

**PENGARUH *DOUBLE CAST* DALAM “INI TALKSHOW” DI NET TV  
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PENONTON (STUDI PADA  
MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS LAMPUNG)**

**(Skripsi)**

**Oleh**

**Nabilla**



**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Lampung**

**2017**

## ABSTRAK

### **PENGARUH *DOUBLE CAST* DALAM “INI TALKSHOW” DI NET TV TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PENONTON (STUDI PADA MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS LAMPUNG)**

Oleh

**Nabilla**

*Talk show* adalah salah satu program tayangan dalam televisi yang biasanya memiliki konten tertentu dalam menarik pemirsa untuk menontonnya. Tak terkecuali sebuah konten bernama *double cast* yang ada dalam tayangan “Ini Talkshow” di NET Tv yang bertujuan untuk memberi kepuasan menonton. Kepuasan yang didapat audiens merupakan efek dari penggunaan media. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *double cast* dalam tayangan “Ini Talkshow” di NET Tv terhadap tingkat kepuasan penonton. Jenis penelitian ini adalah penelitian survey dengan menyebarkan kuisioner kepada 110 mahasiswa FISIP Universitas Lampung yang pernah menonton tayangan “Ini Talkshow” di NET Tv. Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification*. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara *double cast* “Ini Talkshow” terhadap tingkat kepuasan penonton sebesar 0,917 artinya jika audiens menonton *double cast* “Ini Talkshow” di NET Tv ditingkatkan, maka kepuasan juga akan meningkat sebesar 0,917. Besarnya pengaruh *double cast* dalam “Ini Talkshow” di NET Tv terhadap tingkat kepuasan penonton sebesar 55,1% yang berarti sebagian besar responden menyatakan puas terhadap tayangan *double cast* dalam “Ini Talkshow” di NET Tv.

Kata kunci: *Double cast*, *Talkshow*, Kepuasan Penonton, Teori *Uses and Gratification*.

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF *DOUBLE CAST* IN “INI TALKSHOW” AT NET TV TO AUDIENCE’S LEVEL OF SATISFACTION (STUDY ON FISIP STUDENTS UNIVERSITY OF LAMPUNG)**

**By**

**Nabilla**

Talk shows is one of the television shows that usually have certain content in attracting viewers to watch it. No exception is a content called double cast in the "Ini Talkshow" on NET Tv which aims to give satisfaction of watching. Satisfaction the audience is the effect of media uses. This study aims to determine how big the effect of double cast in "Ini Talkshow" on NET Tv to audiences level of the satisfaction. This type of research is survey research by distributing questionnaires to 110 students of FISIP University of Lampung who have watched "Ini Talkshow" on NET Tv. This research using the uses and gratification theory. The result show that there is positive effect between double cast "Ini Talkshow" to audience satisfaction level 0,917 meaning if audience watch double cast "Ini Talkshow" in NET Tv is increase, then satisfaction will also increase equal to 0,917. The big effect of double cast in "Ini Talkshow" on NET Tv to the audience satisfaction level of 55.1% which means most respondents expressed satisfaction on the double cast in "Ini Talkshow" on NET Tv.

**Keywords:** Double cast, Talk Show, Satisfaction Level, Uses and Gratification Theory.

**PENGARUH *DOUBLE CAST* DALAM “INI TALKSHOW” DI NET TV  
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PENONTON ( STUDI PADA  
MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS LAMPUNG )**

Oleh  
*NABILLA*

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA ILMU KOMUNIKASI

Pada

Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2017**

Judul Skripsi : **PENGARUH *DOUBLE CAST* DALAM “INI TALKSHOW” DI NET TV TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PENONTON (Studi pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung)**

Nama Mahasiswa : **Nabilla**

No. Pokok Mahasiswa : **1316031051**

Jurusan : **Ilmu Komunikasi**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

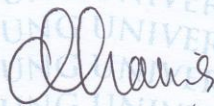
**MENYETUJUI**

1. Komisi Pembimbing



**Drs. Teguh Budi Raharjo, M.Si.**  
NIP 19600122 198703 1 004

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

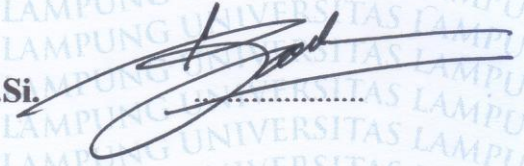


**Dhanik Sulistyarini, S.Sos., MComn&MediaSt.**  
NIP 19760422 200012 2 001

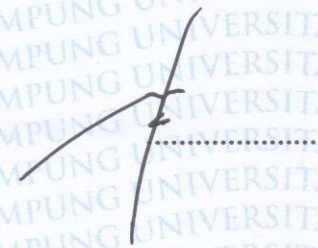
**MENGESAHKAN**

1. Tim Penguji

Ketua : **Drs. Teguh Budi Raharjo, M.Si.**



Penguji Utama : **Dr. Ibrahim Besar, S.Sos., M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Dr. Syarif Makhya**  
NIP. 19590803 198603 1 003



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **11 September 2017**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nabilla  
NPM : 1316031051  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Alamat Rumah : Jl. Kartini Gg. Maulana Yusuf 32, Bandar Lampung  
No HP/Telp. Rumah : 082280075896

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh *double cast* dalam “Ini Talkshow” di NET Tv Terhadap Tingkat Kepuasan Penonton (Studi Pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung)”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila di kemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, 7 September 2017

Yang Membuat Pernyataan,



Nabilla

1316031051

## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Nabilla Alatas. Dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 5 Februari 1996. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara, buah hati dari pasangan Ahmad Alatas dan Latifah Assegaf. Penulis menempuh pendidikan di SDN 1 Palapa pada tahun 2007, SMP Negeri 18 Bandar Lampung pada tahun 2010, SMA Negeri 4 Bandar Lampung pada tahun 2013. Pada tahun 2013 penulis terdaftar sebagai mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung melalui jalur undangan SNMPTN. Semasa menjadi mahasiswa, penulis aktif sebagai anggota HMJ Ilmu Komunikasi sebagai anggota bidang *broadcasting* periode kepengurusan 2014-2015. Selain itu juga penulis tercatat sebagai anggota SPEC (*Social Political English Club*) 2015 yang merupakan tahun pertama organisasi ini dibentuk. Semasa kuliah penulis juga pernah mendapat beasiswa dari Bank Indonesia selama 2 periode. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Durian, Pesawaran, Lampung Selatan pada periode Januari-Maret 2016 dan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di NET MEDIATAMA TELEVISI Jakarta Selatan dalam Divisi Produksi sebagai *Creative* program INI Talkshow pada bulan Juli-Agustus 2016.



## *Motta*

*For indeed, with hardship there is ease. Indeed, with  
the hardship there is ease.*

QS Al-Insyirah: 5-6

*Hanya dengan mengingatKU hati akan menjadi tenang.*

QS. Ar-Ra'd: 28

Awal "Niat", Akhir "Niat". Maka mulailah segala sesuatu  
dengan niat baik.

Nabilla

## *Persembahan*

Puji Syukur Kepada ALLAH SWT, karena atas berkat dan kasih- Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Untuk itu, aku persembahkan skripsiku kepada :

*“Kedua Orangtuaku dan Keluargaku”  
yang amat sangat aku sayangi*

## SANWACANA

*Alhamdulillahirobbil'alamin*, Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena bantuan, berkat, rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh *double cast* dalam “Ini Talkshow” di NET Tv Terhadap Tingkat Kepuasan Penonton (Studi Pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung)”** sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Tanpa adanya bantuan, dukungan, motivasi, dan semangat dari berbagai pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa hormat dan ucapan terimakasih kepada :

1. Allah SWT, atas segala berkat, rahmat, hidayah-Nya serta kesehatan dan petunjuk yang selalu Engkau berikan kepada kami. Maafkan hamba-Mu ini yang sering melakukan kesalahan dihadapan-Mu.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, Bapak Dr. Syarief Makhya, M.Si.
3. Ibu Dhanik Sulistyarini, S.Sos., Mcomn&MediaSt Selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung sekaligus selaku PA, Terimakasih untuk segala keramahan dan kesabaran telah mendidik dan membantu mahasiswa selama ini.

4. Bapak Drs. Teguh Budi Raharjo, M.Si selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan penulis banyak ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat.
5. Bapak Dr. Ibrahim Besar, M.Si selaku Dosen Penguji yang telah bersedia membantu serta memberikan saran dan masukan dalam penulisan skripsi.
6. Kedua orangtuaku, Abi tersayang Ahmad Alatas yang selalu memberikan kasih sayangnya, doa, rezeki yang halal serta perjuangan dari bela kecil hingga mendapat gelar sarjana. Umiku tercinta Latifah yang selalu menjadi kekuatanku, memberikan dukungan, semangat, mencurahkan kasih sayangnya, doa yang tak pernah henti, dan segala perjuangan untuk setiap langkahku. Terima kasih Abi dan Umi atas semua yang telah kalian berikan kepadaku selama ini yang mungkin seumur hidupku tak akan pernah bisa dibalas dengan apapun yang ada didunia ini. Allahumaghfirlil waliwallidayyah warhammuhmah.
7. Untuk kakakku Zahra Alatas (Aah) yang selalu mendukung dan mendengarkan semua curahan hatiku dengan sabar. *You're the best sista in the world a!* untuk Adikku Zahir Alatas (Aing) yang mengesalkan tapi menjadi salah satu alasanku untuk terus berusaha lebih baik. Untuk keponakanku, Mundzir kesayangan onti beya yang selalu jadi "obat" ampuh dan hiburan dikala lelah skripsi melanda dengan segala tingkah lucunya. Aku sayang kalian.
8. Untuk jidahku Mahani, almarhum abibku Abdullah Assegaf, untuk tanteku yang super baikkk Nda Fierdha, dan segenap keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan doanya kepadaku.

9. *Especially for my soulmate, best partner* Abdul Rahman Maulana Assegaf yang selalu ada memberikan semangat, motivasi, pengertian, doa, cinta dan kasih sayangnya dengan tulus. Terima kasih Allah sudah mempertemukan diwaktu yang tepat. Sosok pendengar setianya Nabilla. Semoga segala niat baik dan harapan kita bisa terkabul ya, Mul. *Deeply your lover.*
10. Untuk ketiga sobat rasa saudara. Seperjuangan sepersekeripsian dari awal kuliah hingga akhir kuliah. Fani si cewek rantau super *strong* padahal hatinya meringis melankolis, Wendi si cewek super mandiri idealisme tinggi padahal terkadang hatinya lelah, Yokka si cewek superperper rempong tapi penuh perhatian dan terkadang lemotnya umat. *You guys, so made my kampus-lyf so colorful.* Kita harus sukses, dan selalu *keep contact* ya. Jadi sedih bosque. Cihih!
11. Untuk sahabatku sejak jaman cabe-cabe-an, Shanti alias sancung dan Bella alias Beldut. Semoga persahabatan dari SMP kita langgeng ya cung bey.
12. Untuk *genk BitchyXI* Texas, Indi Mping Cici Eyen Nanda Ade Kunden Embimeta Sintul. Terima kasih sudah menjadi saksi *puberty* bersama *and this feel still the same.* Kalian terbaik!!
13. Untuk sobatku walau selalu beda sekolah tapi masih dekat sampe sekarang, Deel alias icaaa cayangan bilaaa. Terima kasih sudah sabar menjadi sahabatku el. Juga terima kasih untuk sobatku Safira Nabila yang katanya mirip gue gitu padahal ni anaknya super pemalu abis! Semoga cepet bertemu jodoh Saf. Haha amin.

14. Untuk teman dekatku juga Dedekkk alias puspandari anaknya pak sugianta dan Pepina Finajar. Terima kasih sudah saling *support* dan memotivasi semasa perkuliahan menemani dikala lelah hingga akhir skripsi ini!! Walau kita sudah beda genk ya, hahaha *Akh, lopyuu*.
15. Untuk grup Sawangan, Elshintha yang sudah menikah duluan. Kita ditinggal *doi guys*, kasih kita banyak ponakan ya. Dwi Ayik semangat untuk kita menyusul. Loh? Haha. Semoga pertemanan kita abadi ya.
16. Untuk komtigabelas Desna Dianpongo Kevin Oci BangPare Mae Akbar Gege Jojo Ridho Gagah Amsal Sigit Sule Anang Bibeh Vina Ndah Upi Eno Sukman Ulfa Ambar Enny Tommy Hadi Ladi Jiban Adis Ardis Icut Sarah Roihan KaAdi Ilham Ulul Langit Cana Saroh Rizki Izal Danu DianPS Cicin Bayu Suga dan masih banyak lagi yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih atas kebersamaanya.
17. Untuk teman-teman KKN Desa Durian Pesawaran alias genk belah duren, Mia Atika Samie Ica KaEa Dela selama 2 bulan dirumah MakSuha & PakAbu. Semoga kita bisa kembali ke Desa dengan wajah gembira dan sudah wisuda semua, amin. Sukses team!
18. Untuk teman-teman PKL di NET TV. Nabila chiara yang kuliah di London, Joey yang kuliah di Manchester, Izud yang juga udah lulus dari UI, juga nadia made alvin kitto diki raja ibet billy eddo sinta steve tere vina. Terima kasih sudah jadi teman magang yang baik dan seru!! Dan terima kasih kepada semua tim kreatif PA INI Talkshow di NET TV yang telah memberi inspirasi penelitian kepada penulis.

19. Tim Rental Rocket Unila tepatnya dibelakang sosgul (mampir *guys!*) untuk Ka Arip kom12 Ka Finta Ka Danang. Terima Kasih banyaaaak sudah membantu segala-gala keberantakan skripsiku ini dan selalu bersedia direpotkan. Sukses kakak!
20. Serta untuk semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, terima kasih atas dukungannya.

Bandar Lampung, 7 September 2017  
Penulis,

Nabilla

## DAFTAR ISI

### Halaman

<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>iii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1. Tinjauan Terdahulu.....	7
2.2. Komunikasi.....	8
2.3. Komunikasi Massa.....	9
2.4. Televisi .....	11
2.4.1 Sejarah Televisi .....	11
2.4.2 Program Siaran Televisi .....	13
2.4.3 Program <i>Talk Show</i> Televisi .....	14
2.5. <i>Double cast</i> (peran ganda) dalam Ini Talkshow .....	16
2.6. Tinjauan Kepuasan .....	16
2.7. Tinjauan Teori <i>Uses and Gratifications</i> .....	18
2.8. Kerangka Berpikir .....	19
2.9. Hipotesis .....	22

### **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

3.1. Tipe Penelitian .....	23
3.2. Subyek dan Obyek Penelitian .....	23
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	23
3.3.1 Populasi .....	23
3.3.2 Sampel Penelitian .....	25
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	25
3.5. Definisi Konsepsional dan Operasional.....	26
3.5.1 Definisi Konsepsional .....	26



3.5.2	Definisi Operasional.....	27
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.7.	Teknik Pengolahan Data.....	29
3.8.	Teknik Pemberian Skor .....	30
3.9.	Teknik Analisa Data .....	30

#### **BAB IV GAMBARAN UMUM**

4.1.	Gambaran Lokasi Penelitian .....	31
4.1.1	Sejarah Fakultas Ilmu Sosial Ilmu dan Politik Universitas Lampung	31
4.1.2	Filosofi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu dan Politik Universitas Lampung	34
4.1.3	Visi, Misi dan Tujuan FISIP Universitas Lampung.....	35
4.1.3.1	Visi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Lampung.....	35
4.1.3.2	Misi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Lampung.....	36
4.1.3.3	Tujuan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Lampung.....	36
4.2.	Gambaran Umum Ini Talkshow di NET Tv .....	37
4.3.	Gambaran umum <i>double cast</i> Ini Talkshow .....	40

#### **BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN**

5.1	Identitas Responden.....	43
5.2	Deskripsi Karakteristik Responden .....	43
5.3.	Hasil Uji Validitas .....	44
5.4.	Hasil Uji Reliabilitas.....	46
5.5.	Hasil Penelitian.....	47
5.5.1	Kategori Persentase Nilai Kumulatif Variabel X dan Y .....	47
5.6	Deskripsi Variabel Penelitian .....	51
5.6.1	Variabel Independen (X) tersedia pada butir pertanyaan nomor 1-11 untuk Pengaruh <i>double cast</i> dalam Ini Talkshow di NET Tv .....	51
5.6.2	Variabel Dependen (Y) tersedia pada butir pernyataan nomor 12-20 untuk Tingkat Kepuasan Penonton. ....	59
5.7.	Hasil Analisis Regresi.....	66
5.7.1	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	66
5.7.2	Koefisien korelasi secara simultan antara <i>double cast</i> dalam Ini Talkshow di NET Tv dengan tingkat kepuasan penonton.....	67
5.7.3	Koefisien Determinasi secara Simultan antara <i>double cast</i> dalam Ini Talkshow di NET Tv terhadap tingkat kepuasan penonton .....	68
5.7.4	Hipotesis.....	68
5.8.	Pembahasan .....	69

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1 Kesimpulan.....	75
6.2 Saran .....	76

## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Tabel Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	8
Tabel 2. Indikator Variabel X .....	27
Tabel 3. Indikator Variabel Y .....	28
Tabel 4. Struktur Organisasi Ini Talkshow .....	39
Tabel 5. Karakteristik responden berdasarkan angkatan.....	43
Tabel 6. Karakteristik responden berdasarkan jurusan .....	44
Tabel 7. Hasil uji validitas double cast Ini Talkshow (Variabel X).....	45
Tabel 8. Hasil uji validitas tingkat kepuasan (Variabel Y) .....	46
Tabel 9. Kategori Data Persentase Nilai Tiap Variabel .....	49
Tabel 10. Penilaian Pertanyaan Pada Variabel X.....	49
Tabel 11. Penilaian Pernyataan Pada Variabel Y.....	50
Tabel 12. Respon Pertanyaan Nomor 1.....	52
Tabel 13. Respon Pertanyaan Nomor 2.....	52
Tabel 14. Respon Pertanyaan Nomor 3.....	53
Tabel 15. Respon Pertanyaan Nomor 4.....	54
Tabel 16. Respon Pertanyaan Nomor 5.....	55
Tabel 17. Respon Pertanyaan Nomor 6.....	55
Tabel 18. Respon Pertanyaan Nomor 7.....	56
Tabel 19. Respon Pertanyaan Nomor 8.....	57
Tabel 20. Respon Pertanyaan Nomor 9.....	57
Tabel 21. Respon Pertanyaan Nomor 10.....	58
Tabel 22. Respon Pertanyaan Nomor 11.....	59
Tabel 23. Respon Pernyataan Nomor 12.....	60
Tabel 24. Respon Pernyataan Nomor 13.....	61
Tabel 25. Respon Pernyataan Nomor 14.....	62
Tabel 26. Respon Pernyataan Nomor 15.....	63
Tabel 27. Respon Pernyataan Nomor 16.....	63
Tabel 28. Respon Pernyataan Nomor 17.....	64

Tabel 29. Respon Pernyataan Nomor 18.....	64
Tabel 30. Respon Pernyataan Nomor 19.....	65
Tabel 31. Respon Pernyataan Nomor 20.....	66

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir .....	19
Gambar 2. INI Talkshow NET Tv .....	37
Gambar 3. Andre memerankan Mario Teguh .....	41
Gambar 4. Sule memerankan Kakek.....	41
Gambar 5. Andre memerankan Pico Taro.....	41
Gambar 6. Nunung dan Adul sebagai penjahat.....	42

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Televisi merupakan media massa yang pada masa sekarang menjadi kebutuhan manusia. Televisi adalah alat penangkap siaran bergambar, yang berupa audio visual dan penyiaran videonya secara *broadcasting*.

Menurut data Media Index- Nielsen Media Research, 2004 (Wirodono, 2006: viii) diperoleh fakta yang berhubungan dengan besarnya penetrasi media televisi dibandingkan media massa lainnya seperti dibawah ini:

“Penetrasi media televisi mencapai 90,7%, radio 39%, surat kabar 29,8%, majalah 22,4%, internet 8,8% dan orang menonton bioskop sebesar 15%.  
Data ini tidak beranjak jauh dari tahun sebelumnya, media televisi 89%, radio 44% dan surat kabar 29%.”

Besarnya angka penetrasi televisi berpengaruh pada semakin mudahnya pengiriman pesan di dunia saat ini. Tak dapat dipungkiri lagi bahwa media televisi telah menjadi gudang informasi sekaligus hiburan bagi khalayaknya.

Maka suatu program atau tayangan televisi sangat berpengaruh pada keberhasilan sebuah acara televisi yang akan diproduksi. Dan kesuksesan program acara atau suatu tayangan juga akan bergantung pada konten-konten yang ada dalam tayangan tersebut. Program acara televisi juga menentukan siapa target yang akan

menonton acara televisi tersebut dan bagaimana cara agar dapat diterima oleh penonton yang menjadi target acara tersebut.

Untuk itu banyaknya program tayangan yang bermacam-macam menuntut kita untuk memilah memilih tayangan yang tepat untuk ditonton. Apalagi Televisi Swasta di Indonesia yang memiliki beragam karakternya. Salah satunya NET Televisi.

NET. singkatan dari *News and Entertainment Television* adalah sebuah stasiun televisi swasta terestrial nasional yang resmi diluncurkan pada 26 Mei 2013. Berdasarkan hasil riset 2016 dari lembaga survey yaitu Nielsen Indonesia menyatakan bahwa NET masuk kedalam posisi 10 besar televisi paling diminati untuk ditonton di Indonesia.

Banyak tayangan yang disuguhkan NET melalui program-program acaranya. Salah satunya adalah *Talk show*. Pengertian *Talkshow* adalah pada sebuah program televisi atau radio dimana seseorang ataupun grup berkumpul bersama untuk mendiskusikan berbagai hal topik dengan suasana santai tapi serius, yang dipandu oleh seorang moderator atau biasa disebut *host*.

Di Indonesia *talk show* juga merupakan acara yang populer di media. Terlepas dari itu, NET. juga memiliki beberapa program *Talkshow*. Salah satunya nama program talkshow pada tayangan NET adalah “**Ini Talkshow**”.

**Ini Talkshow** adalah acara *talkshow*/gelar wicara yang dikemas dengan suasana santai. Membahas persoalan hangat yang ada di masyarakat dengan cara sederhana. Di acara ini juga akan memperlihatkan suasana rumah dan karakter-karakter yang ada di rumah tersebut. Di dalam acara ini, pemain-pemain juga

bermain peran atau berakting sekaligus menanyakan bintang tamu dan persoalan di masyarakat.

Namun, yang berbeda dengan tayangan talkshow lain pada program acara Ini Talkshow terletak pada konten-konten yang disuguhkan kepada pemirsanya. Salah satu konten unggulan yang sering ditampilkan kepada khalayak yaitu konten "*double cast*". *Double cast* atau peran ganda itu sendiri adalah parodi tokoh atau tokoh yang dimainkan oleh para pemain Ini Talkshow sesuai dengan alur cerita pada episode tersebut.

Kaitannya pada program acara Ini Talkshow di NET Televisi peran ganda atau konten *double cast* ini ditampilkan atau dikemas dengan cara yang berbeda. Dimana konten *double cast* ini dimainkan oleh pemain (*cast*) Ini Talkshow akan hanya muncul dalam segmen tertentu saja tergantung pada episode temanya dan tergantung dengan bintang tamu yang hadir.

*Double cast* juga akan memerankan karakter atau tokoh lain yang memang sudah populer di masyarakat dengan durasi yang lebih sedikit dibanding peran asli dari *cast* tersebut pada program acara Ini Talkshow. Dengan kreatifitas seperti ini yang membuat tayangan "Ini Talkshow" di NET mampu bersaing dengan TV lain yang sudah ada sejak dahulu. Meski begitu, banyak pemirsanya yang belum mengetahui kalau konten yang mereka tonton tersebut merupakan konten *double cast* dalam Ini Talkshow di NET. Tv.

Dari sudut pandang penulis, penonton memiliki beberapa alasan yang membuat mereka ingin menyaksikan konten dalam sebuah program tersebut, baik dari latar



belakang mereka maupun penyajian program tersebut. *Audiens* (pengguna media) adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi dan berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya.

Keunikan dari konsep yang berbeda pada *double cast* dalam tayangan Ini Talkshow di NET, ini menggambarkan bahwa khalayak aktif sehingga stasiun televisi harus selalu menyajikan atau memberikan inovasi agar dapat memberikan kepuasan kepada penontonnya. Hanya pengguna media itu sendiri yang mengetahui media mana yang dianggap memberikan kontribusi yang paling besar untuk pemuas kebutuhannya akan hiburan.

Peneliti cenderung melihat khalayak yang aktif dalam upaya memenuhi kebutuhannya melalui media massa. Media yang menurut mereka paling menarik dan sesuai kebutuhan dan kepuasan mereka dan kepuasan yang diperoleh setelah mengkonsumsi media tersebut. Melalui pendekatan *uses and gratification* menunjukkan bahwa khalayak secara aktif memilih media tertentu yang akan membawa kepuasan bagi dirinya.

Teori yang dicetuskan oleh Blumer, Elihu Katz dan Michael Gurevitch ini mengatakan, jika tujuan khalayak terpenuhi, maka media akan dianggap efektif karena dapat memenuhi kebutuhan khalayak (Kriyantono, 2010: 208). Maka dari itu, *teori uses and gratification* memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratification*) atas kebutuhan khalayak (Elvinaro, Ardianto 2007: 73).

Dalam penelitian ini, mahasiswa sebagai objek penelitian karena mahasiswa dianggap telah mampu mencerna kebutuhan dari dalam dirinya yang akan dicarikan pemuasannya melalui media televisi dan dapat digolongkan sebagai pemirsa setia televisi dengan tingkat terpaan media yang cukup tinggi.

Oleh karena itu, dari latar belakang diatas, timbulah pertanyaan apakah konten *double cast* dalam “Ini Talkshow” dapat memberikan kepuasan terhadap penonton. Penulis ingin mengetahui lebih dalam dan meneliti lebih rinci tentang kepuasan dari penonton NET. Tv terhadap *double cast* pada program acaraIni Talkshow khususnya mahasiswa FISIP Universitas Lampung.

Penulis mengambil judul penelitian :**“Pengaruh *double cast* dalam “Ini Talkshow” di NET TV Terhadap Tingkat Kepuasan Penonton (Studi Pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

### 1. Pembatasan Masalah

Agar skripsi ini lebih terarah, maka penulis membatasi masalah hanya pada penelitian pengaruh *double cast* dalam “Ini Talkshow” di Net Tv dan tingkat kepuasan Mahasiswa FISIP Universitas Lampung tanpa mengikutsertakan konten lain dalam Ini Talkshow ataupun membandingkan tayangan lain di NET. Televisi.

### 2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, dapat disimpulkan bahwa perumusan masalah penelitian ini adalah : Seberapa besar pengaruh *double cast* dalam “Ini Talkshow” di Net Tv terhadap tingkat kepuasan penonton?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini ialah sesuai dengan rumusan masalah yang ada yakni untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *double cast* dalam “Ini Talkshow” di Net Tv terhadap tingkat kepuasan penonton.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Akademis

Sebagai salah satu syarat menyelesaikan akademisi dan mendapat gelar S1 di jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan dan kontribusi pada disiplin Ilmu Komunikasi untuk pengembangan penelitian.

b. Manfaat Praktis

Bagi praktisi media massa terutama televisi hasil penelitian diharapkan dapat memberi masukan bagi media elektronik khususnya televisi dalam memberikan sumber informasi dan hiburan agar dapat menjawab kebutuhan masyarakat.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Tinjauan Terdahulu**

Penelitian ini menggunakan rujukan dari penelitian sebelumnya. Rujukan yang pertama merupakan skripsi yang ditulis oleh Wuri Sakti Riesta, lulusan dari Universitas Lampung, dengan judul Pengaruh Program Acara Tetangga Masa Gitu di NET. Terhadap Tingkat Kepuasan Penonton. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah bahwa sama-sama meneliti tentang kepuasan penonton pada tayangan di NET. TV. Selain itu, penelitian ini juga merupakan penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya ialah bahwa penelitian ini meneliti tentang sebuah program acara komedi situasi (*sitcom*) yang bukan berbentuk *talk show*. Sedangkan penulis meneliti tentang sebuah konten yang ada dalam sebuah tayangan yang berbentuk *talkshow*.

Rujukan yang kedua ialah jurnal penelitian sebuah skripsi yang ditulis oleh Audithya Arabella Djagja, lulusan Universitas Multimedia Nusantara, dengan judul Kepuasan Mahasiswa Dalam Menonton program *music everywhere* di NET. TV (Studi tentang tingkat kepuasan mahasiswa Universitas Pelita Harapan angkatan 2012 dalam menonton program *Music Everywhere* di NET.TV). Persamaannya penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis ialah

bahwa sama-sama bertujuan untuk mengetahui salah satu program hiburan yang berbentuk *talk show* di NET. dalam memberikan kepuasan kepada penonton. Selain itu penelitian ini juga menggunakan teori *uses and gratification*, sehingga dapat menjadi referensi bagi penulis dalam melakukan penelitian.

**Tabel 1. Tinjauan Terdahulu**

Judul Penelitian	Pengaruh Program Acara Tetangga Masa Gitu di NET. Terhadap Tingkat Kepuasan Penonton (Studi pada mahasiswa FISIP Universitas Lampung) Oleh Wuri Sakti Riesta A.
Persamaan Penelitian	1. Kepuasan penonton pada tayangan di NET. TV. 2. Penelitian survey adalah pendekatan kuantitatif
Perbedaan Penelitian	penelitian ini meneliti tentang satu program acara situasi komedi ( <i>sitcom</i> ) yang bukan berbentuk <i>talk show</i>
Kontribusi	Menjadi referensi bagi peneliti untuk mendapatkan data mengenai perhitungan sampel penelitian.

Judul Penelitian	Kepuasan Mahasiswa Dalam Menonton program <i>music everywhere</i> di NET. TV (Studi tentang tingkat kepuasan mahasiswa Universitas Pelita Harapan angkatan 2012 dalam menonton program <i>Music Everywhere</i> di NET.TV) Oleh Audithya Arabella Djagja
Persamaan Penelitian	1. Penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis ialah bahwa sama-sama bertujuan untuk mengetahui salah satu program hiburan yang berbentuk <i>talk show</i> di NET. TV 2. Meneliti tentang kepuasan mahasiswa dengan teori <i>uses and gratification</i>
Perbedaan Penelitian	Perbedaannya penelitian ini mengkaji tentang sebuah program acara musik sedangkan penulis meneliti tentang sebuah konten yang ada dalam satu tayangan <i>talk show</i> di NET.
Kontribusi	Menjadi referensi bagi peneliti untuk mendapatkan data mengenai metode analisis isi kuantitatif

## 2.2. Komunikasi

Istilah *komunikasi* atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. Sama di sini maksudnya adalah *sama makna* (Onong Uchjana Effendy, 2011 : 9). Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang

dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Fuction of Communication in Society*.

Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut : *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni :

1. Komunikator (*communiator, source, sender*)
2. Pesan (*Message*)
3. Media (*channel, media*)
4. Komunikan (*communicant, communicatee, reciever, recipient*)
5. Efek (*effect, impact, influence*)

Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell tersebut komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. (Onong Uchjana Effendy, 2011 : 10) Dalam bukunya *Komunikasi Teori dan Praktek* (2011 : 11),

### **2.3. Komunikasi Massa**

Banyak definisi tentang komunikasi massa yang telah dikemukakan para ahli komunikasi. Namun definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner, yakni komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang (*Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*).

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa (Riswandi, 2009:103). Sementara itu, menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988) disebutkan, “*Mass communication is a process whereby mass-produced message are transmitted to large, anonymous, and heterogeneous masses of receivers* (komunikasi massa adalah sebuah proses dimana pesan-pesan yang di produksi secara massal/tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim, dan heterogen)” (Nurudin, 2011:12).

Sebuah definisi oleh Harold D Laswell, menjelaskan tentang lima komponen yang terlibat dalam komunikasi, yaitu “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya” (Riswandi, 2009:3).

Ada satu definisi komunikasi massa yang dikemukakan Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble (1986) akan semakin memperjelas apa itu komunikasi massa. Menurut mereka sesuatu bisa didefinisikan sebagai Komunikasi Massa jika mencakup hal-hal sebagai berikut :

1. Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan modern untuk menyebarkan pesan secara cepat melalui surat kabar, majalah, televisi, film, atau gabungan diantara media tersebut.
2. Komunikator dalam komunikasi massa menyebarkan pesan-pesannya bermaksud mencoba berbagi pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling kenal atau mengetahui satu sam lain. Anonimitas *audience* dalam

komunikasi massa inilah yang membedakan dengan jenis komunikasi yang lain. Bahkan pengirim dan penerima pesan tidak mengenal satu sama lain.

3. Pesan adalah milik publik. Artinya bahwa pesan ini bisa didapatkan dan diterima oleh banyak orang.
4. Komunikator pada komunikasi massa biasanya tidak berasal dari seseorang tetapi lembaga. Dengan kata lain, Lembaga ini pun biasanya berorientasi pada keuntungan, bukan organisasi sukarela atau nirlaba.
5. Komunikasi massa dikontrol oleh gatekeeper (penapis informasi). Artinya pesan-pesan yang disebarakan dikontrol oleh sejumlah individu dalam lembaga tersebut sebelum disiarkan lewat media massa.
6. Umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda. Kalau dalam jenis komunikasi lain, umpan balik bisa bersifat langsung. Misalnya, dalam komunikasi antarpersonal.

Dengan demikian, media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu tak terbatas.

## **2.4. Televisi**

### **2.4.1 Sejarah Televisi**

Usulan untuk memperkenalkan televisi muncul jauh di tahun 1953, dari sebuah bagian Department Penerangan, didorong oleh perusahaan-perusahaan AS, Inggris, Jerman, Jepang, yang berlomba-lomba menjual *hardware*-nya. Menjelang



Asian Games ke-4 di Jakarta pada 1962, Soekarno dan kabinet akhirnya yakin akan perlunya televisi, dengan alasan reputasi Internasional Indonesia tergantung pada Pekan Olahraga yang disiarkan, terutama ke Jepang (yang telah memiliki televisi sejak awal 1950-an (Muhamad Mufid, 2005 : 47).

Televisi merupakan medium yang paling cepat berkembang di tahun 1980-an, dalam jumlah pesawat dan kebiasaan menonton orang Indonesia. Selama dekade ini jumlah pesawat televisi bertambah 6 kali lipat, sementara radio meningkat 3 kali. Data biro statistik menunjukkan tanpa ragu-ragu dan secara konsisten bahwa pada akhir 1980-an, lebih banyak orang Indonesia menyaksikan televisi secara rutin dibanding membaca koran atau majalah atau mendengarkan radio (Muhamad Mufid, 2005 : 55).

Dalam Sen & Hill (2000 : 129) dikatakan bahwa runtuhnya monopoli televisi oleh pemerintah seperti di Indonesia merupakan *trend* internasional pada 1980-an, seperti juga terjadi di Malaysia dan kemudian Singapura (Muhamad Mufid, 2005 : 52).

Dalam Muhamad Mufid (2005 : 52-53) disebutkan bahwa pada November 1988 RCTI, televisi swasta pertama di Indonesia, mulai dengan suatu masa percobaan TV-bayar (*pay-television*) di Jakarta. Pada tahun 1989, SCTV merupakan televisi swasta kedua yang mengudara dari Surabaya. Kemudian disusul TPI yang diresmikan pada 23 Januari 1991, dan Indosiar pada tahun 1995.

Setelah kemunculan empat stasiun televisi yang disebutkan Mufid tersebut, banyak bermunculan stasiun televisi swasta lainnya yang saat ini ada di Indonesia

termasuk salah satunya adalah Net.TV. Stasiun televisi swasta yang ada di Indonesia saat ini antara lain RCTI, Global TV, MNCTV, iNews TV, SCTV, Indosiar, antv, tvOne, MetroTV, Trans7, Trans TV, RTV, Kompas TV, NET.

#### **2.4.2 Program Siaran Televisi**

Output setiap stasiun penyiaran adalah satu tayangan di layar kaca pesawat televisi yang tersusun rapi dalam urutan yang teratur, yang disebut program acara. Program sebagai benda abstrak yang berfungsi memuaskan batiniah, sehingga yang dirasakan oleh khalayak pemirsa diekspresikan sebagai penilaian objektif, yaitu bagus atau kurang bagus acaranya (Hidajanto Djamal & Andi Fachruddin, 2011 : 159).

Program televisi dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari isi siaran radio ataupun televisi secara keseluruhan. Menurut Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin (2011 : 163-164), jenis program siaran antara lain :

##### **1. Program Karya Artistik**

- Sumber : Ide gagasan dari perorangan maupun tim-kreatif
- Proses Produksi : Mengutamakan keindahan dan kesempurnaan sesuai perencanaan
- Jenis : Drama/sinetron, musik, lawak/akrobat, quiz, informasi iptek, informasi pendidikan, informasi pembangunan, informasi kebudayaan, informasi hasil produksi, termasuk iklan dan *public service*, informasi flora dan fauna, informasi sejarah dokumenter, dan informasi apa saja yang bersifat non politis.

## 2. Program Karya Jurnalistik

- Sumber : Masalah Hangat (peristiwa dan pendapat)
- Proses produksi : Mengutamakan kecepatan dan kebenaran
- Jenis : Berita aktual (siaran berita), berita non aktual (feature, majalah udara), dan tentang masalah hangat (dialog, monolog, panel diskusi, current affairs).

Menurut Naratama (2004 : 63), kunci keberhasilan suatu program televisi ialah penentuan format acara televisi tersebut. Adapun definisi format acara televisi menurut Naratama adalah sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreativitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut.

Dampak yang ditimbulkan oleh tayangan program acara tersebut di masyarakat pemirsa sangat luas, baik dampak positif maupun negatif (Hidajanto Djamal & Andi Fachruddin, 2011 : 159). Darwanto juga mengemukakan, dalam kaitannya terhadap peningkatan pengetahuan, suatu tayangan televisi hendaknya memperhatikan beberapa hal, antara lain frekuensi menonton, waktu penayangan, kemasan acara, gaya penampil pesan, dan pemahaman isi pesan tersebut.

### 2.4.3 Program *Talk Show* Televisi

Istilah *Talk show* adalah aksan dari bahasa Inggris di Amerika. Di Inggris sendiri, istilah *talk show* biasa disebut *Chat Show*. Pengertian *talk show* adalah suatu acara bincang-bincang yang menyampaikan beberapa informasi, diskusi dengan tema –

tema tertentu dan biasanya diselingi beberapa isian menarik seperti musik, lawakan, kuis, dan lain-lain.

Format *talk show* merupakan cerminan kekuatan yang menonjol pada medium televisi, yaitu *original* (utuh/asli) dan *credible* (dapat dipercaya). Narasumber yang sangat “*vocal*” dan memahami permasalahan adalah sebagai salah satu kunci keberhasilan *Talk Show*. Agar *Talk Show* dapat menarik dan berbobot, pewawancara harus mendalami bidang permasalahan yang sedang dibicarakan di *Talk Show* (Wibowo, 2007 : 67).

Program *talk show* atau perbincangan adalah program yang menampilkan suatu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*host*). Tamu - tamu yang diundang adalah mereka yang mengetahui topik yang diperbincangkan atau masalah yang tengah dibahas. Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti program *talk show* “**Ini Talkshow**” di NET. TV berkaitan dengan konten yang ada didalam tayangan tersebut. Yakni pada konten *double cast*.

Program ini memiliki keistimewaan pada pembawa acaranya yang mempunyai karakter yang kuat di tv. Pada umumnya pembawa acara untuk program *talk show*, memiliki pengalaman membawakan acara dengan baik dan latar belakang seorang pembawa acara yang sudah sering tampil. Berbeda dengan “**Ini Talkshow**” dimana Sule yang merupakan *host* adalah seorang komedian yang tidak mempunyai latar belakang pembawa acara sebelumnya dan tidak begitu fasih dalam membawakan sebuah acara bertajuk *talk show*.

### **2.5. Double cast (peran ganda) dalam Ini Talkshow**

Konten *double cast* dalam Ini Talkshow di NET bukanlah istilah umum. *Double cast* dalam Ini Talkshow di NET. merupakan sebutan yang sengaja dibuat oleh tim produksi Ini Talkshow di NET. yang termasuk didalamnya yaitu tim kreatif dan *production assistant*. Tim produksi Ini Talkshow di NET. berupaya membuat tayangan talkshow tersebut tetap dipertahankan oleh penontonnya.

*Double cast* ini merupakan inovasi yang sudah mereka buat sejak tahun pertama penayangan program acara Ini Talkshow di NET. *Double cast* itu sendiri adalah dua peran atau lebih yang dimainkan dalam satu episode Ini Talkshow di NET. Peran ganda atau konten *double cast* ini ditampilkan atau dikemas dengan cara yang berbeda.

Dimana konten *double cast* ini dimainkan oleh para pemain (*cast*) Ini Talkshow yang hanya akan muncul pada segmen tertentu saja tergantung pada *script* dan alur cerita yang dibuat oleh tim produksi Ini Talkshow di NET. dalam setiap episodenya.

*Double cast* juga akan memerankan karakter atau tokoh lain yang memang sudah populer di masyarakat dengan durasi yang lebih sedikit dibanding peran asli dari *cast* tersebut dalam program acara *Ini Talkshow*. Dengan kreatifitas seperti ini yang membuat tayangan “*Ini Talkshow*” di NET mampu bersaing dengan TV lain yang sudah ada lebih dahulu dibandingkan dengan NET.

### **2.6. Tinjauan Kepuasan**

Kepuasan atau pemenuhan kebutuhan yang didapat audiens merupakan efek dari penggunaan media. Efek media dapat dioperasionalisasikan sebagai evaluasi

kemampuan media untuk memberikan kepuasan (Rakhmat, 1998: 66). Salah satu teori yang mengkaji tentang kepuasan adalah teori *Uses and Gratification*. Herbert Blumer dan Elihu Katz adalah orang pertama yang mengenalkan teori ini.

Teori *Uses and Gratification* milik Blumer dan Katz ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratification* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. (Nurudin, 2011 : 191).

Teori *uses and gratification* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya (Nurudin, 2011 : 192). Schram dan Porter dalam bukunya *Men, Women, Message and Media* (1982) pernah memberikan formula untuk menjelaskan bekerjanya teori ini. Upaya yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan sangat bergantung pada tersedia atau tidaknya media dan kemudahan memanfaatkannya.

Kita bisa memahami interaksi orang dengan media melalui pemanfaatan media oleh orang itu (*uses*) dan kepuasan yang diperoleh (*gratification*) (Nurudin, 2011 : 193). *Uses and Gratification model* meneliti asal mula kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan-harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain (atau keterlibatan pada kegiatan lain) dan

menimbulkan pemenuhan kebutuhan. Penelitian yang menggunakan *uses and gratification model* memusatkan perhatian pada kegunaan isi media untuk memperoleh gratifikasi atau pemenuhan kebutuhan (Isti Nursih Wahyuni, 2014 : 28).

Kepuasan atau pemenuhan kebutuhan yang didapat *audiens* merupakan efek dari penggunaan media. Efek media dapat dioperasionalkan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberikan kepuasan (Rakhmat, 1998: 66). Kepuasan merupakan tingkat kepuasan nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi media. Fokus penelitian ini adalah dimana kepuasan pemirsa dalam memenuhi kebutuhan hiburan melalui tayangan Ini Talkshow di NET Tv.

## **2.7 Tinjauan Teori *Uses and Gratifications***

*Uses and Gratification Theory* dikembangkan oleh Elihu Katz, Jay G Blumler, dan Michael Gurevitch. Teori ini mengatakan bahwa manusia secara aktif dapat memilih media yang lebih spesifik dan berisi untuk mendapatkan hasil (*gratifications*) yang mereka inginkan. Menurut para pendirinya, Elihu Katz, Jay G Blumler, dan Michael Gurevitch, *Uses and Gratification* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan atau keterlibatan pada kegiatan lain, dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain.

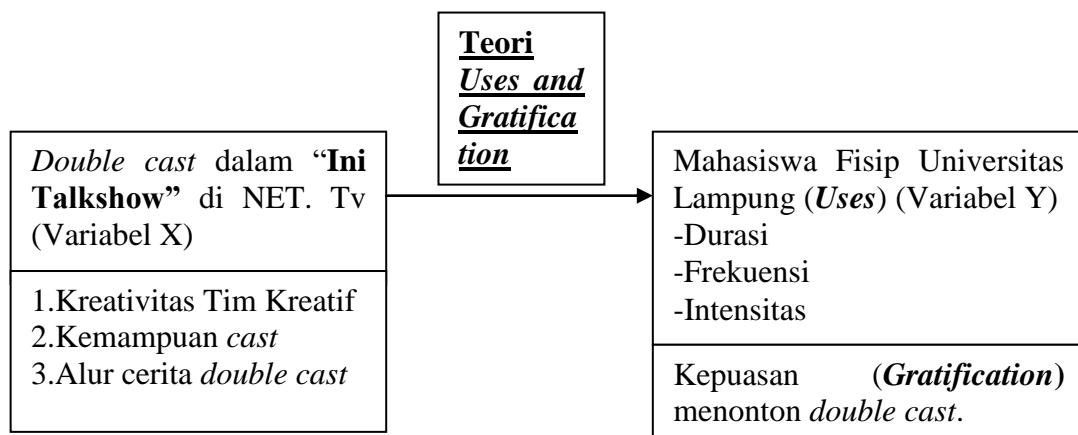
Model *Uses and Gratification* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Riset teori

*Uses and Gratification* bermula dari pandangan bahwa komunikasi (khususnya media massa) tidak mempunyai kekuatan mempengaruhi khalayak.

Inti dari teori *Uses and Gratification* adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak akan disebut sebagai media yang efektif. (Kriyantono, 2006:204). Permasalahan utama dalam teori *Uses and Gratification* bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayaknya. Jadi bobotnya adalah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus (Effendy, 2003:289-290).

## 2.8. Kerangka Berpikir

Dari uraian di atas, maka dapat diketahui bahwa kepuasan yang diperoleh dari media sesuai dengan kebutuhan tingkat penggunaannya. Sehingga dalam penelitian ini dapat disusun kerangka berpikir sebagai berikut :



Gambar 1. Bagan Kerangka Berpikir



Berdasarkan uraian diatas. diketahui bahwa *double cast* dalam Ini Talkshow di NET Tv merupakan sebuah kreasi yang dibuat oleh tim kreatif Ini Talkshow. Merujuk dalam buku Teori Komunikasi Massa oleh Denis McQuail menyatakan bahwa kewajiban dan tujuan utama media ialah menarik perhatian khalayak. Dengan demikian, suatu keterampilan yang harus dikembangkan.

Artinya jelas, kalau khalayak akan memilih program acara berdasarkan kreatifitas dari tayangan yang disuguhkan. Dalam buku Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi oleh Andi Fachruddin mengatakan kreatif adalah suatu kemampuan yang dimiliki seseorang atau sekelompok orang yang memungkinkan mereka menemukan pendekatan-pendekatan atau terobosan baru dalam pemecahan masalah dengan cara yang baru atau cara unik yang berbeda dari sebelumnya. Dikemukakan juga kreatif menurut Rusman Latief dan Yusiatie Utud dalam buku berjudul Siaran Televisi Non-Drama bahwa kreatif adalah istilah yang digunakan pada produksi siaran televisi hiburan nondrama, yaitu orang yang bertugas mencari ide mengangkat konsep, naskah, *rundown*, dan mendampingi pengisi acara dalam pelaksanaan produksi.

Artinya yang menuangkan kemampuan kreasinya tersebut juga memahami bagaimana jalannya cerita *double cast* atau yang disebut dengan alur cerita.

Menurut Munandar, kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi baru, berdasarkan data, informasi atau unsur-unsur yang ada. Hasil yang diciptakan tidak selalu hal-hal yang baru, tetapi juga dapat berupa gabungan (kombinasi) dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya. Oleh karena diatas pengertian kreativitas, maka dapat dikatakan bahwa kreativitas adalah

kemampuan seseorang untuk menghasilkan suatu produk yang baru ataupun kombinasi dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya dan dapat dimengerti.

Kreativitas disini yaitu seberapa kreatif tim produksi atau disebut dengan tim kreatif Ini Talkshow di NET Tv untuk mengolah atau membuat cerita pada tiap episodenya. Dalam buku *Siaran Televisi Non-Drama* dari Rusman Latief dan Yusiatie Utud dalam produksi siaran televisi nondrama, ide dituangkan dalam bentuk *rundown*, sebagai pijakan dalam proses produksi. *Rundown* adalah susunan isi dan alur cerita dari program siaran yang dibatasi oleh durasi. Seperti program acara Ini Talkshow di NET yang merupakan hasil produksi hiburan nondrama.

Lalu definisi kemampuan. Menurut *Stepen P. Robbins* dalam bukunya *Perilaku Organisasi* (2003:52) kemampuan adalah suatu kapasitas individu untuk melaksanakan tugas dalam pekerjaan tertentu. Sedangkan menurut *Soehardi* (2003:24) Definisi kemampuan (*abilities*) seseorang akan turut serta menentukan perilaku dan hasilnya. Kemampuan disini adalah seseorang yang bisa menjalankan tugas atau masuk ke dalam karakter *double cast* yang mereka mainkan pada setiap episodenya.

Kemudian alur menurut Stanton (dalam Nurgiyantoro, 2007:113) adalah cerita yang berisi urutan kejadian, namun tiap kejadian itu hanya dihubungkan secara sebab akibat, peristiwa yang satu disebabkan atau menyebabkan peristiwa yang lain. Sedangkan Rusyana (1987:67) mengemukakan bahwa alur bukan sekedar urutan cerita dari A sampai Z, melainkan merupakan hubungan sebab-akibat peristiwa yang satu dengan peristiwa yang lain di dalam cerita.

Dapat dinyatakan bahwa alur adalah rangkaian cerita yang dibentuk oleh tahapan-tahapan peristiwa yang menimbulkan sebab akibat sehingga menjalin suatu cerita. Kaitannya dengan alur cerita *double cast* yang dimainkan dalam Ini Talkshow di NET Tv adalah alur atau tahapan cerita yang muncul saat *double cast* itu tampil atau diperankan para *cast*. Sehingga dari tiga poin diatas dapat mengukur pemirsanya dalam mendapatkan kebutuhan akan kepuasan hiburan melalui menonton *double cast* dalam Ini Talkshow di NET Tv.

## 2.9. Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan sementara atau proposisi tentatif tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Hipotesis yang baik harus memenuhi dua kriteria. Pertama, hipotesis harus menggambarkan hubungan antara variabel-variabel. Kedua, hipotesis harus memberi petunjuk bagaimana pengujian hubungan tersebut. Dalam penelitian ini penulis menyusun hipotesis sebagai berikut :

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh *double cast* dalam “Ini Talkshow” di NET. Tv  
Terhadap Tingkat Kepuasan Penonton

$H_a$  : Terdapat pengaruh *double cast* dalam “Ini Talkshow” di NET. Tv  
Terhadap Tingkat Kepuasan Penonton

## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Tipe Penelitian**

Penelitian ini merupakan tipe penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survey. Metode survey adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai *instrument* pengumpulan datanya, dengan tujuan memperoleh informasi dari sejumlah responden yang dianggap mewakili sejumlah populasi tertentu (Kriyantono, 2007 : 60 dalam Skripsi Wuri Sakti Riesta, Unila 2016). Survey penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada para mahasiswa FISIP Universitas Lampung yang tahu dan pernah menonton *double cast* dalam Ini Talkshow di NET. Tv.

#### **3.2. Subyek dan Obyek Penelitian**

Subyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa FISIP Universitas Lampung. Sedangkan obyek penelitiannya adalah pengaruh *double cast* dalam Ini Talkshow di NET.Tv terhadap tingkat kepuasan penonton.

#### **3.3. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sutrisno Hadi (1999:150) yang dimaksud populasi adalah kumpulan individu-individu dalam suatu daerah. Kemudian lebih lanjut ditekankan pula

bahwa populasi adalah satuan individu yang menjadi sasaran dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2008:115 dalam Skripsi Indah Maya Sari, UPI 2013), Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Sejalan dengan pengertian di atas, maka yang dimaksud dengan populasi adalah sejumlah individu yang akan dijadikan subyek dalam penelitian.

Berdasarkan prasurvey yang dilakukan penulis pada tanggal 14, 15 dan 16 desember 2016 dengan menyebarkan dengan teknik *incidental sampling* lalu didapat sebanyak 119 kuisisioner, yang berisi pertanyaan seputar kegiatan menonton Ini Talkshow di NET. Tv kepada mahasiswa FISIP Universitas Lampung dengan didapat proporsi sebagai berikut yaitu, Ilmu Komunikasi 26 orang, Ilmu Pemerintahan 17 orang, Administrasi Negara 14 orang, Administrasi Bisnis 16 orang, Sosiologi 24 orang, dan Hubungan Internasional 22 orang. Hasil Prasurvey bulan Desember diolah (2016)

Lalu didapat data yang menyatakan bahwa sejumlah 119 mahasiswa pernah menonton tayangan “Ini Talkshow” di NET Tv dengan 76 orang sering menonton dan 34 orang jarang menonton. Dan 9 mahasiswa tidak tahu *double cast*, sedangkan 110 lainnya mengetahui konten *double cast* dalam tayangan “Ini Talkshow” di NET. Tv.

Didapat data yang menyatakan bahwa sejumlah 110 mahasiswa pernah menonton *double cast* dalam Ini Talkshow di NET.Tv. Berdasarkan data tersebut maka ditetapkan dalam penelitian ini adalah ada sejumlah 110 Mahasiswa FISIP

Universitas Lampung yang pernah menonton *double cast* dalam Ini Talkshow di NET Tv yang mewakili mahasiswa lainnya.

### **3.3.2 Sampel Penelitian**

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel (contoh) yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh, atau dapat menggambarkan populasi sebenarnya (Arikunto, 2006 : 133 dalam Skripsi Wuri Sakti Riesta, Unila 2016).

Berdasarkan data populasi yang ada, maka untuk menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan teknik *Incidental Sampling*. Menurut Sugiyono, *Incidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Maka sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 110 orang berdasarkan hasil prasurvey yang pernah dilakukan peneliti.

### **3.4. Jenis dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer yaitu data yang diperoleh dengan cara mengadakan penelitian langsung di lapangan.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari buku atau literatur yang berhubungan dengan pembahasan dan penelitian yang berdasarkan data penunjang lain yang kaitannya dengan permasalahan yang diteliti.

### 3.5. Definisi Konseptual dan Operasional

#### 3.5.1 Definisi Konseptual

Konsep adalah istilah yang mengekspresikan sebuah ide abstrak yang dibentuk dengan menggeneralisasikan objek atau hubungan fakta-fakta yang diperoleh dari pengamatan. Bungin (2001:73 dalam Skripsi Wuri Sakti Riesta, Unila 2016) mengartikan konsep sebagai generalisasi dari sekelompok fenomena tertentu yang dapat dipakai untuk menggambarkan berbagai fenomena yang sama (Kriyantono, 2007:17). Definisi konseptual dalam penelitian ini antara lain :

- a. Variabel independen (X) adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel yang lain (dependen) (Rakhmat, 2004:12). Yang menjadi variabel independen (X) adalah *double cast* dalam Ini Talkshow di NET. Tv. Yang dimaksud dengan sebuah konten yang ada didalam satu tayangan di NET. Televisi tanpa mencampuri dengan tayangan lain.
- b. Variabel Dependen (Y) adalah variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya (independen) (Rakhmat, 2004:12). Yang menjadi variabel dependen (Y) adalah tingkat kepuasan mahasiswa FISIP unila dalam menonton *double cast* dalam Ini Talkshow di NET. Tv.

Yang dimaksud dengan kepuasan di sini adalah tingkat kepuasan nyata akan kebutuhan hiburan yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi isi media tersebut.

### 3.5.2 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan suatu petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur (Singarimbun: 23 dalam Skripsi Wuri Sakti Riesta, Unila 2016).

Definisi operasional dalam penelitian ini antara lain :

- a. *Double cast* dalam Ini Talkshow di NET Tv

**Tabel 2. Indikator Variabel X**

Variabel (X)	Indikator	Sub Indikator
<i>Double cast</i> pada tayangan Ini Talkshow di NET Tv	Kreativitas Tim Kreatif	a) Pemilihan karakter <i>double cast</i> (tokoh lain) yang akan dimainkan oleh pemain. b) Ketepatan atau kecocokan pemilihan pemain dalam memerankan tokoh lain yang akan dimainkan.
	Kemampuan pemain saat memerankan <i>double cast</i> (tokoh lain)	a) Seberapa mirip pemain memerankan tokoh lain dilihat dari mimik wajah atau ekspresinya. b) Seberapa mampunya pemain meniru intonasi suara tokoh lain yang diperankan. c) Seberapa mirip <i>make-up</i> dan busana yang dikenakan pemain saat memerankan tokoh lain d) Seberapa mendukung <i>property</i> yang digunakan pemain dalam memerankan tokoh lain. e) Seberapa lucu pemain saat memerankan tokoh lain.
	Alur <i>double cast</i>	a) Memahami jalan cerita tokoh lain ( <i>double cast</i> ) yang dimainkan oleh pemain

- b. Kepuasan pemirsa dalam menonton *double cast* pada tayangan Ini Talkshow di NET Tv.



Kepuasan pemirsa dalam mendapatkan pemenuhan akan kebutuhan hiburan dari menonton *double cast* dalam Ini Talkshow di NET Tv. Dan diukur berdasarkan sebagai berikut :

**Tabel 3. Indikator Variabel Y**

Variabel (Y)	Indikator	Sub Indikator
Kepuasan akan hiburan	Durasi menonton	a) Kepuasan dalam lamanya waktu pemirsa menonton Ini Talkshow di NET Tv
	Frekuensi menonton	a) Seberapa sering pemirsa menonton Ini Talkshow di NET Tv. b) Kepuasan pada penayangan ulang episode terbaik Ini Talkshow setiap hari minggu siang.
	Intensitas menonton	a) Seberapa intens perhatian pemirsa dalam menonton Ini Talkshow di NET Tv saat peran tokoh lain dimainkan.

Kemudian dari pertanyaan tersebut tersedia dengan alternatif jawaban yang dikategorikan (a) sangat setuju yang diberi nilai 5, (b) setuju diberi nilai 4, (c)

kurang setuju diberi nilai 3, (d) tidak setuju yang diberi nilai 2, dan (e) sangat tidak setuju yang diberi nilai 1.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Observasi**

Yakni mengadakan penelitian langsung dengan cara pengamatan kepada objek penelitian untuk memperoleh data-data informasi yang akurat.

#### **2. Kuisisioner**

Mengumpulkan data dengan menyebarkan angket yang berisikan pertanyaan-pertanyaan mengenai variabel-variabel yang akan diteliti.

#### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah suatu penyelidikan yang menggunakan sumber-sumber dokumentasi untuk mendapatkan data yang diperlukan.

### **3.7. Teknik Pengolahan Data**

Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

#### **1. Editing**

Yaitu kegiatan pemeriksaan data dari lapangan untuk menghindari kekeliruan dalam pengisiannya, seperti tidak lengkap, tidak sesuai dan sebagainya.

#### **2. Koding**

Yaitu mengklarifikasikan menurut jenis pertanyaan dengan memberikan tanda khusus pada data yang sesuai dengan kategori yang sama.

#### **3. Tabulasi**

Yaitu memasukkan data-data penelitian kedalam tabel secara tersusun dan sistematis.

### 3.8. Teknik Pemberian Skor

Setiap pertanyaan dalam kuisisioner akan diberi lima alternatif jawaban yaitu a, b, c, d, dan e. Penentuan skor menggunakan pengukuran skala likert untuk masing-masing jawaban adalah sebagai berikut:

1. Alternatif jawaban “a” akan diberi skor 5, berkategori sangat tinggi
2. Alternatif jawaban “b” akan diberi skor 4, berkategori tinggi
3. Alternatif jawaban “c” akan diberi skor 3, berkategori sedang
4. Alternatif jawaban “d” akan diberi skor 2, berkategori rendah
5. Alternatif jawaban “e” akan diberi skor 1, berkategori sangat rendah

### 3.9. Teknik Analisa Data

#### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 30 orang responden, dimana kuesioner berisi 21 butir pertanyaan, hasil jawaban responden diolah menggunakan bantuan *Microsoft Excel* dan bantuan program software SPSS dengan menggunakan uji korelasi *Product Moment Pearson* dan skala *Alpha Cronbach*.

#### 2. Analisis Regresi

Metode analisis regresi linier sederhana

$$Y = a + \beta X + Et$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Penonton

a = Parameter

$\beta$  = Koefisien Regresi

X = Konten *double cast* pada tayangan *Ini Talkshow* di NET. Tv.

Et = Error term

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM**

#### **4.1. Gambaran Lokasi Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Fakultas Ilmu Sosial Ilmu dan Politik Universitas Lampung**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Unila mulai melaksanakan kegiatan Tridharma Perguruan Tinggi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Lampung Nomor 90/KPTS/R/1983 tanggal 28 Desember 1983 tentang Panitia Pendirian Persiapan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Disusul kemudian tanggal 21 Agustus 1984 terbit Keputusan Dirjen Dikti Depdikbud RI Nomor: 103/DIKTI/Kep/1984 Tentang Jenis dan Jumlah Program Studi pada setiap Jurusan di lingkungan Universitas Lampung. SK Dirjen Dikti inilah yang mengukuhkan keberadaan Program Studi Sosiologi dan Program Studi Ilmu Pemerintahan yang berada dalam lingkungan Fakultas Hukum sebagai induk persiapan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Oleh karena itu mulai tahun akademik 1985/1986, Persiapan FISIP Unila menerima mahasiswa baru melalui jalur penelusuran minat dan kemampuan (PMDK) dan jalur seleksi penerimaan mahasiswa baru (SIPENMARU). Kepanitiaan pendirian FISIP ini disempurnakan dengan SK Rektor Unila Nomor: 85/KPTS/R/1986 tanggal 22 Oktober 1986 tentang Panitia Pembukaan Persiapan FISIP Unila. Panitia Persiapan ini dipimpin oleh seorang ketua yang berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada

Rektor Unila. Tugas panitia ditegaskan dengan SK Rektor Unila Nomor: 111/KPTS/R/1989 tanggal 29 Desember 1989, bahwa panitia bertugas dan bertanggung jawab melaksanakan:

- 1) Penyelenggaraan Pendidikan dan pengajaran;
- 2) Penelitian dalam rangka pengembangan ilmu dan teknologi;
- 3) Pengabdian kepada masyarakat;
- 4) Pembinaan sivitas akademika;
- 5) Kegiatan pelayanan administrasi.

Adapun Ketua Persiapan FISIP Universitas Lampung adalah sebagai berikut:

- 1) Drs. A. Kantan Abdullah : 1985-1991
- 2) Drs. Abdul Kadir, M.S. : 1991-1997

FISIP Unila resmi berdiri sebagai fakultas berdasarkan SK Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI tanggal 15 Nopember 1995 Nomor: 0333/O/1995 tentang Pembukaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. FISIP terdiri dari dua program studi yaitu Program Studi Sosiologi dan Program Studi Ilmu Pemerintahan. Berdasarkan SK Dirjen Dikti, Depdikbud RI Nomor: 37/DIKTI/Kep/1997 tanggal 27 Pebruari 1997 maka status Program Studi tersebut ditingkatkan menjadi Jurusan. Pada tanggal 18 Maret 1997 terbit Keputusan Dirjen Dikti Depdikbud RI Nomor: 49/DIKTI/Kep/1997 tentang Pembentukan Program Studi Ilmu Komunikasi.

Dalam rangka memenuhi harapan masyarakat akan ketersediaan tenaga-tenaga trampil siap pakai, mulai tahun akademik 1998/1999 FISIP membuka Program Diploma III (Keputusan Dirjen Dikti Nomor: 211/DIKTI/Kep/1998): Program

Studi Administrasi Perkantoran dan Sekretari, Program Studi Hubungan Masyarakat (Humas), dan Program Studi Perpustakaan, Dokumentasi dan Informasi (Keputusan Dirjen Dikti Nomor: 3953/D/T/Kep/2001) serta membuka Program Ekstensi/Nonreguler (S.1) berdasarkan Keputusan Dirjen Dikti nomor 28/DIKTI/Kep/2002 dan Keputusan Rektor Unila nomor 4596/J26/PP/2003, yaitu Program Studi Sosiologi, Program Studi Ilmu Pemerintahan, dan Program Studi Ilmu Komunikasi. Kemudian pada tanggal 1 Juli 1998 terbit Keputusan Dirjen Dikti Nomor: 212/DIKTI/Kep/1998, tentang Pembentukan Program Studi Strata 1 (reguler): Ilmu Administrasi Negara dan Program Studi Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis. Pada tanggal 8 oktober 2012 terbit keputusan mendikbud nomor: 352/E/2012, tentang Pembentukan program Studi Strata 1 (regular): Ilmu Hubungan Internasional.

Selanjutnya berdasarkan Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 2158A.2.1.2/KP/1997, tanggal 23 Januari 1997 diangkat Drs. M. Sofie Akrabi, M.A. Sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang pertama. Adapun masa kepemimpinan di FISIP Unila adalah:

- 1) Dekan Periode 1997-2000 : Drs. M. Sofie Akrabi, M.A.
- 2) Dekan Periode 2000-2004 : Prof. Dr. Bambang Sumitro, M.S.
- 3) Dekan Periode 2004-2008 : Drs. Hertanto, M.Si.
- 4) Dekan Periode 2008-2012 : Drs. Agus Hadiawan, M.Si.
- 5) Dekan Periode 2012-2016 : Drs. Agus Hadiawan, M.Si.
- 6) Dekan Periode 2016-2020 : Dr. Syarief Makhya, M.Si

#### **4.1.2 Filosofi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu dan Politik Universitas Lampung**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) berpedoman kepada Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional dan Peraturan-peraturan Pemerintah tentang Pendidikan Tinggi. FISIP Universitas Lampung dalam menyelenggarakan program-programnya berpedoman kepada Statuta Universitas Lampung, yang ditetapkan oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 182/O/2002 tanggal 21 Oktober 2002. Kebijakan Pendidikan Nasional yang bertujuan untuk meningkatkan ketertarikan dan kesepadanan antara pendidikan dan penelitian dengan perkembangan pembangunan nasional juga dijadikan sebagai arah. Acuan lain adalah isu-isu utama program pendidikan yang tertuang di dalam Kerangka Pendidikan Tinggi Jangka Panjang (KPTJP) III, sebagai pengejawantahan paradigm baru pendidikan tinggi di Indonesia.

Untuk melandasi kegiatan Tri Dharmanya, telah dirumuskan filosofi FISIP Universitas Lampung. Filosofi memberikan dasar pertimbangan dalam memilih alternatif, gerak, dan langkah yang berdasarkan kepada keyakinan dasar yang telah dicanangkan. Filosofi FISIP Universitas Lampung sebagai berikut:

- 1) Berorientasi kepada kepuasan pelanggan (*customer*)
- 2) Bertumpu pada organisasi dan manajemen yang professional
- 3) Berupa peningkatan kualitas secara berkelanjutan (*continouse quality improvement*)
- 4) Bekerja berdasarkan perencanaan top down – bottom up
- 5) Lingkungan kerja yang kondusif

### **4.1.3 Visi, Misi dan Tujuan FISIP Universitas Lampung**

#### **4.1.3.1 Visi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Lampung**

Visi, misi, tujuan dan sasaran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung merupakan perwujudan Visi Unila di bidang Ilmu Sosial. Mekanisme penyusunan visi, misi, tujuan dan sasaran melibatkan seluruh unsure pengelola (Dekan dan jajarannya, Kepala/sub. Bagian Administrasi), Jurusan, Program Studi, dosen, tenaga kependidikan, mahasiswa, alumni dan pemangku kepentingan lainnya. Rumusan visi misi didasarkan pada analisis kekuatan (*strengths*), dan kelemahan (*weaknesses*), yang dimiliki unit pengelola tantangan (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang dihadapi baik dari sumber-sumber internal maupun eksternal. Melalui proses penyusunan yang melibatkan seluruh unsur pemangku kepentingan (*stake holder*) ini diharapkan visi dan misi, tujuan dan sasaran yang disusun dapat dipahami, dihayati dan menjadi semangat penggerak bersama dalam mencapai cita-cita masa depan yang telah dirumuskan dalam visi dan misi.

Pencapaian visi dan misi tersebut selalu dipantau dan dievaluasi secara berkala sehingga dapat dilakukan penajaman program kegiatan dalam rangka menjamin pencapaian visi dan misi tersebut. Program dan kegiatan yang merupakan penjabaran dari visi dan misi disusun dalam bentuk program/kegiatan jangka panjang dan jangka pendek. Penyusunan program dan kegiatan ini dilakukan melalui forum rapat kerja yang melibatkan unsure pimpinan baik akademik maupun administrasi.



FISIP Universitas Lampung menetapkan visi sebagai berikut: “Pada Tahun 2025, terwujudnya FISIP Unila menjadi Lembaga Pendidikan dan Pusat Pengembangan Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Sepuluh Terbaik di Indonesia”. Visi FISIP Unila tersebut menggambarkan cita-cita atau keadaan yang diharapkan dimasa yang akan datang, yaitu pada tahun 2025. Jadi visi fakultas telah dinyatakan dengan jelas, sangat realistis dan dapat dicapai secara bertahap dalam bentuk program baik jangka pendek maupun jangka panjang.

#### **4.1.3.2 Misi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Lampung**

Adapun Misi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung:

- 1) Menyelenggarakan pendidikan di bidang ilmu sosial dan politik dalam rangka menghasilkan lulusan yang menguasai ipteks, berintegritas tinggi dan berdaya saing baik di tingkat lokal, nasional maupun internasional.
- 2) Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan di bidang ilmu sosial dan politik untuk mendukung pendidikan dan pengabdian pada masyarakat.
- 3) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat berbasis kearifan local untuk mendukung masyarakat madani yang harmonis dan sejahtera.
- 4) Menyelenggarakan organisasi dan tata kelola yang baik yang berorientasi pada mutu dan kemampuan bersaing.
- 5) Menyelenggarakan kerjasama dengan *skateholders* ditingkat local, nasional, dan internasional.

#### **4.1.3.3 Tujuan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Lampung**

Tujuan penyelenggaraan Tri Darma Perguruan Tinggi di FISIP Unila adalah:

- 1) Menghasilkan lulusan yang mampu mengembangkan ipteks di bidang ilmu sosial dan politik dan memiliki kepekaan terhadap masalah-masalah sosial dan politik baik pada tingkat local, nasional maupun internasional.
- 2) Menghasilkan penelitian di bidang ilmu sosial dan politik untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat yang menjadi rujukan pada tingkat local, nasional dan internasional.
- 3) Menghasilkan pengabdian masyarakat yang mendorong masyarakat madani yang harmonis dan sejahtera.
- 4) Mewujudkan fakultas dengan tata kelola yang baik, bermutudan berdayasaing.
- 5) Menghasilkan *memorandum of understanding (MOU)* sebagai acuan kerjasama berkesinambungan dan yang saling menguntungkan.

#### 4.2. Gambaran Umum Ini Talkshow di NET Tv



Gambar 2. INI Talkshow di NET Tv

“Ini Talkshow” adalah sebuah program komedi yang dikemas dengan gaya *talkshow* dengan bincang bersama bintang tamu. Dipandu oleh dua orang komedian Indonesia bernama Sule dan Andre. Sule sebagai *Host*, sedangkan Andre sebagai Consultant Host (*Co-Host*). Namun, sesekali *Co-Host* terkadang dapat berganti peran.

Ini Talkshow adalah acara *talkshow*/gelar wicara yang dikemas dengan suasana santai. Membahas persoalan hangat yang ada di masyarakat dengan cara sederhana. Di acara ini juga akan memperlihatkan suasana rumah dan karakter-karakter yang ada di rumah tersebut. Di dalam acara ini, pemain-pemain juga bermain peran atau berakting sekaligus menanyakan bintang tamu dan persoalan di masyarakat. Acara ini merupakan garapan konsep dari acara *Comedy Nights with Kapil* yang ditayangkan di Colors, saluran TV di India.

Ini Talkshow memiliki izin dari produksi *Comedy Nights with Kapil* untuk ditayangkan. Ini Talkshow tayang setiap Senin-Jumat, dengan tayang secara langsung/*live* setiap Selasa-Jum'at dengan durasi waktu 90 menit menjadi 120 menit. Konsep dan syuting acara itu dimulai pada tanggal 23 Maret 2014 dan mengudara mulai tanggal 29 Maret 2014, maka dari itu tanggal 29 Maret dijadikan hari lahir Ini Talkshow di NET hingga sekarang. Sejak tanggal 11 Januari 2016, program ini menggunakan set panggung yang baru.

Tabel 4. Struktur Organisasi Ini Talkshow

<b>PENGARAH PRODUKSI</b>	Wishnutama
<b>VICE PRODUCTION</b>	Roan Y. Anprira
<b>ASSISTANT VICE PRODUCTION</b>	Eddo Wicaksono
<b>EXECUTIVE PRODUCER</b>	Nur Asfin Mardini
<b>PRODUCER (USER)</b>	Kiki
<b>PRODUCTION ASSISTANT</b>	Iqbal Firmansyah Fadilah Nurazas Ramadhan Pramita Tan
<b>CREATIVE TEAM</b>	Nita Halimah Azis Muslim Nadia Calista Doddy Haryanto Fella Diah Putri Nadia Pradita Annisa Ruki Diana Diba
<b>PROPERTY CREW</b>	Dede
<b>UNIT TALENT</b>	Elita
<b>HOST CO HOST CAST</b>	FERDINAN SULE ANDRE TAULANY MAYA SEBAGAI ART NUNUNG SEBAGAI IBU KANTIN ADUL SEBAGAI SATPAM BOLOT SEBAGAI PAK RT SASWI SEBAGAI PAMAN SULE YUJENG SEBAGAI PEMANDU PENONTON

*Sumber :Arsip NET*

### 4.3. Gambaran umum *double cast* Ini Talkshow

Tak hanya peran yang diatas saja yang dilakukan oleh para *cast* atau pemain Ini Talkshow di NET Tv. Ada peran ganda bahkan lebih yang disebut dengan *double cast* yang selalu dimainkan oleh para pemain Ini Talkshow di NET Tv. Double cast penyebutan untuk para *cast* yang memainkan lebih dari satu peran tersebut.

Mereka suka memparodikan tokoh yang diperankan seperti tokoh aslinya. Dari penampilannya, gaya bicaranya, sampai *gesture* tubuhnya. Contohnya, Sule yang seharusnya menjadi *Host* tiba-tiba berubah menjadi seorang yang meniru sosok Limbad pada segmen berikutnya.

Atau yang lebih sering Andre yang menjadi *Co-Host* tiba-tiba di segmen berikutnya menjadi sosok meniru Mario Teguh, Kak Seto, dan lain lain. Tak hanya Sule dan Andre, bahkan semua pemain sering memainkan *double cast* ini. Seperti Maya Septha, Pak Bolot, Saswi, bahkan Adul dan Nunung yang pernah menjadi sosok kartun *Marsha and the Bear*.

Biasanya, peran-peran yang dimainkan pada *double cast* ini adalah tokoh atau peran yang sudah pasti terkenal atau sedang terkenal dan memiliki ciri khas tersendiri. Seperti Michael Jackson, Dr Boyke, Mario Teguh, Kak Seto, Ahmad Dhani, Melly Goeslow, Ariel Noah, Syahrini, dan masih banyak lagi.



Gambar 3. Andre memerankan Mario Teguh



Gambar 4. Sule memerankan Kakek



Gambar 5. Andre sebagai Penyanyi asal Jepang bernama Pico Taro



Gambar 6. Nunung dan Adul memerankan tokoh penjahat  
*Sumber: Youtube/IniTalkshow NET Tv*

## **BAB VI**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Simpulan**

Berdasarkan pembahasan yang telah disajikan sebelumnya, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Besarnya pengaruh yang positif antara konten *double cast* dalam Ini Talkshow di NET Tv terhadap tingkat kepuasan penonton pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung yaitu sebesar 55,1% dan sisanya sebesar 44,9% dipengaruhi oleh faktor lain.
2. Berdasarkan hasil tabel tunggal tiap pertanyaan (X) *double cast* dalam Ini Talkshow terdapat hasil paling tinggi bahwa hampir semua audiens mengenal *double cast* yang ada dalam Ini Talkshow, dan terdapat hasil paling rendah terletak pada pertanyaan nomor 10 dan 11 tentang pemahaman alur jalan cerita *double cast*. Sedangkan untuk hasil tabel tunggal pernyataan (Y) tingkat kepuasan didapatkan bahwa pernyataan paling tinggi terletak pada pernyataan nomor 16 tabel 28 yaitu tingkat pemberian hiburan kepada penonton. Lalu yang paling rendah terletak pada pernyataan nomor 19 tabel 31 yaitu pernyataan bahwa penonton kurang merasa kecanduan dan ketagihan setelah menonton Ini Talkshow di NET Tv.



3. Hasil kuisioner dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian lebih kebutuhan penonton telah terpenuhi oleh *double cast* dalam Ini Talkshow di NET Tv maka kepuasan penonton telah tercapai. Hal ini diperkuat dengan adanya hasil analisis statistik regresi linear sederhana yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh *double cast* dalam Ini Talkshow di NET Tv secara simultan dan secara signifikan dengan arah korelasi positif (+) sebesar 55,1% terhadap tingkat kepuasan penonton.

## 6.2 Saran

Sehubungan dengan kesimpulan penelitian ini, penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Dari hasil analisa tabel tunggal pada tiap pertanyaan didapat yang paling rendah mengenai pemahaman penonton tentang alur atau jalan cerita *double cast*. Hendaknya jajaran produksi Ini Talkshow di NET Tv lebih menyesuaikan lagi untuk pemilihan karakter tokoh yang akan diperankan oleh para pemain agar mudah dipahami atau dengan alur cerita. Sehingga dapat memberikan bukan hanya manfaat hiburan tetapi mungkin manfaat lainnya dalam penokohan yang diperankan oleh *double cast* itu sendiri. Diharapkan, tim kreatif Ini Talkshow di NET Tv lebih meningkatkan inovasinya lagi dalam mengemas penokohan *double cast* yang menjadi kunci utama dalam program acara nomor satu di NET Tv tersebut.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dikembangkan bagi lingkup jurusan ilmu komunikasi agar lebih banyak lagi yang mengkaji penelitian tentang penokohan dalam sebuah tayangan.

3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti lain dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan tingkat kepuasan dalam sebuah tayangan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Eva. 2010. *Broadcasting To Be Broadcaster*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Fachruddin, Andi. 2012. *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*. Jakarta : Penerbit Andi
- Hadi, Sutrisno,. 1999. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung. CV Alfabeta
- Kriyantono, Rahmat. 2007. *Teknik Praktis, Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- Latief, Rusman dam Utud Yusitia. 2015. *Siaran Televisi Non-Drama*. Rawamangun, Jakarta : Kencana Prenadamedia Group
- McQuail, Dennis. 1987. *Teori Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Jakarta : Erlangga
- Mufid, Muhamad. 2005. *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*. Jakarta : Kencana.
- Nursih Wahyuni, Isti. 2014. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Nurudin. 2015. *Pengantar Komunikasi Massa*. Depok : RajaGrafindo Persada.
- Pane, Teddy Resmisari. 2004. *Speak Out: Panduan Praktis dan Jitu Memasuki Dunia Broadcasting dan Public Speaking*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Rakhmad, Jalaludin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi : Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Rakhmad, Jalaludin. 1998. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosda Karya
- Santoso, Edi dan Setiansah, Mite. 2012. *Teori Komunikasi*, edisi pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Singarimbun, M. 1981. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3ES

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: AFABETA, cv

**Sumber Lain:**

**Internet:**

<http://www.netmedia.co.id/about#>

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/17377>

[http://repository.upi.edu/4020/6/S\\_GEO\\_0901714\\_Chapter3.pdf](http://repository.upi.edu/4020/6/S_GEO_0901714_Chapter3.pdf)

**Skripsi:**

Riesta A, Wuri Sakti. 2016. *Pengaruh Program Acara Tetangga Masa Gitu di NET. Terhadap Tingkat Kepuasan Penonton.*