

**TINGKAT KEPUASAN PENONTON SIARAN
INDONESIA LAWYERS CLUB DI TVONE UNTUK
KALANGAN MAHASISWA HUKUM UNIVERSITAS
SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

Oleh:

NADYA PUTRI DEWANTI

NPM: 1503110082

Program Studi Ilmu Komunikasi



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

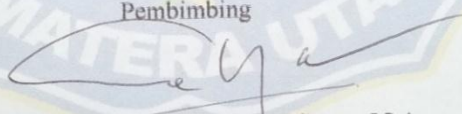
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

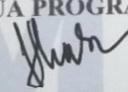
Nama Lengkap : **NADYA PUTRI DEWANTI**
NPM : 1503110082
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : **TINGKAT KEPUASAN PENONTON SIARAN
INDONESIA LAWYERS CLUB DI TV ONE
UNTUK KALANGAN MAHASISWA HUKUM
USU**

Medan, 13 Maret 2019

Pembimbing

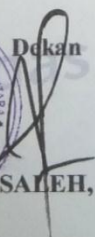

CORRY NOVRICA SINAGA, S.sos., M.A

Disetujui Oleh

KETUA PROGRAM STUDI

NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M. I.Kom

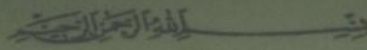


Dekan


Dr. ARIEF SALEH, S.Sos., M.SP

Unggu | Terpercaya

PENGESAHAN



Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera
Utara oleh:

Nama Lengkap : NADYA PUTRI DEWANTI
N P M : 1503110082
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Rabu, 13 Maret 2019
Waktu : Pukul 07.45 WIB s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.LKom (.....)

PENGUJI II : AKHYAR ANSHORI, S.SOS, M.LKom (.....)

PENGUJI III : CORRY NOVRICA SINAGA, S.sos., M.A (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua,

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP



Sekretaris

Drs. ZULFAIMI, M.LKom

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, Nadya Putri Dewanti, NPM 1503110082, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiator, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh keserjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar keserjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.



Medan, 22 Maret 2019

Yang menyatakan,

Nadya Putri Dewanti

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan kekuatan Rahmat dan Karunia Nya serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul Tingkat Kepuasan Penonton Siaran Indonesia Lawyers Club di TvOne Untuk Kalangan Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara tepat pada waktu yang telah ditentukan.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti banyak mendapat bimbingan, nasehat serta dukungan dari banyak pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang tua tercinta, Deddy Harfian Soelthan SE., Desmawaty, dan Syari Erzan terima kasih atas segala doa, dukungan, baik moral maupun materil, serta kasih sayang yang tidak pernah hentinya mengiringi peneliti dan kepada kakak Melvia Kharisma Dewanty dan adik Thania Nabila Yudhar. Oleh karena itu dalam kesempatan ini peneliti juga dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan Bapak Drs. Zulfahmi, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I, Bapak Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan III.

3. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan juga selaku Dosen Penasehan Akademik, Bapak Akhyar Anshori, S.Sos.,M.I.Kom selaku sekertaris Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Corry Novrica Sinaga, S.sos., M.A selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu memberikan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Elvita Yenn, S.S.,M.Hum. selaku Dosen Penguji dalam Seminar Proposal yang telah banyak memberikan masukan.
6. Ibu Asmawita AM, Lc.,M.A.,Hj. Yang telah banyak memberi masukan pada penulis.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara .
8. Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara yang telah memberi izin penulis untuk melakukan penelitian.
9. Saudara penulis yaitu Rivki Fathin dan teman-teman yang telah banyak membantu dalam penelitian.
10. Kepada teman-teman seperjuangan dan seperbimbingan Firda, Nofri, Riza, Indah, dan kanuy.
11. Kepada Asti Febriani dan Anggi Chairia yang telah banyak membantu dan selalu ada untuk penulis.
12. Teman-teman penulis yang tergabung dalam grup “Ciwi-ciwi GoHijrah” yang telah menyemangati dan mendokan.

13. Kepada seluruh keluarga besar Go Hijrah.
14. Kepada teman-teman kelas IKO A Sore dan IKO E Broadcasting Sore dan seluruh keluarga besar Ilmu Komunikasi 2015 FISIP UMSU
15. Dan pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari berbagai kelemahan dan kekurangan dalam penelitian ini, untuk itu diharapkan saran dan kritik untuk perbaikan atas kekurangan dalam penelitian ini. Demikian sebagai kata pengantar, mudah-mudahan penelitian ini bermanfaat menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi semua pihak. Mohon maaf segala kekurangan, penulis ucapkan Terima Kasih.

Medan, Maret 2019

Penulis,

Nadya Putri Dewanti

Tingkat Kepuasan Penonton Siaran Lawyers Club di Tv One untuk Kalangan Mahasiswa Hukum Universitas Sumatera Utara

Nadya Putri Dewanti

1503110082

Abstrak

Pada saat ini penyampaian informasi yang paling efektif adalah media massa, salah satunya adalah televisi yang memiliki banyak penonton setianya. Dari televisi semua orang dapat mendapatkan kepuasan yang diinginkannya, baik itu kepuasan dalam hal hiburan, informasi, identitas pribadi hingga interaksi dan integrasi sosial. Pada saat ini banyak stasiun televisi yang menyiarkan program siaran yang membahas hal hukum dan politik. *Indonesia Lawyers Club* adalah salah satu program siaran yang kental akan pembahasan hukum serta politik dan sangat banyak digemari oleh masyarakat Indonesia, salah satunya pada kalangan mahasiswa hukum. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan penonton siaran *Indonesia Lawyers Club* pada kalangan mahasiswa hukum Universitas Sumatera Utara. Dengan menggunakan metode survei dimana data diperoleh dengan penyebaran angket kepada para responden, yaitu mahasiswa fakultas hukum Universitas Sumatera Utara angkatan 2016. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini berupa rangkaian hasil angket yang telah disebarkan kepada para responden. Angket atau kuesioner dari penelitian ini menggunakan uji validitas dan teruji valid dikarenakan nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, dengan r_{tabel} 0,278 dan signifikansi 1%. Kuesioner dari penelitian ini juga menggunakan uji reliabilitas dan teruji reliabel karena nilai *Corunbach Alpha (a)* >0,60. Seluruh hasil dari hasil kuesioner, uji validitas, dan reliabilitas disajikan dengan teknik analisis data tabel tunggal dan dilengkapi dengan diagram balok. Maka hasil dari penelitian ini adalah tingkat kepuasan yang sangat tinggi dari pada mahasiswa fakultas hukum Universitas Sumatera Utara angkatan 2016 adalah tingkat kepuasan informasi.

Kata Kunci: Kepuasan, *Indonesia Lawyers Club* dan mahasiswa hukum.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAKSI	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR DIAGRAM	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan masalah.....	4
1.3. Pembatasan masalah.....	5
1.4. Tujuan penelitian.....	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	5
1.6. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II URAIAN TEORITIS	7
2.1. Komunikasi	7
2.1.1. Pengertian Komunikasi.....	7
2.1.2. Fungsi Komunikasi	7
2.1.3. Tujuan Komunikasi.....	8
2.1.4. Proses Komunikasi.....	8
2.2. Komunikasi Massa	9
2.2.1. Pengertian Komunikasi Massa.....	9
2.2.2. Fungsi Komunikasi Massa	10
2.2.3. Ciri-ciri Komunikasi Massa	14

2.3.	Uses and Gratification.....	17
2.4.	Televisi.....	23
2.4.1.	Pengertian dan Sejarah Televisi di Indonesia.....	23
2.4.2.	Karakteristik Televisi.....	24
2.4.3.	Program Siaran Televisi.....	25
2.5.	Talkshow.....	26
2.5.1.	Pengertian Talkshow.....	26
2.5.2.	Jenis-jenis Talkshow.....	28
2.6.	Program Indonesia Lawyers Club.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....		32
3.1.	Jenis Penelitian.....	32
3.2.	Kerangka Konsep.....	32
3.3.	Definisi Konsep.....	33
3.4.	Definisi Operasional.....	35
3.5.	Populasi dan Sampel.....	36
3.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.7.	Teknik Analisis Data.....	38
3.8.	Lokasi Penelitian.....	39
3.9.	Deskripsi Ringkas Objek Penelitian.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1.	Penyajian Data.....	40
4.2.	Hasil Penelitian.....	40
4.2.1.	Hasil penelitian berdasarkan kepuasan.....	56
4.2.2.	Uji Validitas.....	61

4.2.3. Uji Reliabilitas	64
4.3. Pembahasan.....	66
BAB V PENUTUP.....	69
5.1. Simpulan.....	69
5.2. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	35
Tabel 4.1	40
Tabel 4.2	41
Tabel 4.3	42
Tabel 4.4	43
Tabel 4.5	44
Tabel 4.6	45
Tabel 4.7	46
Tabel 4.8	47
Tabel 4.9	48
Tabel 4.10	49
Tabel 4.11	50
Tabel 4.12	51
Tabel 4.13	52
Tabel 4.14	53
Tabel 4.15	54
Tabel 4.16	55
Tabel 4.17	56
Tabel 4.18	57
Tabel 4.19	58
Tabel 4.20	59
Tabel 4.21	60
Tabel 4.22	62

Tabel 4.23	62
Tabel 4.24	63
Tabel 4.25	63
Tabel 4.26	64
Tabel 4.27	64
Tabel 4.28	65
Tabel 4.29	65
Tabel 4.30	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1.	33
------------------	----

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1.....	41
Diagram 4.2	42
Diagram 4.3	43
Diagram 4.4	44
Diagram 4.5	45
Diagram 4.6	46
Diagram 4.7	47
Diagram 4.8	48
Diagram 4.9	49
Diagram 4.10.....	50
Diagram 4.11.....	51
Diagram 4.12.....	52
Diagram 4.13.....	53
Diagram 4.14.....	54
Diagram 4.15.....	55
Diagram 4.16.....	56
Diagram 4.17	57
Diagram 4.18.....	58
Diagram 4.19.....	59

Diagram 4.20.....	60
-------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kini televisi berkembang pesat sejalan dengan perkembangan zaman. Tidak sedikit pesan-pesan yang terkandung di dalam siaran televisi dapat menyebabkan perubahan dalam pola pikir, sikap dan perilaku masyarakat. Televisi merupakan alat penyalur informasi yang besar pengaruhnya dalam konteks kehidupan sosial bermasyarakat. Tanpa melihat latar belakang, usia, pendidikan, status sosial, kepercayaan, serta paham golongan yang berbeda-beda. Televisi dapat membuat orang puas, senang, sedih, marah, gembira yang semuanya merupakan hal yang wajar karena sifat - sifat manusia yang berbeda-beda.

Banyak stasiun televisi menawarkan program siaran yang menghadirkan beberapa tokoh serta mengupas berbagai fenomena mengenai hukum dan politik hangat yang menjadi permasalahan di Indonesia. Salah satunya adalah TvOne yang memiliki program unggulan *Indonesia Lawyers Club* atau sering di kenal dengan ILC. Indonesia Lawyers Club adalah sebuah program *talkshow* yang dikemas secara interaktif dan apik untuk memberikan pembelajaran hukum bagi para pemirsanya. Program ini memiliki salah satu kekuatan utama yang terletak pada Karni Ilyas sebagai pembawa acara sekaligus wartawan senior yang memiliki latar belakang sebagai sarjana hukum serta didukung oleh kehadiran para narasumber seperti para pakar, pengamat, dosen, mahasiswa, bahkan pejabat yang terkait dalam topik yang dibahas.

Program Indonesia Lawyers Club merupakan salah satu program siaran unggulan TvOne yang mengedepankan pembahasan masalah-masalah hukum dan politik di Indonesia. Setiap episode program ini membahas isu panas hukum dan politik yang sedang berkembang di Indonesia, seperti isu kasus korupsi, permasalahan partai politik, isu pemerintahan dan terkadang juga membahas isu yang lebih umum seperti *human interest*. Dalam program siaran ini, narasumber bebas mengungkapkan pemikirannya ataupun pendapat mengenai permasalahan yang sedang dibahas. Pendapat yang dikemukakan para narasumber tidak selalu sama atau tidak terpaku pada satu pemikiran saja. Tidak jarang dikarenakan perbedaan pendapat membuat terjadinya perdebatan yang cukup sengit antara para narasumber. Program ini memiliki model *brainstorming* untuk pemetaan opini terhadap setiap episodenya. Tidak ada kesimpulan dari acara ini melainkan para pemirsanya dibiarkan untuk menyimpulkan sendiri dari sudut mana mereka mengambil kesimpulan.

Fokus program ini menarik, karena pada dasarnya program ini berkaitan erat dengan kesadaran hukum dan pengetahuan hukum. Sehubungan dengan konten program *Indonesia Lawyers Club* yang berfokus pada pendekatan hukum untuk membahas sebuah isu, penulis melihat bahwa program ini bersifat umum, dan salah satu targetnya adalah kaum mahasiswa. Di satu sisi, mahasiswa merupakan peserta didik, dimana mahasiswa diharapkan bisa menjadi birokrat, teknokrat, pengusaha dan berbagai profesi lainnya. Di sisi lain, mahasiswa juga dituntut untuk memiliki sikap kritis dan berperan dalam melakukan kontrol sosial terhadap penyimpangan yang terjadi di masyarakat.

Sebuah tayangan televisi dapat menghasilkan dampak yang dirasakan langsung oleh khalayak. Seperti halnya dampak yang dirasakan langsung oleh mahasiswa Fakultas Hukum setelah menyaksikan tayangan program Indonesia Lawyers Club, maka selain pengetahuan hukumnya bertambah, mahasiswa juga akan mempunyai kecenderungan dalam menyikapi permasalahan hukum di Indonesia. Mahasiswa Fakultas Hukum merupakan mahasiswa yang dididik dan dibentuk untuk menjadi penegak hukum serta selalu bersikap kritis ketika menyikapi permasalahan-permasalahan hukum yang terjadi di Indonesia. Bukan hanya teori yang mereka dapatkan dibangku kuliah tetapi pengamalan dari pengetahuannya akan hukum sudah pasti harus diterapkan di kehidupan bermasyarakat.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk meneliti mengenai Tingkat Kepuasan Penonton Siaran Indonesia Lawyers Club di TvOne untuk Kalangan Mahasiswa Hukum Universitas Sumatera Utara dan memilih mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara angkatan 2016 sebagai objek penelitian. Dikarena dari observasi pra penelitian yang penulis lakukan dengan beberapa mahasiswa Fakultas Hukum USU angkatan 2016, mayoritas sering menonton program acara Indonesia Lawyers Club di TvOne bahkan ada yang menjadikan acara ILC tersebut sebagai acara favorit dan media informasi untuk mengetahui permasalahan hukum di Indonesia serta keritisan para pakar hukum dalam menyikapi masalah hukum yang terjadi. Tidak jarang beberapa dosen menjadikan topik yang telah dibahas di program acara Indonesia Lawyers Club sebagai bahan diskusi di kelas.

Menurut beberapa mahasiswa Fakultas Hukum USU program acara ILC banyak memberikan wawasan seputar hukum dan cara berbicara didepan publik sesuai dengan etika profesi hukum. Namun ada juga yang beranggapan bahwasannya program acara ILC juga memiliki hal negatif seperti secara tidak langsung mencerminkan kebobrokan hukum dalam sistematika hukum di Indonesia sehingga masyarakat beranggapan bahwa hukum di Indonesia sudah tidak dapat di percaya. Selain itu para mahasiswa Fakultas Hukum USU angkatan 2016 juga sudah mempelajari berbagai ilmu hukum, dari hukum adat hingga hukum tata negara sehingga dapat diartikan para mahasiswa Fakultas Hukum ini mengerti dengan sebagian besar pembahasan di berbagai episode program *Indonesia Lawyers Club*. Hal ini yang menjadikan penulis tertarik untuk menjadikan mahasiswa Fakultas Hukum angkatan 2016 sebagai sampel dalam penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan para mahasiswa terhadap program acara *Indonesia Lawyers Club* di TvOne . Dengan pendekatan kuantitatif metode survei dengan menggunakan teori *Uses and Gratification* dan menjadikan mahasiswa Fakultas Hukum USU angkatan 2016 sebagai sampel penelitian.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti membuat rumusan masalah yaitu bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa Fakultas Hukum USU angkatan 2016 terhadap program siaran *Indonesia Lawyers Club*?

1.3. Pembatasan Masalah

Untuk mempermudah dan mempersempit ruang lingkup masalah maka penulis merasa perlu untuk membuat pembatasan masalah agar menjadi lebih jelas. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah penulis fokus untuk meneliti bagaimana tingkat kepuasan penonton *Indonesia Laywers Club* di TvOne hanya untuk kalangan mahasiswa Fakultas Hukum USU angkatan 2016 dari pertengahan bulan Januari yaitu pada tanggal 15 hingga pertengahan Februari yaitu pada tanggal 12 Februari tahun 2019.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dilakukannya penelitian ini adalah Untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa Fakultas Hukum USU angkatan 2016 pada program acara *Indonesia Lawyers Club* ?

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini ada dua, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis, diantaranya sebagai berikut:

- a. Manfaat teoritis, melalui penelitian ini diharapkan dapat menambahkan aspek keilmuan penulis dalam bidang ilmu sosial khususnya komunikasi. Serta memahami fenomena atau gejala sosial yang berhubungan dengan konsep-konsep dan teori dalam ilmu komunikasi, khususnya ilmu komunikasi dalam bidang penyiaran.
- b. Manfaat praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi stasiun televisi TvOne untuk program acara *talk show* dengan tayangan

Indonesia Lawyers Club dalam meningkatkan kualitas. Serta diharapkan hasil penelitian ini bisa menjadi referensi penelitian bagi mahasiswa yang lain.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari beberapa sub bab dengan uraian masing-masing dengan substansi sebagai berikut: latar belakang masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Bab ini menjelaskan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Bab ini menguraikan tentang pengertian komunikasi, komunikasi massa, uses and gratification, televisi dan talk show.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini mengungkapkan rencana penelitian, proses penelitian, populasi penelitian dan sampel, kerangka konsep, definisi konsep, definisi operasional, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi penelitian dan deskripsi ringkas objek penelitian.

BAB VI : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian dan pembahasan tentang tingkat kepuasan mahasiswa fakultas hukum USU angkatan 2016 terhadap program siaran *Indonesia Lawyers Club*

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Komunikasi

2.1.1. Pengertian Komunikasi

Menurut Mulyana, kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris, berasal dari bahasa lain *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*take make common*). Istilah pertama (*communi*) paling sering disebut sebagai kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip (2011:46). Onong Uchjana mengatakan komunikasi sebagai proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran, atau perasaan oleh seorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa merupakan keyakinan, kepastian keraguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati (Bungin, 2013:31).

2.1.2. Fungsi Komunikasi

Menurut Harold D. Laswell (Cangara, 2004: 2) ada tiga fungsi dasar komunikasi yang menjadi penyebab mengapa manusia perlu berkomunikasi, yaitu pertama, hasrat manusia untuk mengontrol lingkungannya. Melalui komunikasi manusia dapat mengetahui suatu kejadian atau peristiwa. Kedua, upaya manusia untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya. Ketiga, upaya untuk melakukan transformasi warisan sosialisasi. Sedangkan menurut Onong Uchjana Efendy

(2003: 55) fungsi komunikasi terbagi atas empat yaitu, menginformasikan (to inform), mendidik (to educate), menghibur (to entertain), mempengaruhi (to influence).

2.1.3. Tujuan Komunikasi

Komunikasi adalah proses dimana individu berhubungan dengan orang lain, seperti didalam kelompok, organisasi, dan masyarakat. Hubungan ini bertujuan untuk menciptakan dan menggunakan informasi yang bersumber dari lingkungan itu demi memahami kemanusiaan bersama (Liliweri,2011:126). Menurut Stanton 1982, ada sekurang-kurangnya lima tujuan komunikasi manusia (Liliweri,2011:128) yaitu:

- a. Mempengaruhi orang lain
- b. Membangun atau mengelola relasi antar personal
- c. Menentukan perbedaan jenis pengetahuan
- d. Membantu orang lain
- e. Bermain dan bergurau.

2.1.4. Proses Komunikasi

Onong Uchjana Effendy (2003: 33-39) mengemukakan proses komunikasi terbagi dalam dua tahap, yakni :

1. Proses komunikasi secara primer

Merupakan proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang (simbol) sebagai media atau saluran. Lambang ini umumnya bahasa, tetapi dalam situasi-situasi

komunikasi tertentu, lambang-lambang yang digunakan dapat berupa kiat (gesture), yakni gerak anggota tubuh, gambar, warna, dan lain sebagainya.

3. Proses komunikasi secara sekunder

Merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

2.2. Komunikasi Massa

2.2.1. Pengertian Komunikasi Massa

Menurut Nurudin (2014:2) komunikasi massa adalah studi ilmiah tentang media massa beserta pesan yang dihasilkan, pembaca/pendengar/penonton yang akan coba diraihnya, dan efeknya terhadap mereka. Penelitian komunikasi yang pernah dilakukan tidak selalu memusatkan perhatiannya pada metode ilmiah. Komunikasi massa mempunyai titik terang dan bahasan tersendiri. Misalnya, Wilbur Schramm (1958) dalam bukunya *introduction of Mass Communication Reserch* menunjukkan beberapa penelitian yang dilakukan pada 1920-an dan 1930-an memutuskan perhatiannya pada analisis sejarah surat kabar dan majalah atau deskripsi interpretasi pesan media. Bahkan dalam jurnal ilmiah tertua komunikasi *journalism Quarterly* dikemukakan bahwa wilayah kajian jurnalistik dan komunikasi massa bisa ditekankan pada sejarah, hukum, dan analisis isi media.

Banyak definisi tentang komunikasi massa yang telah dikemukakan para ahli komunikasi. Namun, dari sekian banyak definisi itu ada benang merah kesamaan definisi satu dengan yang lainnya. Pada dasarnya komunikasi massa

adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Dikarenakan awal perkembangannya, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Media massa menunjukkan pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa.

Sering terjadi kerancuan di masyarakat tentang massa dalam komunikasi masaa dan massa dalam artian umum. Massa dalam arti komunikasi massa lebih menunjukkan pada penerimaan pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain, masa yang dalam sikap dan prilakunya berkaitan dengan peran media massa. Oleh karena itu massa disini menunjukkan pada khalayak, *audience*, penonton, pemirsa atau pembaca. Dari sekian banyak definisi bisa dikatakan media massa bentuknya antara lain media elektronik (televisi dan radio), media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), buku, dan film. Dalam perkembangan komunikasi masa yang sudah sangat modern ada satu perkembangan tentang media massa, yakni ditemukannya internet.

2.2.2. Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Nurudin (2014:65) Sejalan dengan tingkat perkembangan masyarakat dan teknologi komunikasi, fungsi komunikasi dalam perspektif kritis ialah sebagai berikut:

1. Informasi

Fungsi informasi merupakan fungsi paling penting yang terdapat dalam komunikasi massa. Komponen paling penting untuk mengetahui fungsi informasi

ini adalah berita-berita yang disajikan. Dalam beberapa hal memiliki fungsi memberikan informasi di samping fungsi-fungsi lain.

Dalam paradigma lama, buku termasuk dalam media komunikasi massa yang juga mempunyai fungsi informasi. Buku yang dimaksud tentu bukan sekedar buku fiksi, tetapi buku yang ditulis berdasarkan fakta-fakta pula. Sebab informasi yang dimaksud disini adalah informasi yang berdasarkan fakta. Alasannya, informasi yang tidak berdasarkan fakta sama dengan isu, kabar bohong, atau desas-desus.

2. Hiburan

Fungsi hiburan untuk media elektronik menduduki posisi paling tinggi dibandingkan dengan fungsi-fungsi yang lain. Dikarenakan masyarakat kita masih menjadikan televisi sebagai media hiburan bersama keluarga sehabis beraktifitas.

3. Persuasi

Fungsi persuasi komunikasi massa tidak kalah pentingnya dengan fungsi informasi dan hiburan. Banyak bentuk tulisan yang jika diperhatikan sekilas hanya berupa informasi, tetapi jika diperhatikan secara lebih jeli ternyata terdapat fungsi persuasi. Tulisan pada tajuk rencana, artikel, dan surat pembaca merupakan contoh tulisan persuasi. Banyak hal yang dibaca, didengar, dan dilihat khalayak penuh dengan kepentingan persuasif ini. Contohnya kampanye politik yang secara periodik menyita perhatian kita di media massa, hampir murni persuasif. Berita-berita yang berasal dari pemerintah pada suatu tingkatan mempunyai basis dasar propaganda yang bertujuan untuk mempengaruhi. Apa yang dilihat, didengar, dan dibaca khalayak di media didesain untuk mempengaruhinya.

4. Transmisi Budaya

Transmisi budaya merupakan kegiatan pengiriman atau penyebaran pesan dari generasi yang satu ke generasi yang lainnya. Transmisi budaya merupakan salah satu fungsi komunikasi massa yang paling luas, meskipun paling sedikit dibicarakan. Transmisi budaya mengambil tempat dalam dua tingkatan yaitu kontemporer dan historis. Media massa merupakan alat utama di dalam transmisi budaya pada kedua tingkatan tersebut. Di dalam tingkat kontemporer, media massa memperkuat konsensus nilai masyarakat, dengan selalu memperkenalkan bibit perubahan secara terus-menerus. Sedangkan secara historis, manusia tidak hanya dapat mengakumulasi pengalamannya, tetapi mereka telah membuktikan dapat menyortir dan menyaring di antara ingatan, membuang yang tidak dibutuhkannya.

5. Mendorong Kohesi Sosial

Kohesi yang dimaksud disini adalah penyatuan. Artinya, media massa mendorong masyarakat untuk bersatu. Dengan kata lain, media massa merangsang masyarakat untuk memikirkan dirinya bahwa bercerai-berai bukan keadaan yang baik bagi kehidupan mereka. Media massa yang memberikan arti pentingnya kerukunan hidup umat beragama, sama saja media massa itu mendorong kohesi sosial.

6. Pengawasan

Bagi Laswell dalam buku Pengantar Komunikasi Massa (2007:78) komunikasi massa mempunyai fungsi pengawasan. Artinya, menunjuk pada pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai kejadian-kejadian yang ada di sekitar kita. Fungsi pengawasan dibagi menjadi dua, yakni *warning or beware*

surveillance atau pengawasan peringatan dan *instrumental surveillance* atau pengawasan instrumental.

Sebuah berita tentang aktivitas gunung berapi misalnya, adalah salah satu pelaksanaan dari fungsi pengawasan peringatan yang dilakukan komunikasi massa melalui media massa. Kedua adalah pengawasan instrumental, yaitu penyebaran informasi yang berguna bagi masyarakat. Misalnya seperti informasi tentang produk-produk baru yang ada di pasaran dan berita tentang jadwal film akan di putar di bioskop.

7. Korelasi

Fungsi korelasi yang dimaksud disini adalah fungsi yang menghubungkan bagian-bagian dari masyarakat agar sesuai dengan lingkungannya. Erat kaitannya dengan fungsi ini adalah peran media massa sebagai penghubung antara berbagai komponen masyarakat. Sebuah berita yang disajikan oleh seorang reporter akan menghubungkan antara narasumber (salah satu unsur bagian masyarakat) dengan pembaca surat kabar (unsur bagian masyarakat lainnya). Antar unsur dalam masyarakat ini bisa saling berkomunikasi satu sama lain melalui media massa. Misalnya, masyarakat menginginkan agar pemerintahan dijalankan dengan prinsip-prinsip demokrasi yang benar. Banyak hal yang sudah dilakukan, baik melalui pernyataan sikap, unjuk rasa, maupun demonstrasi. Fakta-fakta yang dilakukan masyarakat ini disiarkan lewat media massa untuk ditunjukkan kepada khalayak yang lebih luas. Kemudian pemerintah membaca atau menonton aksi yang dilakukan masyarakat tersebut, dan pemerintah menanggapi . Dalam posisi ini

media massa menjadi penghubung (korelasi) antara masyarakat dengan pemerintahan.

8. Pewarisan Sosial

Dalam hal ini media massa berfungsi sebagai seorang pendidik, baik yang menyangkut pendidikan formal maupun informal yang mencoba meneruskan atau mewariskan suatu ilmu pengetahuan, nilai, norma, dan etika dari satu generasi ke generasi lainnya. Misalnya, suatu media cetak memberitakan ulang tahun bung Hatta (proklamator RI) dengan ulasan disertai ide-ide *brilian* wakil presiden pertama RI tersebut, media cetak tersebut sedang berfungsi mewarisi ide dan gagasan bung Hatta kepada generasi selanjutnya.

9. Melawan Kekuasaan dan Kekuatan Represif

Komunikasi massa berperan memberikan informasi, tetapi informasi yang diungkapkannya ternyata mempunyai motif-motif tertentu untuk melawan kekuasaan. Memang diakui media massa bisa berperan untuk memperkuat kekuasaan, tetapi bisa juga sebaliknya.

10. Menggugat Hubungan Trikotomi

Hubungan trikotomi adalah hubungan bertolak belakang antar tiga orang. Dalam kejadian komunikasi hubungan trikotomi melibatkan pemerintah, pers dan masyarakat. Ketiga pihak ini dianggap tidak pernah mencapai kesepakatan karena perbedaan kepentingan masing-masing pihak. Dikarenakan ketiganya mempunyai tuntutan yang berbeda satu sama lain ketika menghadapi suatu persoalan.

2.2.3. Ciri-ciri Komunikasi Massa

Ada beberapa ciri komunikasi massa menurut Nurudin (2014:31), yaitu:

1. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga

Dalam komunikasi massa, komunikator merupakan lembaga media massa itu sendiri. Artinya, komunikatornya bukan orang per orang seperti seorang wartawan. Wartawan adalah salah satu bagian dari suatu lembaga. Wartawan itu sendiri bukan seorang komunikator dalam komunikasi massa, Ia adalah orang yang sudah terinstitusikan/dilembagakan, artinya berbagai sikap dan perilaku wartawan sudah diatur dan harus tunduk pada sistem yang sudah diciptakan dalam saluran komunikasi massa tersebut.

2. Komunikasi dalam komunikasi massa bersifat heterogen

Komunikasi dalam komunikasi massa sifatnya heterogen/beragam. Artinya, penonton televisi beragam pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial, ekonomi, jabatan yang beragam, agama dan kepercayaan yang beragam pula. Namun, mereka adalah penonton televisi.

3. Pesannya bersifat umum

Pesan-pesan dalam komunikasi massa tidak ditujukan pada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu. Oleh karena itu, pesan-pesan yang dikemukakannya pun tidak boleh bersifat khusus. Contohnya televisi, karena televisi ditujukan untuk dinikmati oleh orang banyak, pesannya harus bersifat umum. Misalnya dalam pemilihan kata-kata, sebisa mungkin menggunakan kata-kata populer bukan kata-kata ilmiah. Sebab, kata ilmiah merupakan monopoli kelompok tertentu.

4. Komunikasinya berlangsung satu arah

Dalam media cetak seperti koran, komunikasi hanya berjalan satu arah. Para pembaca tidak bisa langsung memberikan respon kepada komunikatornya (media massa yang bersangkutan). Kalaupun bisa, sifatnya tertunda. Misalnya, kita mengirimkan ketidak setujuan pada berita itu melalui rubrik surat pembaca. Jadi, komunikasi yang hanya berjalan satu arah akan memberi konsekuensi umpan balik (*feedback*) yang sifatnya tertunda atau tidak langsung (*delayed feedback*).

5. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan

Serempak berarti khalayak bisa menikmati media massa tersebut hampir bersamaan. Keserempakan ini sangat terasa pada media komunikasi massa internet. Melalui perantara media ini, pesan akan lebih cepat disiarkan.

6. Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknik

Media massa sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan kepada khalayak sangat membutuhkan bantuan peralatan teknis. Peralatan teknis merupakan sebuah keniscayaan yang sangat dibutuhkan media massa. Tidak lain agar proses pemancar atau penyebaran pesannya bisa lebih cepat dan serentak kepada khalayak yang tersebar.

7. Komunikasi massa di kontrol oleh *gatekeeper*

Gatekeeper atau yang sering disebut penepis informasi/palang pintu/penjaga gawang, adalah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa. *Gatekeeper* berfungsi untuk menginterpretasikan pesan, menganalisis, menambah data, dan mengurangi pesan-pesannya. Intinya, *gatekeeper* merupakan pihak yang ikut menentukan pengemasan sebuah pesan

dari media massa. Semakin kompleks sistem media yang dimiliki, semakin banyak pula *gatekeeper* (pemalang pintu atau penampisan informasi) yang dilakukan. Bisa dikatakan, *gatekeeper* sangat menentukan berkualitas tidaknya informasi yang akan disebarkan. Baik buruknya dampak pesan yang disampaikannya pun tergantung pada fungsi penampisan informasi atau pemalangan pintu ini. Oleh karena itu, keberadaan *gatekeeper* menjadi keniscayaan dalam media massa dan menjadi salah satu cirinya.

2.3. Uses and Gratification

Herbert Blumer dan Elihu Katz adalah orang pertama yang mengenalkan teori ini. Teori *uses and gratifications* dikenal pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communications: current Perspectives in Gratification Research*. Teori 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 ini mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. Teori ini menekankan bahwa *audience* aktif untuk menentukan media mana yang harus dipilih untuk memuaskan kebutuhannya (Nurudin,2007:192).

Berdasarkan teori ini, masyarakat dipandang sebagai makhluk suprarasional dan sangat selektif (Rakhmat,2007:205). Katz, Blumler, Gurevitch merumuskan asumsi-asumsi dasar dari teori ini:

- a. Khalayak dianggap aktif, artinya sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
- b. Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media massa terletak pada anggota khalayak.
- c. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan.
- d. Banyak tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak, artinya orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.
- e. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan, sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

Menurut Philip Palmgreen dan J.D. Rayburn selaku ilmuwan komunikasi University of Kentucky dalam jurnal milik Lea Nathasa Linardi yang berjudul *Kepuasan Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Tayangan Stasiun Dangdut di JTV Teori Uses and Gratifications*, Kedua pakar ini memodifikasi teori dengan model *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* atau sering disingkat dengan GS dan GO. *Gratification Sought* adalah kepuasan yang diinginkan individu dalam menggunakan media tertentu.

Gratification Sought adalah motif yang mendorong seseorang mengkonsumsi media. *Gratification Sought* bisa juga diartikan sebagai alasan yang timbul dari sejumlah kebutuhan yang ingin dicapai individu pada suatu objek tertentu. Hal ini mendorong individu untuk menggunakan suatu media tertentu yang berkaitan dengan keinginan untuk mencari kepuasan atau kebutuhan tertentu. Dengan kata lain, pilihan individu atas penggunaan media didasari oleh motif pemenuhan sejumlah kebutuhannya. Motif dalam mengkonsumsi media antara satu individu dengan individu yang lainnya berbeda-beda. Jadi disini dapat disimpulkan bahwa *Gratification Sought* adalah terpenuhinya motif awal yang mendorong individu dalam menggunakan atau memilih media tertentu.

Ada banyak motif yang mendorong manusia untuk menggunakan televisi sebagai alat pemuas kebutuhannya. Kategori motif pengonsumsi media menurut McQuail (2011: 174) dikategorikan sebagai berikut:

Kategori motif mengkonsumsi media menurut McQuail (2011:174) ialah sebagai berikut :

1. Motif informasi; penggunaan dikaitkan memiliki motif informasi apabila mereka :
 - a. Dapat menggunakan berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat terdekat
 - b. Dapat mengetahui berbagai informasi mengenai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia.
 - c. Dapat mencari bimbingan mengenai masalah yang ada

- d. Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai pendapat
 - e. Dapat memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan
2. Motif identitas pribadi; pengguna dikatakan memiliki motif identitas pribadi apabila mereka :
- a. Dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi sendiri
 - b. Dapat mengidentifikasikan diri dengan nilai-nilai lain dalam media
 - c. Memperoleh nilai
3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial; pengguna dikatakan memiliki motif integrasi dan interaksi sosial apabila mereka:
- a. Memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial
 - b. Dapat menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang lain di sekitarnya
 - c. Dapat menjalankan peran sosial
 - d. Keinginan untuk dekat dengan orang lain
 - e. Keinginan untuk dihargai orang lain
4. Motif Hiburan; pengguna dikatakan memiliki motif hiburan apabila mereka:
- a. Dapat melepaskan diri dari permasalahan
 - b. Bisa bersantai dengan mengisi waktu luang
 - c. Bisa menyalurkan emosi
 - d. Bisa mendapatkan hiburan dan kesenangan

Sedangkan *Gratification Obtained* adalah kepuasan nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu. *Gratification Obtained* mempertanyakan hal-hal yang khusus mengenai apa saja yang telah diperoleh setelah menggunakan media tersebut. *Gratification Obtained* menurut Palmgreen dan Rayburn adalah sebuah kepuasan atau sesuatu yang diperoleh seseorang individu setelah mengkonsumsi sebuah media tertentu.

Menurut Rachmat Kriyantono (2014:206) kepuasan merupakan selisih antara apa yang diharapkan dengan apa yang didapatkan. Jika ternyata khalayak mendapatkan manfaat lebih banyak dibandingkan dengan apa yang diharapkan, maka akan timbul kepuasan. Namun sebaliknya, jika apa yang diekspektasikan oleh khalayak tak didapatkannya atau kurang dari apa yang diharapkannya, maka kepuasan tidak akan tercapai. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Philip Palmgreen, ia memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang mempengaruhi penggunaan media. Namun, Palmgreen juga menanyakan apakah motif-motif tersebut telah dapat dipenuhi oleh media, dengan kata lain apakah khalayak sudah puas setelah menggunakan media tertentu.

Gratification Obtained merupakan hal-hal yang khusus mengenai apa saja yang telah diperoleh setelah menggunakan media. Dalam bahasa sederhana dijelaskan bahwa *Gratification Obtained* adalah kepuasan yang diperoleh khalayak setelah menggunakan media. *Gratification Obtained* bisa saja berbeda dari yang diharapkan oleh khalayak. Penelitian ini menghususkan penilai kepuasan yang lebih ditekankan pada kepuasan setelah menggunakan media. Maka berdasarkan

motif kepuasan menurut McQuail (2011:174), Kategori kepuasan yang diperoleh dalam penelitian ini dikategorikan sebagai berikut:

1. Kepuasan informasi, dimana pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan informasi apabila mereka:
 - a. Dapat mengetahui berbagai peristiwa yang berkaitan tentang hukum khususnya di Indonesia
 - b. Dapat mengetahui informasi terkini mengenai permasalahan di Indonesia khususnya permasalahan hukum
 - c. Dapat memahami pendapat dari para narasumber
 - d. Mendapatkan informasi dari jawaban para narasumber
2. Kepuasan identitas pribadi, dimana pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan identitas pribadi apabila mereka:
 - a. Merasa termotivasi untuk meningkatkan kepedulian terhadap hukum di Indonesia
 - b. Merasa tertarik mengetahui permasalahan hukum di Indonesia berkat program ILC
 - c. Merasa puas dikarenakan program ILC konsisten dengan selalu membahas permasalahan hukum di Indonesia
3. Kepuasan integrasi dan interaksi sosial, dimana pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan integrasi dan interaksi sosial apabila mereka:
 - a. Dapat terlibat secara emosional mengenai permasalahan hukum di Indonesia

- b. Dapat mengaplikasikan pengetahuan yang didapat dari program ILC dalam berdiskusi dengan orang lain
4. Kepuasan hiburan, dimana pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan hiburan apabila mereka:
- a. Merasa tertarik dengan kualitas audio-visual
 - b. Merasa tertarik dengan topik pembahasan

2.4. Televisi

2.4.1. Pengertian dan Sejarah Televisi di Indonesia

Televisi berasal dari dua kata yaitu *tele* (bahasa Yunani) yang berarti jauh dan *visi* atau *videre* (bahasa Latin) yang berarti penglihatan. Dengan demikian televisi dengan bahasa Inggris television di artikan dengan melihat jauh. Melihat jauh disini diartikan dengan gambar dan suara yang diproduksi di suatu tempat (studio televisi) dengan dilihat dari tempat “lain” melalui sebuah perangkat penerima (televisi set) (Elviano dkk,2014:168).

Menurut Mosissan (2013:10) siaran televisi di Indonesia dimulai pada tahun 1962 saat TVRI menayangkan langsung upacara hari ulang tahun kemerdekaan Indonesia ke-17 pada tanggal 17 Agustus 1962. Siaran langsung tersebut masi terhitung siaran percobaan. Siaran resmi TVRI baru dimulai 24 Agustus 1962 pukul 14.30 WIB yang menyiarkan secara langsung upacara pembukaan Asian Games ke-4 dari studio utama Glora Bung Karno. Sejak pemerintahan Indonesia membuka TVRI, maka selama 27 tahun penonton televisi di Indonesia hanya dapat menonton satu saluran televisi. Barulah pada tahun 1989, pemerintahan memberikan izin operasi kepada kelompok usaha Bimantara

untuk membuka stasiun televisi RCTI yang merupakan televisi swasta pertama di Indonesia, disusun kemudian dengan SCTV, Indosiar, ANTV, dan TPI.

Gerakan reformasi pada tahun 1998 telah memicu perkembangan industri media massa khususnya televisi. Seiring dengan itu, kebutuhan masyarakat terhadap informasi juga semakin bertambah. Menjelang tahun 2000 muncul hampir secara serentak lima televisi swasta baru (Metro, Trans, TV7, Lativi, dan Global) serta beberapa televisi daerah. Tidak ketinggalan juga munculnya televisi berlangganan yang menyajikan berbagai program dalam dan luar negeri. Setelah Undang-Undang Penyiaran disahkan pada tahun 2002, jumlah televisi baru di Indonesia diperkirakan akan terus bermuncula, khususnya di daerah, yang terbagi dalam empat katagori yaitu, televisi publik, berlangganan, dan komunitas. Kini penonton televisi Indonesia benar-benar memiliki banyak pilihan untuk menikmati berbagai program televisi.

2.4.2. Karakteristik Televisi

Menurut Usman (2009:23) Televisi merupakan media pandang dengar yang sempurna dan mempunya efek yang paling besar terhadap khalayak dibanding media elektronik lainnya, televisi mempunyai beberapa karakteristik antara lain :

1. Media pandang dengar (audio-visual), televisi adalah media yang dapat dipandang dan didengar sehingga memiliki perbedaan dari media cetak dan radio.
2. Mengutamakan gambar, televisi memiliki kekuatan pada gambar hidup sehingga menjadi daya tarik dibanding media cetak dan radio.

3. Mengutamakan kecepatan, televisi dapat menyiarkan berita/informasi secara langsung sehingga berita/informasi yang terbaru bisa dinikmati langsung oleh khalayak.
4. Bersifat sekilas, televisi mengutamakan dimensi ruang atau durasi. Berita di televisi bersifat sekilas, tidak dapat di ulang dan durasi yang terbatas.
5. Bersifat satu arah, khalayak tidak bisa memberikan respon balik secara langsung kepada berita dan khalayak hanya punya satu kesempatan untuk memahami berita di televisi.
6. Daya jangkau luas, televisi memiliki daya jangkau luas. Ini berarti televisi menjangkau segala lapisan masyarakat dengan berbagai latar belakang sosial, ekonomi khalayak dan strata social.

2.4.3. Program Siaran Televisi

Menurut Rusman dan Yusiateri (2015:5) Secara umum program siaran televisi terbagi menjadi dua bagian, yaitu program hiburan populer disebut dengan program *entertainment* dan informasi disebut juga program berita (*news*). Program informasi yaitu program yang sangat terikat dengan nilai aktualitas dan faktualitasnya, pendekatan produksinya menekankan pada kaidah jurnalistik. Adapun program hiburan yaitu program yang berorientasi memberikan hiburan kepada penonton. Di mana nilai jurnalistik tidak diperlukan, tetapi jika ada unsur jurnalistiknya hanya sebagai pendukung.

Meskipun kedua program siaran ini memiliki karakteristik masing-masing, tidak membuat batasan itu menjadi berdiri sendiri, tetapi ada beberapa program yang berdiri di dua jenis karakteristik program tersebut, tergolong

sebagai jenis program informasi sekaligus program hiburan. Misalnya program *talk show* dan program *varity show*, di mana konsepnya dapat memiliki nilai hiburan yang artistik, juga memiliki informasi sebagai penunjang program. Demikian juga sebaliknya, suatu program informasi dapat di dukung dengan unsur-unsur hiburan yang artistik, dengan tujuan program dapat memberikan nilai tambah agar enak ditonton. Apalagi dalam era persaingan program yang kian marak, khususnya program di televisi swasta yang berlomba lomba untuk menjadikan program sebagai program yang diminati masyarakat.

2.5. Talkshow

2.5.1. Pengertian Talkshow

Menurut Rusman dan Yusriatie (2015:25) talk show adalah program diskusi atau panel diskusi yang diikuti oleh lebih dari satu pembicara atau narasumber untuk membicarakan suatu topik. Daya tarik program ini terletak dari topik masalah yang dibicarakan. Ada tiga permasalahan menarik untuk dibicarakan. *Pertama*, masalah yang sering menjadi pergunjungan di masyarakat yang hangat dibicarakan. *Kedua*, masalah tersebut mengandung kontroversi dan konflik di antara masyarakat. *Ketiga*, masalah tersebut menyangkut dengan kepentingan masyarakat banyak dan masyarakat membutuhkan informasi serta jawaban yang jelas mengenai permasalahan tersebut

Menurut Rusman dan Yusriatie permasalahan menarik juga harus menghadirkan *public figure* sebagai narasumbernya. Syarat *public figure* yang disenangi atau diidolakan ialah tokoh yang dianggap paling ahli menguasai permasalahan yang dibahas, atau tokoh kontroversi, kritik dan vokal. Dengan

narasumber yang berbeda menjadikan *talk show* menjadi tontonan menarik. Apalagi jika dipandu dengan presenter yang piawai mengatur ritme pembicaraan, diselingi *joke* yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas.

Untuk membuat agar *talk show* rileks dan menghibur, sebaiknya program *talk show* diiringi musik dengan seorang atau beberapa penyanyi yang bernyanyi secara *live* sebelum dan sesudah *bumper in/out* program atau lagu dan musik dijadikan selingan materi diskusi. Selain membuat lebih menarik, juga sekedar memberikan waktu kepada narasumber untuk mempersiapkan materi yang ingin di sampaikan lagi.

Agar tidak membosankan, kadang juga ditayangkan *footage* masalah yang dibahas sebagai bahan diskusi atau interaksi dengan penonton di rumah melalui telepon. Penonton dapat memberikan pandangan tentang masalah yang dibahas. Untuk memperkuat informasi permasalahan, juga dapat ditampilkan grafik dan data-data.

Talk show dapat dibuat dalam konsep komedi dengan menghadirkan presenter komedi yang cerdas. Menurut Amalia Lusia, mantan redaksi pelaksanaan majalah *Femina dan Gatra* mengatakan dalam buku *Siaran Televisi Non-Drama* (2015:26) dilihat dari gayanya *talk show* dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

- a. *Light entertainment*, adalah jenis talk show yang dimulai dengan acara wawancara selebritas, seperti bintang film atau politisi. Pemandu acara duduk di belakang sebuah meja dan mewawancarai tamu acara tersebut. Acara ini selalu memiliki atmosfer positif, nyaman, ceria, dan disiarkan pada malam

hari. *Light entertainment* juga pertunjukan yang menitik beratkan pada unsur sensasi dan drama menampilkan orang-orang tidak terkenal sebagai tamu dengan permasalahan yang kontroversional.

- b. *Serious discussion*, adalah *talk show* jenis spesifik ditinjau dari materinya. Isinya berkonsentrasi pada topik khusus di bidang politik atau sosial, atau pada seseorang yang sedang menjadi incaran berita pada waktu itu.

2.5.2. Jenis-jenis Talkshow

Berikut ini merupakan jenis-jenis *talkshow* menurut Fred Widodo dalam buku Teknik program televisi (2007:67)

- b. Program uraian pendek atau pernyataan (*The talk program*)

Program ini ketika penonton menyaksikan acara televisi, pada saat itu muncul seorang *presenter* (penyaji) menceritakan sesuatu yang menarik. *Presenter* ini muncul di tengah suatu program *feature*, di antara sajian acara musik, dan di awal suatu acara sebagai pembuka atau dalam suatu acara cerita menarik yang disajikan secara khusus. Dalam tahap perencanaan yang harus diperhatikan adalah permasalahan yang diuraikan secara hangat menjadi bahan pembicaraan umum, sangat penting dan penonton membutuhkan penjelasan mengenai hal itu, uraian juga harus dapat membuat gembira penonton. Saat produksi *presenter* harus memulai uraian dengan sesuatu yang membangkitkan rasa ingin tahu dari penonton.

- c. Program Vox Pop masyarakat

Suatu program yang mengetengahkan pendapat umum tentang suatu masalah. Tahapan perencanaan dimulai dari menetapkan tema yang akan

dipertanyakan, menetapkan pertanyaan, mencoba pertanyaan ke beberapa teman, melalui *reporter* yang cukup terlatih, menentukan siapa yang akan diberi pertanyaan. Teknik pelaksanaan, *reporter* harus menunjukkan sikap ramah, sopan, dan simpatik, perkenalkan identitas dan kemukakan keperluan secara jelas. Apabila pribadi itu menyatakan kesediaannya, *reporter* dapat langsung mulai mengajukan pertanyaan sambil memberi tanda kepada *cameramen* menyiapkan tombol kamera video.

d. Program wawancara (*interview*)

Pertama-tama produser atau pewawancara harus menentukan siapa yang akan menjadi tamu misalnya seperti tokoh populer di masyarakat. Kemudian, pewawancara mengajukan pertanyaan yang sudah di persiapkan sebelumnya. Tahap produksi untuk program *talks how* interaktif, biasanya sudah hadir penonton yang akan terlibat dalam program tersebut atau mungkin program tersebut memang ditayangkan tanpa penonton di studio televisi melainkan interaksi melalui telepon. Dalam program *talkshow* interaktif, pewawancara harus memberi kesempatan baik pada penonton di studio televisi maupun yang diluar studio.

e. Program panen diskusi

Program *talkshow* diskusi adalah perogram pembicaraan tiga orang atau lebih mengenai suatu permasalahan. Dalam program ini masing-masing tokoh yang diundang dapat saling berbicara mengemukakan pendapat dan *presenter* bertindak sebagai moderator yang terkadang juga melontarkan pendapat atau membagi pembicaraan.

2.6. Program Indonesia Lawyers Club

Program *Indonesia Lawyers Club* merupakan salah satu program *talk show* unggulan TvOne yang hadir setiap hari Selasa pukul 19.30 WIB dan tayangan ulang di setiap hari minggunya. *Indonesia Lawyers Club* merupakan sebuah program unggulan TvOne berupa acara *talk show* yang dikemas secara interaktif dan komunikatif. Setiap episode program ini membahas isu panas hukum dan politik yang sedang berkembang di Indonesia seperti isu kasus korupsi, permasalahan partai politik, isu pemerintahan dan terkadang juga membahas isu yang lebih umum seperti *human interes*. *Indonesia Lawyers Club* selalu menghadirkan narasumber-narasumber yang berkompeten di bidangnya sesuai dengan setiap topik pembahasan.

Dalam program *talkshow* ini, narasumber bebas mengungkapkan pemikirannya ataupun pendapat mengenai permasalahan yang sedang dibahas. Pendapat yang dikemukakan para narasumber tidak selalu sama atau tidak terpaku pada satu pemikiran saja. Tidak jarang dikarenakan perbedaan pendapat membuat terjadinya perdebatan yang cukup sengit antara para narasumber. Program acara ini memiliki model *brainstorming* untuk pemetaan opini terhadap setiap episodenya. Tidak ada kesimpulan dari acara ini melainkan para pemirsanya dibiarkan untuk menyimpulkan sendiri dari sudut mana mereka mengambil kesimpulan.

Program ini awalnya hadir dengan nama Jakarta Lawyers Club ([http://id.wikipedia.org/wiki/Indonesia Lawyers Club](http://id.wikipedia.org/wiki/Indonesia_Lawyers_Club) 28 Januari 2019 pukul 21.45). Selain narasumber dan juga topik pembahasan, keutamaan dari program

ini juga terletak pada Karni Ilyas sebagai pembawa acara sekaligus wartawan senior yang memiliki latar belakang sebagai sarjana hukum.

BAB III

METODE PENELITIAN

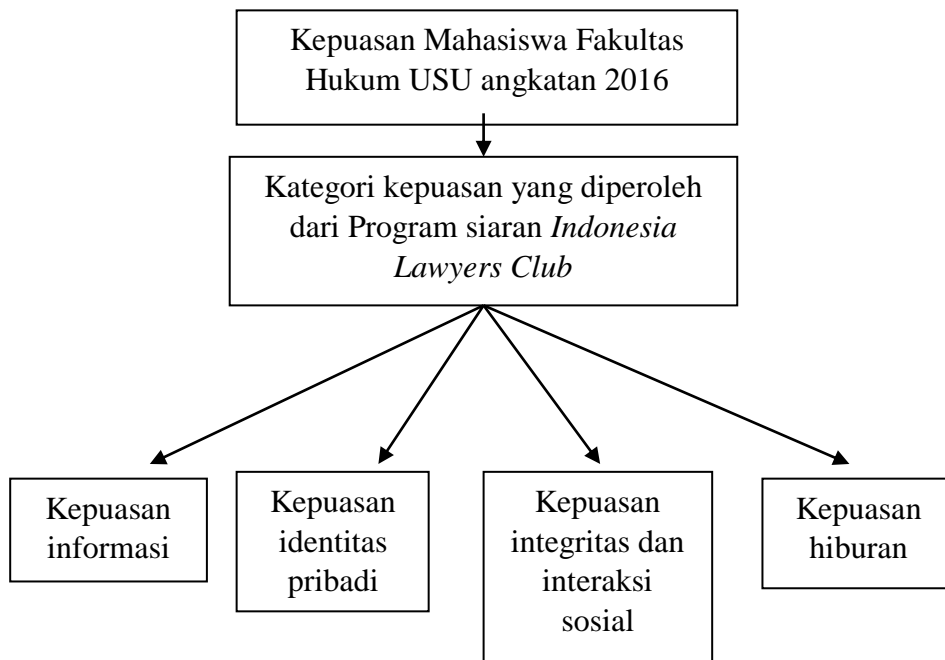
3.1. Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Penelitian survei merupakan suatu teknik penelitian yang mengajukan pertanyaan kepada responden dengan kuesioner (Ardial,2013:522). Penelitian survei merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan terstruktur/sistematis yang sama kepada banyak orang, untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh peneliti dicatat, diolah, dan di analisis (Bambang dan Lina,2005:143). Kuesioner merupakan lembaran yang berisi beberapa pertanyaan dengan struktur yang baku. Dalam pelaksanaan survei, kondisi penelitian tidak dimanipulasi oleh peneliti (Ardial,2013:520).

Jenis penelitian ini digunakan dengan tujuan untuk menggambarkan kepuasan mahasiswa Fakultas Hukum USU khususnya pada angkatan 2016 terhadap program siaran *Indonesia Lawyers Club*(ILC).

3.2. Kerangka Konsep

Tujuan dari penelitian ini adalah bagaimana kepuasan mahasiswa dalam mengkonsumsi program siaran *Indonesia Lawyers Club* dan menurut McQuail, kepuasan mengkonsumsi media terbagi atas 4 katagori (2011:174), yaitu: kepuasan informasi, kepuasan identitas pribadi, kepuasan integritas dan interaksi sosial, dan kepuasan hiburan. Adapun gambaran kerangka konsep dalam penelitian ini dapat dilihat dari gambar berikut:

Gambar 3.1

3.3. Definisi Konsep

A. Program Indonesia Lawyers Club

Program *Indonesia Lawyers Club* merupakan sebuah program unggulan TvOne berupa *talk show* yang dikemas secara interaktif dan komunikatif. Setiap episode program ini membahas isu panas hukum dan politik yang sedang berkembang di Indonesia seperti isu kasus korupsi, permasalahan partai politik, isu pemerintahan dan terkadang juga membahas isu yang lebih umum seperti *human interes*. *Indonesia Lawyers Club* selalu menghadirkan narasumber-narasumber yang berkompeten di bidangnya sesuai dengan topik pembahasannya.

Dalam program siaran ini, narasumber bebas mengungkapkan pemikirannya ataupun pendapat mengenai permasalahan yang sedang dibahas. Pendapat yang dikemukakan para narasumber tidak selalu sama atau tidak terpaku pada satu pemikiran saja. Tidak jarang dikarenakan perbedaan pendapat membuat

terjadinya perdebatan yang cukup sengit antara para narasumber. Program acara ini memiliki model *brainstorming* untuk pemetaan opini terhadap setiap episodnya. Tidak ada kesimpulan dari program ini melainkan para pemirsanya dibiarkan untuk menyimpulkan sendiri dari sudut mana mereka mengambil kesimpulan.

B. Berdasarkan motif kepuasan menurut McQuail (2011:174), Kategori kepuasan yang diperoleh dalam penelitian ini dikategorikan sebagai berikut:

1. Kepuasan informasi, dimana pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan informasi apabila mereka:
 - a. Dapat mengetahui berbagai peristiwa yang berkaitan tentang hukum khususnya di Indonesia
 - b. Dapat mengetahui informasi terkini mengenai permasalahan di Indonesia khususnya permasalahan hukum
 - c. Dapat memahami pendapat dari para narasumber
 - d. Mendapatkan informasi dari jawaban para narasumber
2. Kepuasan identitas pribadi, dimana pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan identitas pribadi apabila mereka:
 - a. Merasa termotivasi untuk meningkatkan kepedulian terhadap hukum di Indonesia
 - b. Merasa tertarik mengetahui permasalahan hukum di Indonesia berkat program ILC
 - c. Merasa puas dikarenakan program ILC konsisten dengan selalu membahas permasalahan hukum di Indonesia

3. Kepuasan integrasi dan interaksi sosial, dimana pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan integrasi dan interaksi sosial apabila mereka:
 - a. Dapat terlibat secara emosional mengenai permasalahan hukum di Indonesia
 - b. Dapat mengaplikasikan pengetahuan yang didapat dari program ILC dalam berdiskusi dengan orang lain
4. Kepuasan hiburan, dimana pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan hiburan apabila mereka:
 - a. Merasa tertarik dengan kualitas audio-visual
 - b. Merasa tertarik dengan topik pembahasan

3.4. Definisi Operasional

Tabel 3.1

Tabel Operasional

Kategori Penelitian	Definisi Operasional
Kepuasan Informasi	<p>Topik-topik yang aktual</p> <p>Topik di bahas secara mendalam</p> <p>Narasumber yang berkompeten di setiap topik</p> <p>Mengetahui permasalahan hukum di Indonesia</p> <p>Tetap konsisten memberikan pengetahuan seputar hukum</p>
Kepuasan Identitas Pribadi	<p>Pembahasan sesuai dengan topik dan tersampaikan dengan jelas pada pemirsanya</p> <p>Merasa puas dengan pembahasan mengenai</p>

	permasalahan hukum di Indonesia
Kepuasan Interaksi dan Integrasi Sosial	Merasa termotivasi untuk terus meningkatkan kepedulian terhadap hukum khususnya di Indonesia Menjadinya topik atau permasalahan dalam program Indonesia Lawyers Club sebagai bahan pembelajaran di kelas atau diluar kelas
Kepuasan Hiburan	Topik yang menarik Kualitas audio visual selalu menarik perhatian

3.5. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi juga bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, melainkan seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut (Ardial,2013:336). Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Umumnya populasi tersebut jumlahnya besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Hal ini disebabkan karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu (Ardial,2013:336).

Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dalam teknik ini pengambilan sampel disesuaikan dengan tujuan penelitian dan ukuran sampel tidak dipersiapkan.

(Amiruddin, 2016:245) Penghitungan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Taro Yamane (Riduwan, 2012:18), sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot (d^2) + 1}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d^2 = Presisi atau tingkat kesalahan yang di tetap kan

Jadi, berdasarkan rumus diatas kemudian diperoleh jumlah sampel diperkirakan mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sumatra Utara berkisar 600 orang dengan presisi 0.1 (10%) maka :

$$\text{Jumlah Sampel} = \frac{600}{600 \cdot (0,1^2) + 1}$$

$$\text{Jumlah Sampel} = \frac{600}{600 \cdot (0,01) + 1}$$

Jumlah Sampel = 85,7 yang dibulatkan menjadi 86 sampel

Jadi, dari banyak 600 populasi mahasiswa Fakuktas Hukum Sumatra Utara angkatan 2016 peneliti mengambil sampel acak pada 86 mahasiswa.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner atau angket. Kuesioner/angket merupakan pertanyaan terstruktur/sistematis yang sama kepada banyak orang, untuk kemudian seluruh pertanyaan yang diperoleh peneliti di catat, diolah, dan dianalisi (Bambang,dkk:143).

Teknik pengumpulan dalam instrumen penelitian ini menggunakan skala liker. Dalam menjawab skala liker ini, responden hanya memberi tanda, misalnya ceklis atau tanda silang pada kemungkinan skala yang dipilihnya sesuai dengan pertanyaan. Skala liker digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono,2016:93).

Jawaban disusun dengan menggunakan skala yang terdapat 5 pilihan secara berurut dari positif ke negatif, maka bobot nilai angket yaitu :

- a. Jika menjawab “Sangat Setuju” atau sejenisnya maka akan diberi nilai 5
- b. Jika menjawab “Setuju” atau sejenisnya maka akan diberi nilai 4
- c. Jika menjawab “Kurang Setuju” atau sejenisnya maka akan diberi nilai 3
- d. Jika menjawab “Tidak Setuju” atau sejenisnya maka akan diberi nilai 2
- e. Jika menjawab “Sangat Tidak Setuju” atau sejenisnya maka akan diberi nilai 1

3.7. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden, atau sumber data lain terkumpul (Sugiyono, 2017:147)

Penelitian ini merupakan penelitian data kuantitatif menggunakan metode survei. Penelitian menggunakan analisis tabel tunggal yaitu suatu analisa penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan yakni membagi variabel atau katagori penelitian ke dalam jumlah frekuensi dan presentase.

3.8. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara di Universitas Sumatera Utara, Jl. Universitas No.4, Padang Bulan, Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20155, Indonesia.

3.9. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Dalam penelitian ini ditekankan pada pengujian tingkat kepuasan mahasiswa fakultas hukum Universitas Sumatera Utara dengan program siaran *Indonesia Lawyers Club*. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas hukum Universitas Sumatera Utara angkatan 2016. Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *proposive sampling* yang dilakukan secara acak dengan rumus Taro Yamane yang menghasilkan 86 sampel dari total keseluruhan populasi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Penyajian Data

Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah mahasiswa Fakultas Hukum angkatan 2016 Universitas Sumatera Utara. Semua responden di beri kuesioner, dimana terdapat 14 pertanyaan. Setelah dilakukan penelitian dilapangan dengan penyebaran kuesioner, dalam penelitian ini terdapat 86 identitas responden. Dari 86 responden tersebut peneliti akan menguraikan hasil analisis data yang ditabulasikan dalam bentuk tabel tunggal yang kemudian disimpulkan.

4.2. Hasil Penelitian

Adapun hasil penelitian ini dapat dilihat dari tabel tunggal sebagai berikut:

Tabel 4.1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

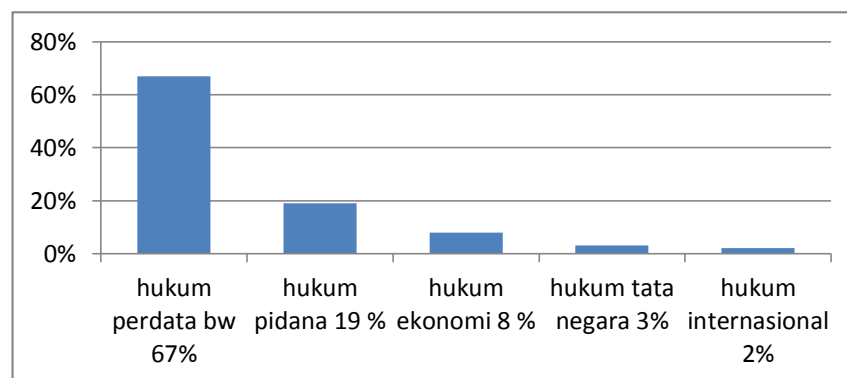
No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentasi
1.	Laki-laki	45	52%
2.	Perempuan	41	49%
	Total	86	100%

Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas, telah memperlihatkan bahwa dari 86 responden, mahasiswa yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 45 orang (52%) dan mahasiswa yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 41 orang (49%).

Tabel 4.2**Responden Berdasarkan Departemen**

No	Departemen	Jumlah	Presentasi
1	Hukum Perdata bw	58	67%
2	Hukum Pidana	16	19%
3	Hukum Ekonomi	7	8%
4	Hukum Tata Negara	3	3%
5	Hukum Internasional	2	2%
Total		86	100%

Diagram 4.1

Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

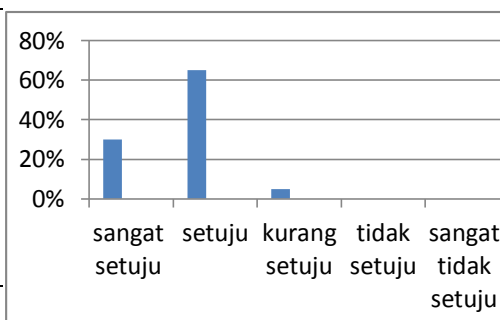
Berdasarkan tabel dan grafik diatas, dikarenakan peneliti menggunakan teknik *proposive sampling* yang dilakukan secara acak pada seluruh populasi dan Sebagian besar responden dari penelitian ini adalah departemen Hukum Perdata Bw yaitu sebanyak 59 orang (67%), kemudian disusul Hukum Pidana sebanyak 16 orang (19%), Hukum Ekonomi sebanyak 7 orang (8%), Hukum Tata Negara 3 orang (3%) dan Hukum Internasional orang (2%).

Pendapat Respondeng Dalam Kuesioner Nomor 1

Tabel 4.3

No	Jawaban Respond- en	Presentasi
1	Sangat Setuju	30%
2	Setuju	65%
3	Kurang Setuju	5%
4	Tidak Setuju	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0%
Total		100%

Diagram 4.2



Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

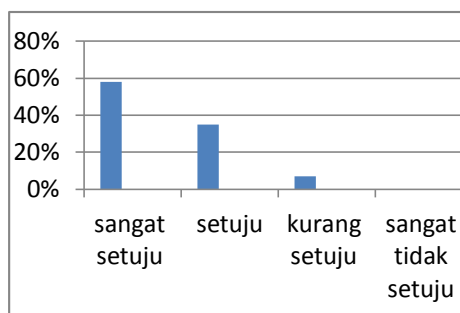
Berdasarkan tabel 4.3 dapat dijelaskan bahwa dari 86 responden yang diteliti yang memilih sangat setuju dengan 30% (26 orang), setuju 65% (56 orang) kurang setuju 4% (4 orang) dan 0% pada jawaban tidak setuju dan juga sangat tidak setuju. Dari data diatas dapat di simpulkan bahwa responden setuju bahwa program *Indonesia Lawyers Club* selalu menghadirkan topik yang menarik .

Pendapat Responden Dalam Pertanyaan Nomor 2

Tabel 4.4

No	Jawaban Responden	Presentasi
1	Sangat Setuju	58%
2	Setuju	35%
3	Kurang Setuju	7%
4	Tidak Setuju	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0%
Total		100%

Diagram 4.3



Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

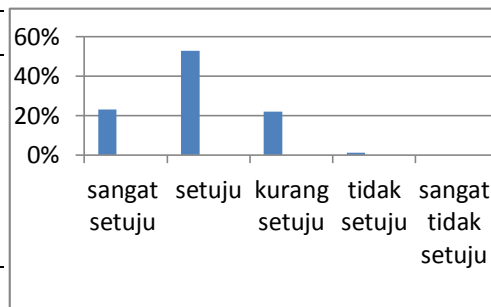
Berdasarkan tabel 4.4 dari 86 responden yang diteliti memilih sangat setuju yaitu sebanyak 58%(50 orang), setuju sebanyak 35%(30 orang), kurang setuju 7%(6 orang) dan 0% untuk pendapat tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju bahwa program *Indonesia Lawyers Club* selalu hadir dengan topik-topik yang aktual.

Pendapat Responden Dalam Kuesioner Nomor 3

Tabel 4.5

No	Jawaban Responden	Presentasi
1	Sangat Setuju	23%
2	Setuju	53%
3	Kurang Setuju	22%
4	Tidak Setuju	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0%
Total		100%

Diagram 4.4



Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

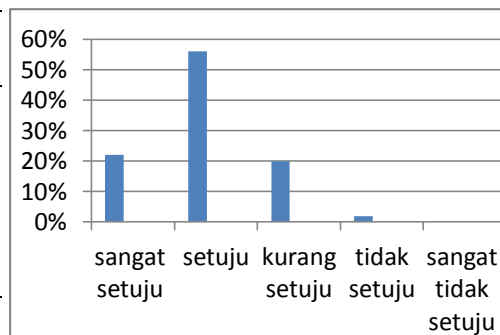
Berdasarkan tabel 4.5 dari 86 responden yang memilih sangat setuju sebanyak 23% (20 orang), setuju sebanyak 53% (46 orang) kurang setuju 22% (19 orang), tidak setuju 1% (1 orang) dan 0% untuk pendapat sangat tidak setuju. Dari data di atas dapat disimpulkan responden setuju bahwa pembahasan dalam program *Indonesia Lawyers Club* sesuai dengan topik dan tersampaikan dengan jelas pada pemirsanya.

Pendapat Responden Dalam Kuesioner Nomor 4

Tabel 4.6

No	Jawaban Responden	Presentasi
1	Sangat Setuju	22%
2	Setuju	56%
3	Kurang Setuju	20%
4	Tidak Setuju	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0%
Total		100%

Diagram 4.5



Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

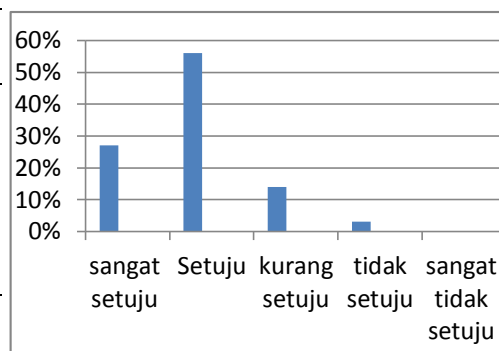
Berdasarkan tabel 4.6 dari 86 responden yang memilih sangat setuju sebanyak 22% (19 orang), setuju sebanyak 56% (48 orang), kurang setuju sebanyak 20% (17 orang), tidak setuju 2% (2 orang) dan sangat tidak setuju sebanyak 0%. Dapat disimpulkan responden sangat setuju bahwa setiap topik dalam program *Indonesia Lawyers Club* di bahas secara mendalam di setiap episodenya.

Pendapat Responden Dalam Kuesioner Nomor 5

Tabel 4.7

No	Jawaban Responden	Presentasi
1	Sangat Setuju	27%
2	Setuju	56%
3	Kurang Setuju	14%
4	Tidak Setuju	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0%
Total		100%

Diagram 4.6



Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.7 dari 82 responden yang memilih sangat setuju sebanyak 27% (23 orang), setuju sebanyak 56% (48 orang), Kurang setuju 14% (12 orang), tidak setuju 3% (3 orang) dan sangat tidak setuju sebanyak 0%. Dapat disimpulkan responden setuju bahwa program *Indonesia Lawyers Club* selalu menghadirkan narasumber yang berkompeten di setiap topiknya.

Pendapat Responden Dalam Kuesioner Nomor 6

Tabel 4.8

No	Jawaban Responden	Presentasi
1	Sangat Setuju	16%
2	Setuju	69%
3	Kurang Setuju	14%
4	Tidak Setuju	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0%
Total		100%

Diagram 4.7



Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

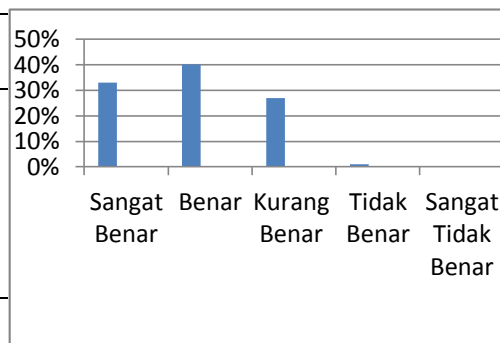
Dalam tabel 4.8 dapat dilihat dari 86 responden yang memilih pendapat sangat setuju sebanyak 16%(14 orang), setuju sebanyak 69% (59 orang), kurang setuju 14% (12 orang), tidak setuju 1% (1 orang) dan 0% untuk sangat tidak setuju. Dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa kualitas audio visual program *Indonesia Lawyers Club* selalu menarik perhatian.

Pendapat Responden Dalam Kuesioner Nomor 7

Tabel 4.9

No.	Jawaban Responden	Presentasi
1	Sangat Benar	33%
2	Benar	40%
3	Kurang Benar	27%
4	Tidak Benar	1%
5	Sangat Tidak Benar	0%
Total		100%

Diagram 4.8



Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

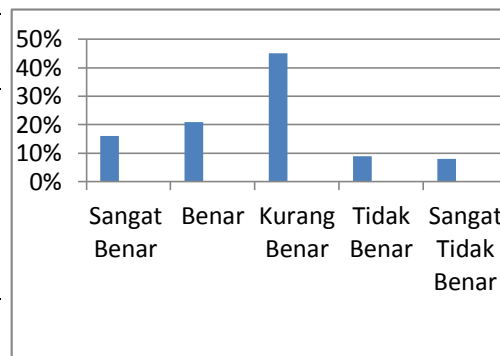
Dalam tabel 4.9 dapat dilihat dari 86 responden yang memilih sangat benar sebanyak 33% (28 orang) , benar sebanyak 40% (34 orang), kurang benar 27% (23 orang), tidak benar 1%(1 orang) dan sangat tidak benar sebanyak 0%. Dapat disimpulkan bahwa responden benar-benar tertarik mengetahui permasalahan hukum di Indonesia dan memilih program Indonesia Lawyers Club sebagai ladang informasi.

Pendapat Responden Dalam Kuesioner Nomor 8

Tabel 4.10

No.	Jawaban Responden	Presentasi
1	Sangat Benar	16%
2	Benar	21%
3	Kurang Benar	45%
4	Tidak Benar	9%
5	Sangat Tidak Benar	8%
Total		100%

Diagram 4.9



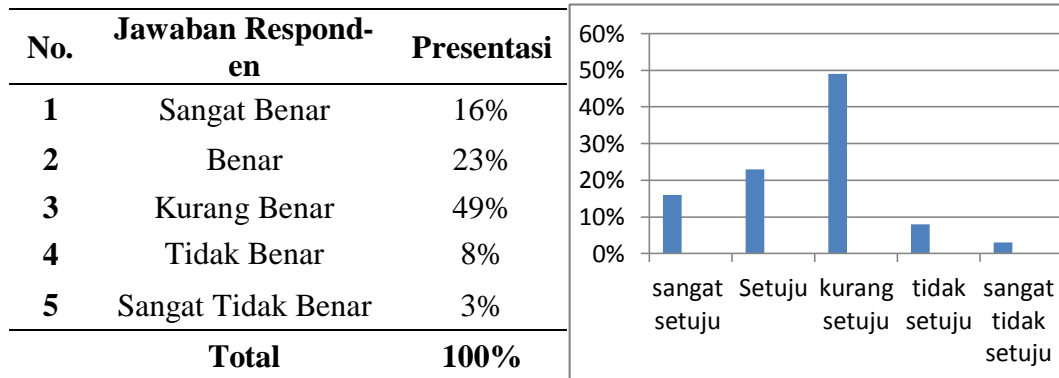
Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

Dalam tabel 4.10 dapat dilihat dari 86 responden yang memilih sangat benar sebanyak 16% (14 orang), memilih benar sebanyak 21% (18 orang), memilih kurang benar sebanyak 35% (39 orang), tidak benar sebanyak 9% (8 orang) dan sangat tidak benar sebanyak 8% (7 orang). Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden jarang ketinggalan menonton program *Indonesia Lawyers Club*.

Pendapat Responden Dalam Kuesioner Nomor 9

Tabel 4.11

Diagram 4.10



Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

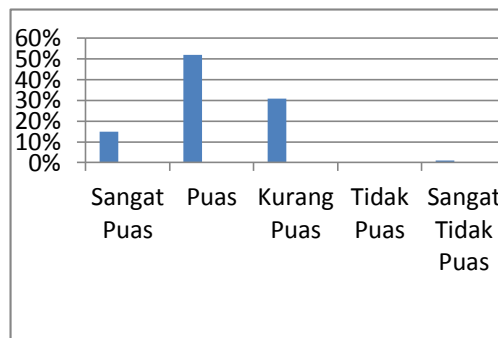
Dapat dilihat pada tabel 4.11 dari 86 responden yang memilih sangat benar sebanyak 16% (14 orang), benar sebanyak 23% (20 orang), kurang benar sebanyak 49% (42 orang), tidak benar sebanyak 8% (7 orang), dan sangat tidak benar sebanyak 3% (3 orang). Dapat disimpulkan kurang dari setengah responden atau 49% tidak menonton program *Indonesia Lawyers Club* dari awal sampai akhir acara.

Pendapat Responden Dalam Kuesioner Nomor 10

Tabel 4.12

No.	Jawaban Re- sponden	Presentasi
1	Sangat Puas	15%
2	Puas	52%
3	Kurang Puas	31%
4	Tidak Puas	0%
5	Sangat Tidak Puas	1%
Total		100%

Diagram 4.11



Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

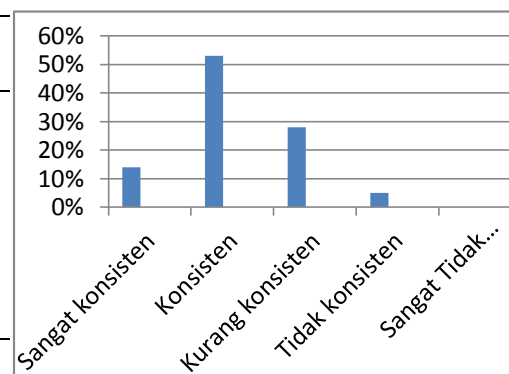
Dapat dilihat pada tabel 4.12 dari 86 responden yang memilih sangat puas 15% (13 orang), puas sebanyak 52% (45 orang), kurang puas sebanyak 31% (27 orang), tidak puas sebanyak 0% dan sangat tidak puas 1% (1 orang). Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden merasa puas dengan pembahasan mengenai permasalahan hukum di program *Indonesia Lawyers Club* selama bulan Januari hingga Februari 2019.

Pendapat Responden Dalam Kuesioner Nomor 11

Tabel 4.13

No.	Jawaban Responden	Presentasi
1	Sangat konsisten	14%
2	Konsisten	53%
3	Kurang konsisten	28%
4	Tidak konsisten	5%
5	Sangat Tidak Konsisten	0%
Total		100%

Diagram 4.12



Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

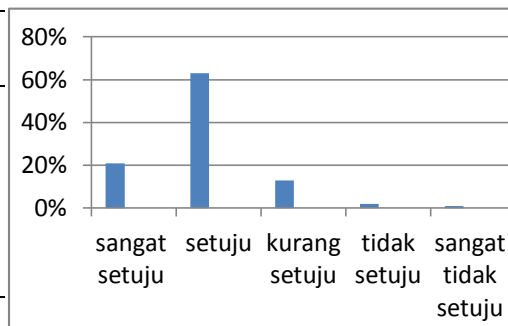
Dapat dilihat pada tabel 4.13 dari 86 responden yang memilih sangat konsisten 14% (12 orang), memilih konsisten sebanyak 53% (46 orang), kurang konsisten 28% (24 orang), tidak konsisten 5% (4 orang) dan sangat tidak konsisten sebanyak 0%. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden merasa program *Indonesia Lawyers Club* tetap konsisten memberi pengetahuan seputar hukum dari pertengahan bulan Januari hingga bulan Februari, walaupun pada bulan tersebut merupakan bulan “politik”.

Pendapat Responden Dalam Kuesioner Nomor 12

Tabel 4.14

No.	Jawaban Responden	Presentasi
1	Sangat Setuju	21%
2	Setuju	63%
3	Kurang Setuju	13%
4	Tidak Setuju	2%
5	Sangat Tidak Setuju	1%
Total		100%

Diagram 4.13



Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

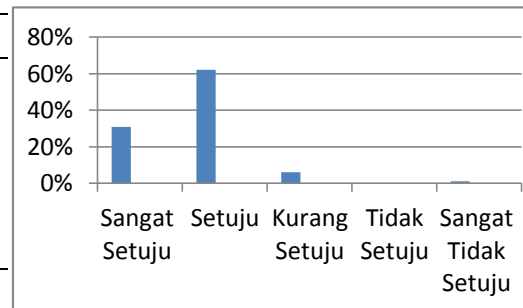
Dapat dilihat pada tabel 4.14 dari 86 responden yang memilih sangat setuju sebanyak 21% (18 orang), setuju sebanyak 63% (54 orang), kurang setuju 13% (11 orang), tidak setuju 2% (2 orang), dan sangat tidak setuju 1% (1 orang). Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju merasakan keterlibatan secara emosional mengenai polemik permasalahan hukum di Indonesia setelah menonton program *Indonesia Lawyers Club*.

Pendapat Responden Dalam Kuesioner Nomor 13

Tabel 4.15

No.	Jawaban Responden	Presentasi
1	Sangat Setuju	31%
2	Setuju	62%
3	Kurang Setuju	6%
4	Tidak Setuju	0%
5	Sangat Tidak Setuju	1%
Total		100%

Diagram 4.14



Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

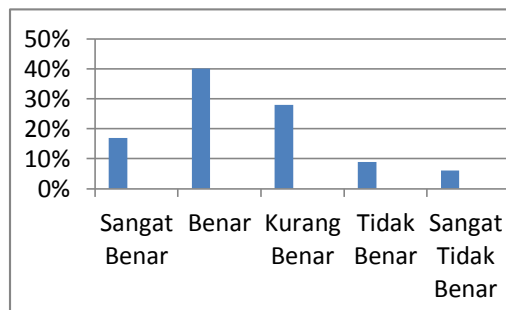
Dapat dilihat dari tabel 4.15 bahwa dari 86 responden yang memilih sangat setuju sebanyak 31% (27 orang), setuju sebanyak 62% (53 orang), kurang setuju sebanyak 6% (5 orang), tidak setuju tidak ada yang memilih, sangat tidak setuju sebanyak 1% (1 orang). Dapat disimpulkan bahwa responden setuju telah merasa termotivasi meningkatkan kepedulian terhadap hukum di Indonesia berkat menonton program *Indonesia Lawyers Club*.

Pendapat Responden Dalam Kuesioner Nomor 14

Tabel 4.16

No.	Jawaban Responden	Presentasi
1	Sangat Benar	17%
2	Benar	40%
3	Kurang Benar	28%
4	Tidak Benar	9%
5	Sangat Tidak Benar	6%
Total		100%

Diagram 4.15



Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

Dapat dilihat pada tabel 4.16 bahwa dari 86 responden yang memilih sangat benar 17% (15 orang), benar sebanyak 40% (34 orang), kurang benar sebanyak 28% (24 orang), tidak benar sebanyak 9% (8 orang), sangat tidak benar sebanyak 6% (5 orang). Dapat disimpulkan sebagian besar responden benar menjadikan topik atau permasalahan dalam program *Indonesia Lawyers Club* sebagai bahan diskusi baik itu di dalam kelas bersama dosen maupun diluar kelas.

4.2.1. Hasil penelitian berdasarkan kepuasan

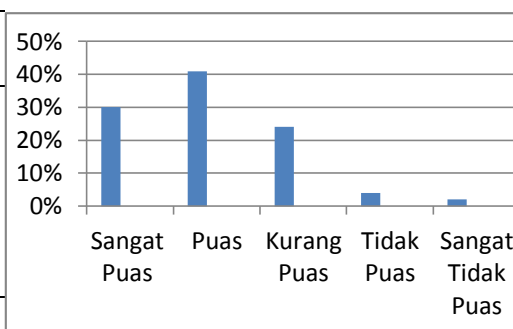
Tingkat kepuasan terbagi atas empat katagori kepuasan yaitu kepuasan informasi, kepuasan identitas pribadi, kepuasan integrasi dan interaksi sosial, kepuasan hiburan. Seseorang dikatakan berada di tingkat kepuasan tersebut apabila mereka memenuhi ciri-ciri dan ciri-ciri tersebut terdapat di dalam kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti sebagai berikut:

Tingkat Kepuasan Informasi

Tabel 4.17

No.	Jawaban Responden	Presentasi
1	Sangat Puas	30%
2	Puas	41%
3	Kurang Puas	24%
4	Tidak Puas	4%
5	Sangat Tidak Puas	2%
Total		100%

Diagram 4.16



Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

Kepuasan informasi ditampilkan dalam bentuk kuesioner sebanyak 5 butir pertanyaan (pertanyaan nomor 2,4,5,7 dan 11) terdiri dari pertanyaan mengenai ILC menghadirkan topik yang aktual, ILC membahas setiap topik secara mendalam dan ILC konsisten memberikan pengetahuan tentang hukum walau dalam bulan politik.

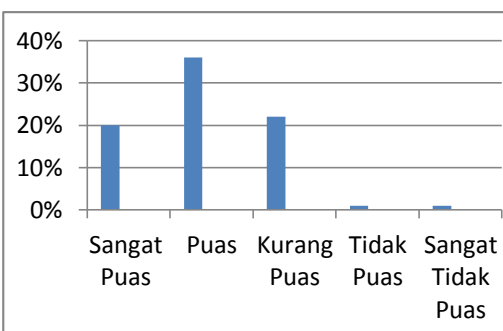
Dari tabel 4.17 dapat dilihat dari 86 responden merasa sangat puas sebanyak 30%, puas sebanyak 41%, kurang puas sebanyak 24%, tidak puas sebanyak 4% dan sangat tidak puas sebanyak 2%. Dapat disimpulkan sebagian besar responden merasa puas dalam kepuasan informasi yaitu sebanyak 41%.

Tingkat Kepuasan Identitas Pribadi

Tabel 4.18

No.	Jawaban Responden	Presentasi
1	Sangat Puas	20%
2	Puas	36%
3	Kurang Puas	22%
4	Tidak Puas	1%
5	Sangat Tidak Puas	1%
Total		100%

Diagram 4.17



Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

Kepuasan identitas pribadi ditampilkan dalam bentuk kuesioner sebanyak 3 butir pertanyaan (pertanyaan nomor 3,10 dan 12) terdiri dari pertanyaan pembahasan sesuai dengan topik dan tersampaikan dengan jelas, merasa puas dengan pembahasan mengenai permasalahan hukum di ILC, terlibat secara emosional mengenai polemik hukum di Indonesia.

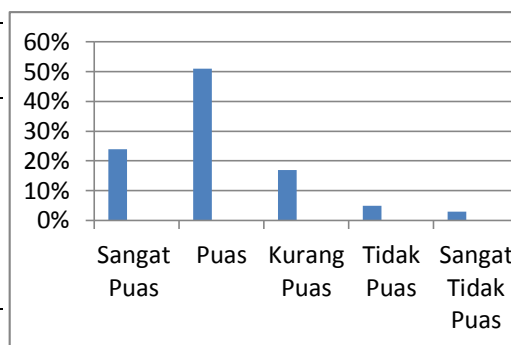
Dari tabel 4.18 dapat dilihat dari 86 responden merasa sangat puas sebanyak 20%, puas sebanyak 36%, kurang puasn sebanyak 22%, tidak puas sebanyak 1% dan sangat tidak puas sebanyak 1%. Dapat disimpulkan sebagian besar responden merasa terpuaskan dalam kepuasan identitas pribadi yaitu sebanyak 36%.

Tingkat Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial

Tabel 4.19

No.	Jawaban Responden	Presentasi
1	Sangat Puas	24%
2	Puas	51%
3	Kurang Puas	17%
4	Tidak Puas	5%
5	Sangat Tidak Puas	3%
Total		100%

Diagram 4.18



Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

Kepuasan integrasi ditampilkan dalam bentuk kuesioner sebanyak 2 butir pertanyaan (pertanyaan nomor 13 dan 14), terdiri dari pertanyaan mengenai merasa termotivasi dalam peningkatan kepedulian terhadap hukum di Indonesia dan menjadikan topik atau permasalahan dalam program ILC sebagai bahan pembelajaran di kelas ataupun diluar kelas.

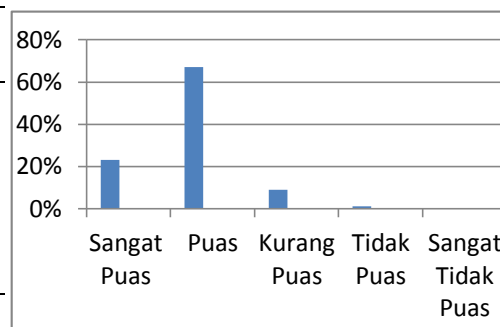
Dalam tabel 4.17 dapat dilihat dari 86 responden merasa sangat puas sebanyak 24%, puas 51%, kurang puas sebanyak 17%, tidak puas sebanyak 5% dan sangat tidak puas sebanyak 3%. Dapat disimpulkan sebagian besar responden merasa terpuaskan dalam kepuasan integrasi dan interaksi sosial yaitu sebanyak 51%.

Tingkat Kepuasan Hiburan

Tabel 4.20

No.	Jawaban Responden	Presentasi
1	Sangat Puas	23%
2	Puas	67%
3	Kurang Puas	9%
4	Tidak Puas	1%
5	Sangat Tidak Puas	0%
Total		100%

Diagram 4.19



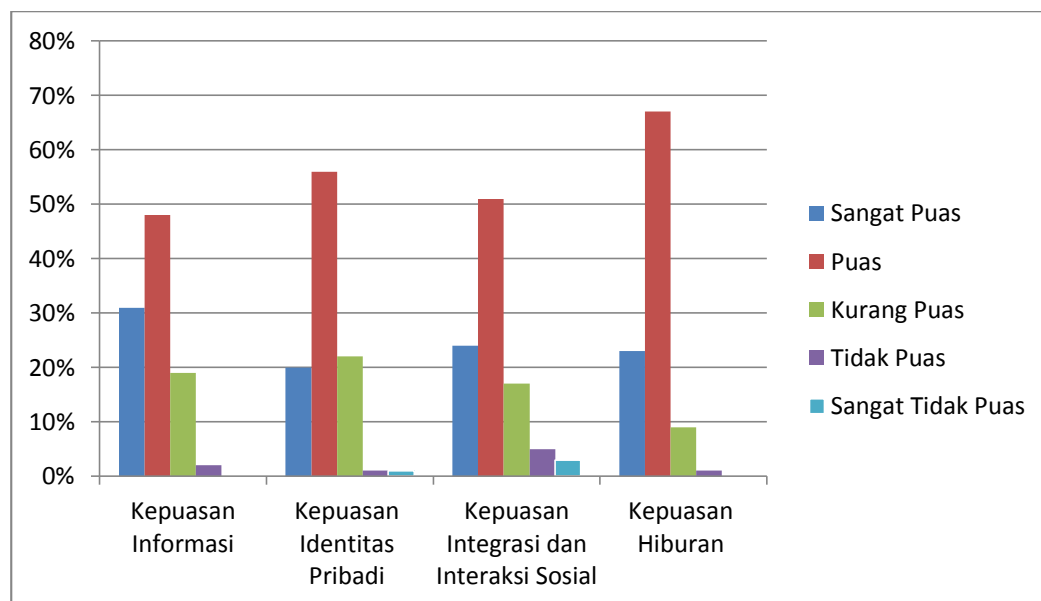
Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

Kepuasan hiburan ditampilkan dalam bentuk kuesioner sebanyak 2 butir pertanyaan (pertanyaan nomor 1 dan 6), terdiri dari pertanyaan ILC selalu hadir dengan topik yang menarik dan kualitas audio visual yang selalu menarik perhatian. Dalam tabel 4.20 dapat dilihat dari 86 responden merasa sangat puas sebanyak 23%, puas sebanyak 67% , kurang puas sebanyak 9%, tidak puas sebanyak 1% dan sangat tidak puas sebanyak 0%. Dapat disimpulkan sebagian besar reponden merasa terpuaskan dalam kepuasan hiburan sebanyak 67%.

Tabel 4.21
Perbandingan Tingkat Kepuasan

No	Kategori kepuasan	Sangat Puas	Puas	Kurang Puas	Tidak Puas	Sangat Tidak Puas
1.	Kepuasan Informasi	31%	48%	19%	2%	0%
2.	Kepuasan Identitas Pribadi	20%	56%	22%	1%	1%
3.	Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial	24%	51%	17%	5%	3%
4.	Kepuasan Hiburan	23%	67%	9%	1%	0%

Diagram 4.20



Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

Dapat dilihat pada tabel 4.21 bahwa dalam tingkat sangat puas paling tinggi dari keseluruhan responden yaitu pada kepuasan informasi 31%, kemudian di peringkat kedua kepuasan integrasi dan interaksi sosial 24%, di peringkat ketiga kepuasan hiburan 23%, dan paling terakhir dikepuasan identitas pribadi

20%. Pada tingkat puas dari keseluruhan responden, tingkat paling tinggi dari keseluruhan responden yaitu pada tingkat kepuasan hiburan sebanyak 67%, di peringkat kedua adalah tingkat kepuasan identitas sebanyak 56%, peringkat ketiga pada tingkat kepuasan integritas dan interaksi sosial sebanyak 51%, dan terakhir pada tingkat kepuasan informasi sebanyak 48%. Pada tingkat kurang puas dari keseluruhan responden, tingkat paling tinggi dari keseluruhan responden yaitu pada kepuasan identitas pribadi sebanyak 22%, pada peringkat kedua kepuasan informasi sebanyak 19%, peringkat ketiga kepuasan integrasi sebanyak 17%, dan di peringkat terakhir pada kepuasan hiburan sebanyak 9%. Pada tingkat kepuasan tidak puas dari keseluruhan responden, tingkat paling tinggi dari keseluruhan responden yaitu pada kepuasan integrasi dan interaksi sosial sebanyak 5%, peringkat kedua pada kepuasan informasi sebanyak 2% dan terakhir pada tingkat kepuasan hiburan dan kepuasan informasi masing-masing sebanyak 1%.

4.2.2. Uji Validitas

Validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Cara mengukur validitas menggunakan SPSS, untuk mengetahui setiap butir pertanyaan valid atau tidak yaitu jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen tersebut dinyatakan valid dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid. Nilai r_{hitung} untuk pengujian ini dapat diketahui melalui hasil pengolahan data melalui SPSS versi 16.0 sedangkan nilai r_{tabel} untuk $n=86$ adalah 0.278 dengan signifikansi 1%.

Tabel 4.22**Hasil Uji Validitas Kepuasan Informasi**

Nomor Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
2	0.607	0.278	Valid
4	0.749	0.278	Valid
5	0.702	0.278	Valid
7	0.643	0.278	Valid
11	0.697	0.278	Valid

Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

Hasil dari uji Validitas pada butir-butir pertanyaan kepuasan informasi memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 86$, sehingga seluruh butir pertanyaan pada kategori kepuasan informasi adalah valid.

Tabel 4.23**Hasil Uji Validitas Kepuasan Identitas Pribadi**

Nomor Per- tanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
3	0.677	0.278	Valid
10	0.808	0.278	Valid
12	0.724	0.278	Valid

Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

Hasil dari uji Validitas pada butir-butir pertanyaan kepuasan identitas pribadi memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 86$, sehingga seluruh butir pertanyaan pada kategori kepuasan identitas pribadi adalah valid.

Tabel 4.24**Hasil Validitas Kepuasan Interaksi dan Integrasi Sosial**

Nomor Per-tanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
13	0.725	0.278	Valid
14	0.906	0.278	Valid

Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

Hasil dari uji Validitas pada butir-butir pertanyaan kepuasan interaksi dan integritas sosial memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n= 86$, sehingga seluru butir pertanyaan pada kategori kepuasan interaksi dan integritas sosial adalah valid.

Tabel 4.25**Hasil Uji Validitas Kepuasan Hiburan**

Nomor Per-tanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0.795	0.278	Valid
6	0.837	0.278	Valid

Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

Hasil dari uji Validitas pada butir-butir pertanyaan kepuasan hiburan dan integritas sosial memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n= 86$, sehingga seluru butir pertanyaan pada kategori kepuasan hiburan adalah valid.

Berdasarkan tabel-tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa seluruh item pertanyaan untuk seluruh katogori kepuasan dinyatakan valid. Uji ini dikatakan valid karena seluruh katogori kepuasan diatas memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.

4.2.3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya memiliki sifat dapat dipercaya. Suatu alat ukur dikatakan memiliki reliabilitas apabila digunakan berkali-kali oleh peneliti yang sama atau peneliti lain tetapi memberikan hasil yang sama (Rakhmat,2001:17). Uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS versi 16.0 yang akan dilakukan menggunakan *Reliability Analisis Static* dengan *Corunbach Alpha (a)*. Jika nilai *Corunbach Alpha (a)* $>0,60$ maka dapat dikatakan tersebut reliabel.

Tabel 4.26

Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Informasi

Reliability Statisticd	
Cronbach's Alpha	N of Items
.706	5

Sumber : Data Primer yang sudah diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa reliabilitas pada katagori kepuasan informasi sebesar 0.706 karena reliabilitasnya $>0,6$ maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel.

Tabel 4.27

Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Identitas Pribadi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.631	3

Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa reliabilitas pada katagori kepuasan identitas pribadi sebesar 0.631 karena reliabilitasnya $>0,6$ maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel.

Tabel 4.28**Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.619	2

Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa reliabilitas pada katagori kepuasan integritas dan interaksi sosial sebesar 0.619 karena reliabilitasnya $>0,6$ maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel.

Tabel 4.29**Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Hiburan**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.620	2

Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa reliabilitas pada katagori kepuasan integritas dan interaksi sosial sebesar 0.620 karena reliabilitasnya $>0,6$ maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel.

Tabel 4.30
Hasil Uji Reliabilitas Semua Instrumen

Indikator Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Standarized</i>	Keterangan
Kepuasan Informasi	0,706	0,6	Reliabel
Kepuasan Identitas Pribadi	06,31	0,6	Reliabel
Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial	0,619	0,6	Reliabel
Kepuasan Hiburan	0,620	0,6	Reliabel

Sumber: Data Primer yang sudah diolah 2019

Dengan membandingkan hasil perhitungan yang diperoleh dengan menggunakan *Cronbach Alpha*, 0,6 maka diketahui bahwa masing-masing indikator memiliki nilai *alpha* yang lebih besar dari 0,6. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel atau andal.

4.3. Pembahasan

Pada bagian ini peneliti akan menjelaskan data yang diperoleh dari hasil penelitian. Peneliti memberikan kuesioner atau angket kepada 86 mahasiswa fakultas hukum USU yang mayoritasnya adalah laki-laki sebanyak 45 orang dan 41 perempuan. Fakultas hukum USU memiliki beberapa departemen dikarenakan peneliti menggunakan *purposive sampling* atau hanya meneliti pada mahasiswa

Fakultas Hukum saja, peneliti tidak mematokkan responden pada setiap departemen maka peneliti memberikan kuesioner secara acak pada setiap mahasiswa fakultas hukum angkatan 2016, sebagian besar responden adalah mahasiswa dari departemen Hukum Perdata Bw dan tidak ada alasan kenapa lebih banyak laki-laki dan departemen Hukum Perdata Bw karena dari awal peneliti tidak menargetkan lebih banyak perempuan dari pada laki-laki atau lebih banyak departemen yang lain dari pada departemen Hukum Perdata Bw.

Berdasarkan tabel tunggal diatas dapat disimpulkan bahwa program *Indonesia Lawyers Club* selalu menghadirkan topik-topik yang menarik dan aktual disetiap episodenya hal tersebut sejalan dengan pembahasan yang tersampaikan dengan jelas, hal tersebut dapat disimpulkan karena lebih dari setengah responden setuju dengan pendapat tersebut.

Banyak responden yang merasa program ILC banyak memberikan pengetahuan seputar hukum dan juga narasumber yang berkompeten namun sebagian yang lain merasa tidak setuju, menurut pertanyaan terbuka dikarenakan narasumber yang emosional dalam berargumentasi atau menyampaikan pendapatnya dan terkadang melenceng dari topik yang sedang diangkat. Pada pertengahan bulan Januari hingga Februari seperti batasan masalah penelitian sebagian besar dari responden setuju dengan pendapat kekonsistensian program ILC yang tetap memberikan pembahasan dan pengetahuan seputar hukum walaupun pada bulan tersebut merupakan “bulan politik”.

Menurut sebagian besar responden seperti pada tabel 4.14 dan 4.15 lebih dari setengah responden merasakan keterlibatan secara emosional mengenai

permasalahan hukum di Indonesia dan responden termotivasi untuk meningkatkan kepedulian terhadap hukum di Indonesia hal tersebut termasuk dalam golongan kepuasan integrasi dan interaksi sosial yang terpenuhi.

Untuk tingkat kepuasan paling tinggi jika di rata-ratakan adalah kepuasan hiburan hal tersebut dapat dilihat pada tabel 4.21. Sebab kepuasan hiburan paling tinggi dapat di karenakan sebagian besar responden adalah kalangan anak muda, dimana menurut peneliti setiap anak muda selalu tertarik dengan tontonan yang menghibur. Dimungkinkan jika responden di tujukan untuk kalangan yang lain maka hasilnya akan berubah. Berdasarkan uji validitas semua pertanyaan dinyatakan valid karena $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan signifikansi 1%. Berdasarkan uji reliabilitas seluruh pertanyaan dinyatakan reliabel.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan uraian-uraian dan hasil analisis data yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang berjudul Tingkat Kepuasan Penonton Siaran *Indonesia Lawyers Club* di TvOne untuk kalangan mahasiswa hukum Universitas Sumatera Utara adalah sebagai berikut:

1. Menurut McQuail (2011:174) tingkat kepuasan terbagi atas 4 katagori yaitu tingkat kepuasan informasi, kepuasan identitas pribadi, kepuasan integritas dan interaksi sosial dan terakhir kepuasan hiburan. Dari ke empat kategori kepuasan Mahasiswa Fakultas Hukum USU adalah terpenuhi, dikarenakan lebih dari setengah mahasiswa merasa puas atau sangat puas terhadap semua kategori kepuasan tersebut. Dari hasil penelitian katagori tertinggi yang tingkat kepuasannya sangat puas yaitu, tingkat kepuasan informasi sebanyak 30%. Katagori tertinggi yang tingkat kepuasannya puas yaitu, kepuasan hiburan sebanyak 67%. Katagori tertinggi dalam tingkat kepuasan kurang puas yaitu, katagori kepuasan identitas pribadi sebanyak 22% dan tingkat tertinggi dalam tingkat kepuasan tidak puas dan sangat tidak puas tertinggi yaitu kepuasan integritas dan interaksi sosial sebanyak 5% dan 3%.
2. Dalam pertanyaan terbuka yang diberikan peneliti kepada responden tentang kepuasan terhadap program siaran *Indonesia Lawyers Club*, 65%

responden merasa terpuaskan dengan alasan topik yang menarik, pengetahuan seputar hukum yang mereka dapatkan dari para narasumber, 20% dari responden merasa tidak puas dikarenakan narasumber yang memberikan pendapat atau beragumen dengan emosional hal tersebut tidak mencerminkan seorang yang berkompeten, 15% dari responden tidak memberikan alasan .

5.2. Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian dan menarik kesimpulan, peneliti menganggap adanya saran yang perlu untuk diperhatikan adapun saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan program siaran *Indonesia Lawyers Club* terus meningkatkan kualitasnya sehingga semakin menekan turun ketidak puasan yang diperoleh dari program ini.
2. Program *Indonesia Lawyers Club* harusnya bisa mendisiplinkan para narasumber agar lebih menjaga emosional dalam memberikan argumentasi dikarenakan argumentasi mereka di tonton oleh banyak kalangan secara *live* ditelevisi sehingga tidak mungkin dapat disensor, seperti menurut Usman, televisi memiliki daya jangkauan luas, Ini berarti televisi menjangkau segala lapisan masyarakat dengan berbagai latar belakang sosial, ekonomi khalayak dan strata social(2009:23). Bukan hanya argumentasi namun penempatan kata-kata yang tidak seharusnya di ucapkan seperti saling merendahkan, karena hal tersebut tidak seharusnya dilakukan oleh orang-orang yang berintelektual seperti yang diutarakan oleh Mudjia

Rahajo bahwa setiap orang pasti ingin di hargai dan dihormati. Seseorang yang berbicara didepan publik seharusnya harus memilih-milih kata yang tepat agar bicaranya bernilai tinggi yang bukan hanya didengar tetapi juga diperhatikan (Dewi, 2013:102).

3. Penulis memberikan saran apabila ada peneliti selanjutnya yang akan membahas mengenai tingkat kepuasan, sebaiknya lebih memperhatikan lagi kualitas dari kuesioner agar sesuai dengan populasi apabila penelitian ini ditujukan pada populasi yang berbeda kemungkinan akan menghasilkan hasil yang berbeda pula dikarenakan tingkat reliabel yang rendah.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Amirudin.2016, *Metode Penelitian Sosial*, Yogyakarta: Pratama Ilmu.

Ardi. 2013, *Paradigma dan Model Peneliti Komunikasi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala dan Siti Karlinah. 2014, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Bungis, Burhan. 2013. *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi :Format-format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan public, komunikasi, manajemen dan pemasaran edisi pertama*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.

Cangara. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Dewi, Fitriana Utami. 2013. *Public Speaking Kunci Sukses Bicara Di Depan Publik Teori Dan Praktik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Effendy, Onong Unchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti.

Ks, Usman. 2009, *Television News Reporting & Writing: panduan Praktis Menjadi Jurnalis Televisi*, Bogor: Ghalia Indonesia.

Kriyantono, Rachmat. 2014, *Teknik Praktik Riset Komunikasi*, Jakarta: Prenadamedia Group.

Latif, Rusman dan Yusiantie Utud. 2015, *Siaran Televisi Non-Drama*, Jakarta: PT. Aditya Andrebina Agung.

Linardi, Lea Nathasa. Kepuasan Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Tayangan Stasiun Dangdut di JTV. *Jurnal e-komunikasi* vol.3 nomor 1(2015). 17 Desember 2018
<https://www.e-jurnal.com/2016/01/kepuasan-masyarakat-surabaya-dalam.html>

Martono, Nanang. 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif analisis isi dan analisis data sekunder*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

McQuail, Denis. 2011, *Teori Komunikasi Massa McQuail*, Jakarta: Salemba Humanika.

Morissan. 2013, *Edisi Revisi Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*, Jakarta: Prenadamedia Group.

Mulyana, Deddy. 2011. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT. Remana Rosdakarya.

Nurudin. 2014, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: RajaGrafindi Persada.

Praseto, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2005, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Rakhmat. 2007, *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Dengan Contoh Analistik statistik*, Bandung: Rosdakarya.

Riduwan. 2012, *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, Bandung: Alfabeta.

Widodo, Fred. 2007, *Teknik Produksi Program Televisi*, Yogyakarta: Pinus Grup Publisher

Sumber lain:

http://id.wikipedia.org/wiki/Indonesia_Lawyers_Club tanggal 28 Januari 2019
pukul 21.45 WIB

LAMPIRAN





Uji validitas kepuasan informasi

Correlations

		informasi_1	informasi_2	informasi_3	informasi_4	informasi_5	total_in
informasi_1	Pearson Correlation	1	.489**	.206	.228*	.284**	.607**
	Sig. (2-tailed)		.000	.058	.034	.008	.000
	N	86	86	86	86	86	86
informasi_2	Pearson Correlation	.489**	1	.488**	.246*	.362**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.023	.001	.000
	N	86	86	86	86	86	86
informasi_3	Pearson Correlation	.206	.488**	1	.293**	.365**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.058	.000		.006	.001	.000
	N	86	86	86	86	86	86
informasi_4	Pearson Correlation	.228*	.246*	.293**	1	.328**	.643**
	Sig. (2-tailed)	.034	.023	.006		.002	.000
	N	86	86	86	86	86	86
informasi_5	Pearson Correlation	.284**	.362**	.365**	.328**	1	.697**
	Sig. (2-tailed)	.008	.001	.001	.002		.000
	N	86	86	86	86	86	86
total_in	Pearson Correlation	.607**	.749**	.702**	.643**	.697**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	86	86	86	86	86	86

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji validitas kepuasan hiburan

Correlations

		hiburan_1	hiburan_2	total_hi
hi- bu- ran_1	Pearson Correlation	1	.333**	.795**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000
	N	86	86	86
hi- bu- ran_2	Pearson Correlation	.333**	1	.837**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000
	N	86	86	86
to- tal_hi	Pearson Correlation	.795**	.837**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	86	86	86

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji validitas kepuasan identitas pribadi

Correlations

		identitas_1	identitas_2	identitas_3	total_id
identi- tas_1	Pearson Correlation	1	.334**	.149	.677**
	Sig. (2-tailed)		.002	.171	.000
	N	86	86	86	86
identi- tas_2	Pearson Correlation	.334**	1	.458**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.000
	N	86	86	86	86
identi- tas_3	Pearson Correlation	.149	.458**	1	.724**
	Sig. (2-tailed)	.171	.000		.000
	N	86	86	86	86
total_id	Pearson Correlation	.677**	.808**	.724**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	86	86	86	86

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji validitas kepuasan integritas dan interaksi sosial

Correlations

		inid_1	inid_2	total_inid
inid_1	Pearson Correlation	1	.365**	.725**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000
	N	86	86	86
inid_2	Pearson Correlation	.365**	1	.906**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000
	N	86	86	86
total_inid	Pearson Correlation	.725**	.906**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	86	86	86

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji reliabilitas kepuasan informasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.706	5

Uji reliabilitas kepuasan identitas pribadi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.631	3

Uji reliabilitas kepuasan integrasi dan identitas sosial

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.619	2

Uji reliabilitas kepuasan hiburan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.620	2

NOMOR KUESIONER

KUESIONER PENELITIAN

Saya Nadya Putri Dewanti, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara (UMSU) Program Studi Ilmu Komunikasi. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul TINGKAT KEPUASAN PENONTON SIARAN INDONESIA LAWYERS CLUB DI TV ONE UNTUK KALANGAN MAHASISWA HUKUM UNIVERSITAS SUMATERA UTARA. Sehubungan dengan hal tersebut saya bermaksud meminta ketersediaan anda dengan mengisi kuesioner dibawah ini. Seluruh data yang anda berikan akan bersifat rahasia dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas seluruh waktu dan kerjasama yang anda berikan saya ucapkan terimakasih.

I IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

NIM :

Jurusan :

Asal/ Tempat Tinggal :

Jenis Kelamin Laki-laki Perempuan

II TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA HUKUM USU TERHADAP PROGRAM SIARAN DI ILC DI TV ONE

PETUNJUK

Beri tanda centang pada salah satu kotak jawaban yang anda pilih

1.	Indonesia Lawyers Club selalu hadir dengan topik yang menarik	Sangat Setuju <input type="checkbox"/> Setuju <input type="checkbox"/> Kurang Setuju <input type="checkbox"/> Tidak Setuju <input type="checkbox"/> Sangat Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
2.	Setiap judul yang topik yang dibahas dalam program Indonesia Lawyers Club adalah topik-topik yang aktual	Sangat Setuju <input type="checkbox"/> Setuju <input type="checkbox"/> Kurang Setuju <input type="checkbox"/> Tidak Setuju <input type="checkbox"/> Sangat Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
3.	Pembahasan sesuai dengan topik dan tersampaikan dengan jelas pada pemirsanya	Sangat Setuju <input type="checkbox"/> Setuju <input type="checkbox"/> Kurang Setuju <input type="checkbox"/> Tidak Setuju <input type="checkbox"/> Sangat Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
4.	Setiap topik di bahas secara mendalam di setiap episodenya	Sangat Setuju <input type="checkbox"/> Setuju <input type="checkbox"/> Kurang Setuju <input type="checkbox"/> Tidak Setuju <input type="checkbox"/> Sangat Tidak Setuju <input type="checkbox"/>

5.	Program Indonesia Lawyers Club selalu menghadirkan narasumber yang berkopeten di setiap topik nya	Sangat Setuju <input type="checkbox"/> Setuju <input type="checkbox"/> Kurang Setuju <input type="checkbox"/> Tidak Setuju <input type="checkbox"/> Sangat Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
6.	Kualitas audio visual program Indonesia Lawyers Club selalu menarik perhatian	Sangat Setuju <input type="checkbox"/> Setuju <input type="checkbox"/> Kurang Setuju <input type="checkbox"/> Tidak Setuju <input type="checkbox"/> Sangat Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
7.	Anda benar-benar tertarik mengetahui secara utuh bagaimana permasalahan hukum di Indonesia, dan memilih program talkshow Indonesia Lawyers Club sebagai ladang informasi	Sangat Benar <input type="checkbox"/> Benar <input type="checkbox"/> Kurang Benar <input type="checkbox"/> Tidak Benar <input type="checkbox"/> Sangat Tidak Benar <input type="checkbox"/>
8.	Anda tidak pernah ketinggalan menonton program talkshow Indonesia Lawyers Club	Sangat Benar <input type="checkbox"/> Benar <input type="checkbox"/> Kurang Benar <input type="checkbox"/> Tidak Benar <input type="checkbox"/> Sangat Tidak Benar <input type="checkbox"/>
9.	Anda menonton program talkshow Indonesia Lawyers Club dari awal hingga selesai	Sangat Benar <input type="checkbox"/> Benar <input type="checkbox"/> Kurang Benar <input type="checkbox"/> Tidak Benar <input type="checkbox"/> Sangat Tidak Benar <input type="checkbox"/>
10.	Anda merasa puas dengan pembahasan mengenai permasalahan hukum di program talkshow Indonesia Lawyers Club selama pertengahan bulan Januari hingga Februari	Sangat Puas <input type="checkbox"/> Puas <input type="checkbox"/> Kurang Puas <input type="checkbox"/> Tidak Puas <input type="checkbox"/> Sangat Tidak Puas <input type="checkbox"/>
11.	Selama anda menonton program talkshow Indonesia Lawyers Club dari pertengahan bulan Januari hingga Februari, program talkshow ini tetap konsisten memberikan pengetahuan seputar hukum. Walaupun pada bulan tersebut merupakan bulan "politik"	Sangat Konsisten <input type="checkbox"/> Konsisten <input type="checkbox"/> Kurang Konsisten <input type="checkbox"/> Tidak Konsisten <input type="checkbox"/> Sangat Tidak Konsisten <input type="checkbox"/>
12.	Setelah anda menonton program Indonesia Layers Club anda merasa terlibat secara emosional mengenai polemik hukum di Indonesia	Sangat Setuju <input type="checkbox"/> Setuju <input type="checkbox"/> Kurang Setuju <input type="checkbox"/> Tidak Setuju <input type="checkbox"/> Sangat Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
13.	Setelah anda menonton program acara Indonesia Lawyers Club anda merasa termotivasi untuk terus meningkatkan kepedulian terhadap hukum khususnya di Indonesia	Sangat Setuju <input type="checkbox"/> Setuju <input type="checkbox"/> Kurang Setuju <input type="checkbox"/> Tidak Setuju <input type="checkbox"/> Sangat Tidak Setuju <input type="checkbox"/>
14.	Anda sering menjadinya topik atau permasalahan dalam program Indonesia Lawyers Club sebagai bahan pembelajaran di kelas bersama dosen atau pun diluar kelas bersama teman	Sangat Benar <input type="checkbox"/> Benar <input type="checkbox"/> Kurang Benar <input type="checkbox"/> Tidak Benar <input type="checkbox"/> Sangat Tidak Benar <input type="checkbox"/>

II KRITIK DAN SARAN

Apakah anda merasa puas/ tidak puas dengan tayangan ILC selama ini? berikan alasannya

.....

.....

.....



Unggah, Cerdas & Terpercaya
Jawab surat ini agar disebutkan
dan tanggapnya

020-11

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20230 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-1

PERMOHONAN-PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Jurusan NUR HASANAH NST
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 26 oktober 2018

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : NADYA RITSI DEWANTI
N P M : 150310082
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
Tabungan sks : 130 sks, IP Kumulatif 3,46...

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Analisis isi pesan persahabatan dalam ikatan Pagi-Pagi Umuf berbagai.	
2	Pemesertasi citra tanah air Rudi Haldi dalam film Rudi Haldi	
3	Tingkat keruasan kepercayaan penonton siaran Indonesia Lawyer Club di Tivore Umuf kalangan mahasiswa hukum USU	<u>4/6-2018</u>

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Jurusan :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 26 oktober 2018

Ketua,

Pemohon,

(NADYA RITSI DEWANTI)

TS: COTTY MONICA 08/11/2018



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 020 -11 /SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2018

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2003 dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal **09 November 2018** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **NADYA PUTRI DEWANTI**
NPM : 1503110082
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2018 / 2019
Judul Skripsi : **TINGKAT KEPUASAN PENONTON SIARAN
INDONESIA LAWYERS CLUB DI TV ONE UNTUK
KALANGAN MAHASISWA HUKUM USU.**

Pembimbing : Corry Novrica AP Sinaga, S.Sos.,M.A

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2015 tanggal 13 Muharram 1437 H / 26 Oktober 2015 M.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa kadaluarsa tanggal: 09 November 2019.

Ditetapkan di Medan,

Pada tanggal : 02 Rabiul Awwal 1439 H

10 November 2018 M

Dekan

Dr. Arifin Saich, S.Sos., M.SP

Tembusan :

1. Ketua P.s. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. Di Medan;
3. Peringgal.



Chiggu, Cerdas & Terpercaya
Bila menulis surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 1 Januari 2019

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : NADYA PUTRI DEWANTI
N P M : 1503110082
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 002/11/SK/IL.3/UMSU-03/F/2019 tanggal 03 NOVEMBER 2018 dengan judul sebagai berikut :

TINGKAT KERUASAN PENONTON SIARAN INDONESIA LAWYERS CLUB DI TV ONE
UNTUK KALANGAN MAHASISWA UMSU

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Menyetujui :

Pembimbing

(CORRY NOVRICA AP. SINAGA) S.Sos. MA

Pemohon

(NADYA PUTRI DEWANTI)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: rektor@umsu.ac.id

Bila merpwti surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Nomor : 169/KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2019
Lampiran : --
Hal : **Mohon Diberikan izin Penelitian Mahasiswa**

Medan, 29 Jumadil Awal 1440 H
04 Februari 2019 M

Kepada Yth : **Dekan Fakultas Hukum**
Universitas Sumatera Utara
di-
Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan

Untuk memperoleh data penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu (S1), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama Mahasiswa : **NADYA PUTRI DEWANTI**
N P M : 1503110082
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) / Tahun Akademik 2018/2019
Judul Skripsi : **TINGKAT KEPUASAN PENONTON SIARAN INDONESIA LAWYERS CLUB DI TV ONE UNTUK KALANGAN MAHASISWA HUKUM USU**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.
Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Dekan

Dr. ARIEF SALEH, S.Sos., MSP.

Cc : File.



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

Jalan Universitas No. 4 Kampus USU, Medan 20155
Telepon (061) 8213571, 8213572, 8214210 Faximile. (061) 8213571

Nomor : **557**/UN5.2.1.2/SPB/2019 20 Februari 2019
Lampiran : -
Hal : **Mohon Diberikan Izin Penelitian Mahasiswa**


Yth. : **Dekan**
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Medan

Dengan hormat, menindaklanjuti surat dari Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan Nomor : 169/KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2019, tanggal 04 Februari 2019, perihal tersebut pada pokok surat, kami sampaikan bahwa pada dasarnya kami tidak berkeberatan dan mengizinkan Mahasiswa yang namanya tersebut dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Nadya Putri Dewanti
N P M : 1503110082
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) / Tahun Akademik 2018/2019
Judul Skripsi : TINGKAT KEPUASAN PENONTON SIARAN INDONESIA
LAWYERS CLUB DI TV ONE UNTUK KALANGAN
MAHASISWA HUKUM USU

untuk melaksanakan penelitian dalam rangka penulisan skripsi di Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara.

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.


Prof. Dr. Saidin, SH., M.Hum
NIP. 196202131990031002

Tembusan :
- Dekan FH USU.

UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI
Nomor : 022/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2019

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 11 Januari 2019
Waktu : 08.00 WIB s.d. selesai
Tempat : Gedung C Ruang 208 C
Pemimpin Seminar : Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENGUJI	PEMIMBING	JUDUL SKRIPSI
1	DEDE SYAHPUTRA SINAGA	1303110212	CORRY NOVIRICA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI AGEN PT. ALLIANZ DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK RUMAHKU PLUS
2	ASYIFA NURSEHA BATUBARA	1503110196	CORRY NOVIRICA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom.	PENGARUH BOYBAND KOREAN POP BANGGATANI BOYS TERHADAP KOSISTENSI PERILAKU PENGEMAR
3	NURUL HIDAYAH	1503110172	ASMAWITA AM. Lc., M.A., HJ.	NUR RAHMAH AMINI, S.Ag., M.Ag.	KOMUNIKASI KESEHATAN YUSPNER SUMATERA UTARA DALAM MENINGKATKAN KESADARAN PEREMPUAN AKAN KESEHATAN REPRODUKSI
4	MEYSA BUNGA KASIH	1503110144	ASMAWITA AM. Lc., M.A., HJ.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	POLA KOMUNIKASI ANTARBUDAYA DALAM PROSES LAMARAN PERKAWINAN PADA KELUARGA SUKU BATAK TOBA DENGAN KELUARGA SUKU JAWA
5	NADYA PUTRI DEWANTI	1503110082	ELVITA YENNI, S.S., M.Hum.	CORRY NOVIRICA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	TINGKAT KEPuasan PENONTON SIARAN INDONESIA LAWYERS CLUB DI TV ONE UNTUK KALANGAN MAHASISWA HUKUM USU

Medan, 03 Jumadil Awwal 1440 H
09 Januari 2019 M

a.n. Dekan
Ismi Dekan
Bis. ZULFAHMI, M.I.Kom.





Unggul, Cerdas & Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Slk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : NADYA PUTRI DEWANTI
N P M : L503110082
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
Judul Skripsi : TINGKAT KERASAM PENONTON SPARAN INDONESIA LAWYERS CLUB TVONE UNTUK FALANGAN MAHASISWA MEYUM UNIVERSITAS SUMATERA UTARA.

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	1/12/2018	Konsultasi Judul	
2.	8/12/2018	ACC Judul & bimbingan.	
3.	15/12/2018	Bimbingan dan Revisi Proposal bab I	
4.	17/12/2018	Bimbingan dan Revisi Proposal bab II	
5.	21/1/2019	Bimbingan dan Revisi proposal bab III	
6.	4/1/2019	ACC proposal	
7.	21/1/2019	Bimbingan kuesioner	
8.	28/1/2019	Bimbingan skripsi bab I-III	
9.	20/2/2019	Bimbingan skripsi bab IV	
10.	21/2/2019	Bimbingan skripsi bab IV dan Revisi	
11.	25/2/2019	Bimbingan Bab I-V	
12.	1/3/2019	Acc Skripsi	

Medan, 1 Maret 2019

Dekan,

Ketua Program Studi,

Pembimbing ke :

(DR. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP)

NURHASANAH, N.Si., S.Sos., M.Kom. (M)

(Corry Novica Simanungkalit, S.Soc., MA)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

SK-10

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI
Nomor : 383/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2019

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 13 Maret 2019
Waktu : 07.45 Wlp s.d selesai
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENJILIH			Judul Skripsi
			PENJILIH I	PENJILIH II	PENJILIH III	
21	SITI HAWA	1503110119	LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	Drs. BARRUJI JAMIL, MAP	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom	POLA KOMUNIKASI PERSUASIF KEETUA DIVISI TEATER TAMAN BUDAYA DALAM MENARIK MINAT MENONTON TEATER PADA MASYARAKAT
22	HANUNIM	1503110105	IRWAN SYARI TANJUNGG, S.Sos, MAP	PUJI SANTOSO, S.S, MSP	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	KOMUNIKASI PEMBANGUNAN PERUSAHAAN DAERAH (PD) PASAR KOTA MEDAN DALAM MENINGKATKAN EKSTENSISI PASAR TRADISIONAL HALAT (Studi Pada Pasar Tradisional Haiat Medan)
23	IVANDA MAULIDIYAH	1503110018	Dra. Hj. ASMAWITA, AM, MA	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M. I.Kom	OPINI MASYARAKAT TERKAIT PEMANFAATAN SPOT FOTO MERCI BARRN
24	ASTI FEBRIANI	1503110168	Dr. ARIFIN SALEH, M.SP	Dr. ANANG ANAS AZHAR, MA	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	PROSES PRODUKSI PROGRAM BINGKAI SUMATERA DALAM MEMBANGUN CITRA DAAI TV MEDAN
25	NADYA PUTRI DEWANTI	1503110082	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	CORRY NOVIRICA SINAGA, S.Sos, M.A	TINGKAT KEPuasan PENONTON SARAN INDONESIA LAWYERS CLUB DI TV ONE UNTUK KALANGAN MAHASISWA HUKUM USU

Notulis Sidang :

1.

Medan, 04 Rajab 1440 H
11 Maret 2019 M



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP



Dr. ZULFAHM, M.I.Kom

Panitia Ujian