentuk Tabel. Penyajian data yaitu informasi-informasi yang tersusun sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan agar membantu pembaca mudah untuk membaca hingga dimengerti.

PEMBAHASAN

Metro TV

Metro TV telah mengudara sejak 25 November 2000 sehingga menjadikan Metro TV sebagai televisi bertema khusus berita pertama di Indonesia Surya Paloh merupakan pemilik dari Metro TV. Metro TV sendiri merupakan anak perusahaan dari MEDIA GROUP. Metro TV memiliki tujuan yaitu menyebarkan-luaskan berita dan informasi ke seluruh Indonesia. Metro TV juga menayangkan berbagai program informasi tentang kesehatan, seni dan budaya, serta informasi-informasi lain guna memajukan pemikiran masyarakat Indonesia. Dengan *tagline "Knowledge to Elevate"*, Metro TV terus berusaha untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan milik para penonton serta ingin menjadi media yang memiliki kredibilitas, kecepatan dan ketepatan dalam penyampaian informasi.

Denpasar

Kota Denpasar berada di tengah-tengah Pulau Bali, selain Ibukota Daerah Tingkat II, juga berperan sebagai Ibukota Provinsi Bali. Kota Denpasar juga mencakup sebagai kota pusat pemerintahan, pendidikan, serta perekonomian. Luas wilayah Kota Denpasar adalah 12,778 Ha atau 2,27 persen dari wilayah Provinsi Bali. Dari segi letak geografis, Kota Denpasar ada pada 08 35' 31"- 08 44" 49" lintang selatan dan 115 10' 23"-115 16' 27" bujur timur. Kota Denpasar memiliki empat kecamatan yaitu Denpasar Utara, Denpasar Timur, Denpasar Selatan, dan Denpasar Barat.

Profil Responden

Responden laki-laki dalam penelitian ini lebih banyak, yaitu sebesar 53 orang, sedangkan jumlah responden perempuan hanya sebesar 47 orang. Total respondennya menjadi 100 orang. Dalam penelitian ini sample mayoritas berumur 21 hingga 25 tahun yaitu sebanyak 62 orang

Pendidikan terakhir mayoritas responden adalah Diploma/Sarjana yaitu sebanyak 49 orang, SMA/Sederajat yaitu sebanyak 48 orang, Pascasarjana yaitu 2 orang, dan 1 orang baru saja lulus SMP.

Karyawan swasta yang berpartisipasi adalah 40 orang, pelajar sebanyak 39 orang, wiraswasta yaitu sebanyak 11 orang, responden dengan pekerjaan lainnya sebanyak 9 orang, dan Pegawai Negeri Sipil (PNS) sebesar 1 orang.

Lebih dari setengah banyaknya responden yaitu 67 orang menonton berita Metro TV dalam seminggu hanya sebanyak 1-2 hari. Sebanyak 88 orang menonton 1-4 program berita dalam 1 hari. Setengah dari banyaknya responden yaitu 50 orang menonton berita Metro TV dalam satu program acara berita hanya berdurasi kurang lebih 15 menit.

Uji Validitas dan Realibilitas

Berikut hasil uji validitas penelitian ini, hasil akan di anggap valid ketika hasil korelasi koefisien lebih 0,128.

Tabel 1 Uji Validitas Pertanyaan-pertanyaan Kepuasan Menonton Berita Metro TV

No	Variabel	Koefisien Korelasi	Keterangan
1	Butir Pertanyaan Kepuasan Menonton Berita Metro TV	0.556	VALID
2		0.568	VALID
3		0.450	VALID
4		0.567	VALID
5		0.465	VALID
6		0.571	VALID
7		0.531	VALID
8		0.486	VALID
9		0.550	VALID
10		0.524	VALID
11		0.471	VALID
12		0.634	VALID
13		0.426	VALID
14		0.268	VALID
15		0.495	VALID
16		0.485	VALID
17		0.566	VALID
18		0.655	VALID
19		0.552	VALID
20		0.627	VALID

Sumber: SPSS

Uji reliabilitas dianggap reliabel ketika hasil lebih dari 0,6.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas Pertanyaan Kepuasan Menonton Berita Metro TV

Variabel	Croanbach's Alpha	Keterangan
Kepuasan	0.863	RELIABEL

Sumber: SPSS

Deskripsi Hasil Uji Kepuasan Menonton Berita Metro TV

Dalam penelitian ini deskripsi hasil uji kepuasan menonton Berita Metro TV

dilihat dari pemenuhan lima kebutuhan berdasarkan teori Uses and Gratification. Instrumen yang akan diuji adalah kuesioner yang dimuat dalam bentuk pernyataan, dimana pernyataan untuk mengukur nilai kepuasan. Kepuasan ditentukan dengan nilai pemenuhan kebutuhan yaitu dimana responden merasa setuju (menurut skala likert) akan pernyataan mengenai kebutuhan dirasa terpenuhi, dengan standar skala nilai rata-rata 0.8-1.8 sangat tidak puas, 1.81-2.6 tidak puas, 2.61-3.4 cukup puas atau netral, 3.41-4.2 puas, dan 4.21-5 sangat puas.

Skala yang akan digunakan di kuesioner ini yaitu menggunakan skala likert yang memiliki alternatif jawaban 1-5. Masing-masing variabel akan diberikan nilai.

Cognitive needs (kebutuhan kognitif)

Kepuasan *cognitive needs* (kebutuhan kognitif) berkaitan dengan terpenuhinya kebutuhan untuk meneguhkan informasi, pengetahuan dan juga pemahaman soal lingkungan sekitar.

Tabel 3 Skor Rata-rata Keseluruhan Pernyataan Kepuasan *Cognitive Needs* (Kebutuhan Kognitif) Menonton Berita Metro TV

S No. Pertanyaan	Nilai Rata-rata	Nilai Standar Kepuasan
1	4.01	3.41 - 4.2
2	3.69	3.41 - 4.2
3	3.97	3.41 - 4.2
4	4.46	4.21 - 5
Rata-rata	4.03	3.41 - 4.2

um
ber:
Ola
h
Dat
a,

2019

Pernyataan pertama yaitu “Berita di Metro TV menambah dan menguatkan informasi, pengetahuan, dan pemahaman saya mengenai lingkungan sekitar saya”. Hasilnya masuk ke dalam standar puas.

Pernyataan kedua yaitu “Berita di Metro TV menambah dan menguatkan informasi, pengetahuan, dan pemahaman saya dengan berita yang menghibur”. Hasilnya masuk ke dalam standar puas.

Pernyataan ketiga yaitu “Berita di Metro TV menambah dan menguatkan informasi, pengetahuan, dan pemahaman saya mengenai identitas sosial yang ada dalam masyarakat”. Hasilnya masuk ke dalam standar puas.

Pernyataan keempat yaitu “Berita di Metro TV menambah dan menguatkan informasi, pengetahuan, dan pemahaman saya mengenai hubungan sosial yang terjadi dalam masyarakat”. Hasilnya masuk ke dalam standar sangat puas.

Nilai rata-rata kepuasan *cognitive needs* (kebutuhan kognitif) memiliki nilai yang masuk dalam skala 3.41-4.2, yaitu 4.03. Hal ini berarti dalam aspek *cognitive needs* (kebutuhan kognitif) terdapat kepuasan dalam menonton berita di Metro TV.

Affective Needs (Kebutuhan Afektif)

Affective needs (kebutuhan afektif) pemuasan akan perasaan penonton menjadi hal yang utama dalam pemenuhan kebutuhan ini.

No. Pernyataan	Nilai Rata-rata	Nilai Standar Kepuasan
1	3.58	3.41 – 4.2
2	3.39	2.61 – 3.4
3	3.41	3.41 – 4.2
4	3.48	3.41 – 4.2
Rata-rata	3.47	3.41 – 4.2

Tab
el 4
Skor
Rata
-rata
Kes
elur

uhan Pernyataan Kepuasan *Affective Need* (Kebutuhan Afektif) Menonton Berita Metro TV

Sumber: Olah Data, 2019

Pernyataan pertama yaitu “Berita Metro TV membuat saya bersimpati terhadap kejadian-kejadian yang terjadi di lingkungan saya”. Hasilnya masuk ke dalam standar puas.

Pernyataan kedua yaitu “Berita Metro TV membuat saya merasa terhibur”. Hasilnya masuk ke dalam standar cukup atau netral.

Pernyataan ketiga yaitu “Berita Metro TV membuat saya merasakan memiliki identitas atau peran dalam kehidupan sosial”. Hasilnya masuk ke dalam standar puas.

Pernyataan keempat yaitu “Berita Metro TV membuat saya merasakan adanya hubungan sosial yang terjadi dari kejadian yang terjadi dalam berita yang diberitakan”. Hasilnya masuk ke dalam standar puas.

Nilai rata-rata kepuasan *affective needs* (kebutuhan afektif) memiliki nilai yang masuk dalam skala 3.41-4.2, yaitu

3.47. Hal ini berarti dalam aspek *affective needs* (kebutuhan afektif) terdapat kepuasan dalam menonton berita di Metro TV.

Personal Integrative Needs

Pemuasan *personal integrative needs* (kebutuhan pribadi secara integratif) berhubungan dengan peneguhan

No. Pernyataan	Nilai Rata-rata	Nilai Standar Kepuasan
1	3.84	3.41 – 4.2
2	3.47	3.41 – 4.2
3	3.28	2.61 – 3.4
4	3.38	2.61 – 3.4
Rata-rata	3.49	3.41 – 4.2

kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status individual.

Tabel 5 Skor Rata-rata Keseluruhan Pernyataan Kepuasan *Personal Integrative Needs* Menonton Berita Metro TV
Sumber: Olah Data, 2019

Pernyataan pertama yaitu “Berita Metro TV membuat saya dapat mengantisipasi kejadian-kejadian yang terjadi di lingkungan saya”. Hasilnya masuk ke dalam standar puas.

Pernyataan kedua yaitu “Berita Metro TV memiliki kredibilitas sehingga dengan menonton berita tersebut ada unsur hiburan yang saya dapatkan”. Hasilnya masuk ke dalam standar puas.

Pernyataan ketiga yaitu “Berita Metro TV membantu saya mendapatkan status individual akan identitas saya dalam kehidupan sosial”. Hasilnya masuk ke dalam standar cukup atau netral.

Pernyataan keempat yaitu “Berita Metro TV memberikan stabilitas kepada saya dalam membangun hubungan sosial di masyarakat”. Hasilnya masuk ke dalam standar puas.

Nilai rata-rata kepuasan *personal integrative needs* memiliki nilai yang masuk dalam skala 3.41-4.2, yaitu 3.49. Hal ini berarti dalam aspek *personal integrative needs* (kebutuhan pribadi secara integratif) terdapat kepuasan dalam menonton berita di Metro TV.

Social Integrative Needs

Kebutuhan *social integrative needs* bersangkutan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan dunia.

Tabel 6 Skor Rata-rata Keseluruhan Pernyataan Kepuasan *Social Integrative Needs* Menonton Berita Metro TV

No. Pernyataan	Nilai Rata-rata	Nilai Standar Kepuasan
1	3.71	3.41 – 4.2
2	3.82	3.41 – 4.2
3	3.28	2.61 – 3.4
4	3.84	3.41 – 4.2
Rata-rata	3.66	3.41 – 4.2

Sumber: Olah Data, 2019

Pernyataan pertama yaitu “Berita Metro TV membuat saya bersosialisasi dalam lingkungan perihal permasalahan yang diberitakan”. Hasilnya masuk ke dalam standar puas.

Pernyataan kedua yaitu “Berita Metro TV dapat saya jadikan bahan perbincangan dalam kehidupan

bermasyarakat saya”. Hasilnya masuk ke dalam standar puas.

Pernyataan ketiga yaitu “Berita Metro TV dapat membuat saya dapat menempatkan diri dalam masyarakat sesuai identitas saya”. Hasilnya masuk ke dalam standar cukup atau netral.

Pernyataan keempat yaitu “Berita Metro TV dapat membuat saya lebih mudah berbagi informasi dengan masyarakat”. Hasilnya masuk ke dalam standar cukup atau netral.

Nilai rata-rata kepuasan *social integrative needs* memiliki nilai yang masuk dalam skala 3.41-4.2, yaitu 3.66. Hal ini berarti dalam aspek *social integrative needs* terdapat kepuasan dalam menonton berita di Metro TV.

Escapist Needs (Kebutuhan Pelepasan)

Pemuasan *escapist needs* (kebutuhan pelepasan) yaitu mengenai kebutuhan untuk berusaha menghindari tekanan, ketegangan, dan hasrat keanekaragaman.

Tabel 7 Skor Rata-rata Keseluruhan Pernyataan Kepuasan *Escapist Needs* (Kebutuhan Pelepasan) Menonton Berita Metro TV

No. Pernyataan	Nilai Rata-rata	Nilai Standar Kepuasan
1	3.79	3.41 – 4.2
2	3.62	3.41 – 4.2
3	3.25	2.61 – 3.4
4	3.45	3.41 – 4.2
Rata-rata	3.53	3.41 – 4.2

Sumber: Olah Data, 2019

Pernyataan pertama yaitu “Berita Metro TV membuat saya dapat mempersiapkan hal-hal yang saya perlukan untuk menghadapi kejadian-kejadian yang terjadi di lingkungan saya”. Hasilnya masuk ke dalam standar puas.

Pernyataan kedua yaitu “Berita Metro TV memberikan informasi mengenai keanekaragaman dengan unsur menghibur sehingga membuat saya merasakan arti Bhineka Tunggal Ika”. Hasilnya masuk ke dalam standar puas.

Pernyataan ketiga yaitu “Berita Metro TV memberikan rasa aman terhadap identitas personal saya”. Hasilnya masuk ke dalam standar cukup atau netral.

Pernyataan keempat yaitu “Berita Metro TV membuat kehidupan dalam bermasyarakat lebih harmonis”. Hasilnya masuk ke dalam standar puas.

Nilai rata-rata kepuasan *escapist needs* (kebutuhan pelepasan) memiliki nilai yang masuk dalam skala 3.41-4.2, yaitu 3.53. Hal ini berarti dalam *escapist needs* (kebutuhan pelepasan) terdapat kepuasan dalam menonton berita di Metro TV.

SIMPULAN

Berdasarkan data hasil penyebaran kuesioner kepada sebanyak 100 orang responden di kalangan masyarakat produktif Kota Denpasar yang menonton berita di Metro TV, yang terdiri dari 20 pertanyaan tentang kepuasan maka, diperoleh data mengenai nilai kepuasan

responden dalam menonton berita di Metro TV.

Pada penelitian ini ditemukan bahwa semua aspek dianggap memuaskan oleh responden dan hanya ada beberapa sub-aspek yang belum mampu memuaskan responden melalui menonton berita di Metro TV.

Tabel 8 Akumulasi Skor Rata-rata Kepuasan Menonton Berita Metro TV

Aspek Kepuasan	Nilai Rata-rata	Nilai Standar Kepuasan
<i>Cognitive Needs</i> (Kebutuhan Kognitif)	4.03	3.41-4.2
<i>Affective Need</i> (Kebutuhan Afektif)	3.47	3.41-4.2
<i>Personal Integrative Needs</i> (Kebutuhan Pribadi Secara Integratif)	3.49	3.41-4.2
<i>Social Integrative Needs</i> (Kebutuhan Sosial Secara Integratif)	3.66	3.41-4.2
<i>Escapist Needs</i> (Kebutuhan	3.53	3.41-4.2

Pelepasan)		
Rata-rata	3.64	3.41-4.2

Sumber: Olah Data, 2019

Pada tabel 4.35 menunjukkan bahwa kebutuhan yang terpuaskan dengan menonton berita di Metro TV adalah keseluruhan aspek dengan nilai rata-rata masuk dalam skala puas yaitu 3.41-4.2. Nilai rata-rata keseluruhan berita di Metro TV termasuk pada skala standar puas.

Penelitian ini menyimpulkan kepuasan responden berada pada angka antara 3.41 sampai 4.2. Artinya masyarakat usia 16-34 Kota Denpasar merasa puas akan berita-berita yang disiarkan oleh Metro TV. Ini dibuktikan dengan kebutuhan-kebutuhan yang diinginkan responden dirasa terpenuhi oleh berita-berita yang ditayangkan. Semua aspek kebutuhan dirasakan responden memenuhi kepuasan kebutuhan responden dengan menonton berita di Metro TV.

Aspek dengan nilai terbesar kepuasannya adalah kebutuhan *cognitive*. Responden merasa mendapatkan informasi, pengetahuan dan wawasan yang dibutuhkan setelah menonton berita-berita di Metro TV. Semua indikator terpuaskan setelah responden menonton berita-berita di Metro TV. Kebutuhan afektif disimpulkan terpuaskan dikarenakan para responden merasa simpati dan emosional sesuai dengan maksud berita yang ditayangkan Metro TV. Kebutuhan pribadi secara integratif dirasa terpuaskan karena responden merasakan kredibilitas dari berita dan dapat membantu responden untuk merasakan stabilitas dan memiliki nilai diri

atau status individual. Kebutuhan sosial secara integratif juga dirasakan responden terpuaskan dikarenakan responden merasa berita di Metro TV dapat memberikan informasi yang dapat membuat responden menempatkan diri dan membaur dalam lingkungan sosial sesuai status dan jati diri responden. Kebutuhan pelepasan dirasakan terpuaskan dikarenakan responden merasa berita di Metro TV memberikan rasa aman bagi responden dan juga informasi yang diberitakan dapat membawa keharmonisan dalam kehidupan bermasyarakat.

Responden merasa puas dengan berita-berita di Metro TV, yang dimana menurut KPI kualitas berita di Metro TV sudah berada diatas nilai rata-rata atau program acara dan stasiun televisi yang telah dianggap berkualitas menurut penelitian yang dilakukan KPI.

4. DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, M Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Prenada Media.
- Burton, Graeme. 2008. *Yang Tersembunyi di Balik Media Pengantar Kepada Kajian Media*. Yogyakarta: Jalasutra
- Effendy, Onong. 2002. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Effendi, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti.
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian*. Bandung: CV. Alfa Beta.

Website :

Komisi Penyiaran Indonesia. 2018. *Hasil Survei Indeks Kualitas Program Televisi Periode III tahun 2018* (online), (<http://www.kpi.go.id> di akses pada 13 Maret 2019 pukul 19:42 WITA).

METROTVNEWS.COM

(<http://www.metrotvnews.com/aboutus>, diakses pada 26 April 2018 pukul 16:42 WITA).