

ABSTRAK

Donna Issabella (44117120028) **HUBUNGAN MOTIF MENONTON TAYANGAN INDONESIA PINTAR DI SCTV TERHADAP KEPUASAN ANAK-ANAK SEKOLAH DASAR SDN CIRACAS 15 PAGI**. Skripsi, Jurusan Broadcasting, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Dunia pertelevisian di Indonesia sekarang ini telah berkembang. Komunikasi selalu mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan kehidupan manusia. Stasiun televisi menyajikan berbagai program acara yang menghibur untuk dikonsumsi penontonnya. Persaingan di industri televisi pada umumnya mengacu kepada persaingan merebut perhatian audience atau penonton. Acara games show yang saat ini sedang banyak ditonton masyarakat terutama anak-anak sekolah dasar adalah acara Indonesia Pintar yang tayang di televisi Indonesia SCTV. pangsa pasar tujuannya adalah anak sekolah dasar, dimana penonton studio yang hadir adalah anak-anak sekolah dasar. Adapun **tujuan dari penelitian ini adalah** untuk mengetahui seberapa besar tingkat motif dan tingkat kepuasan menonton tayangan Indonesia Pintar di SCTV pada kalangan siswa sekolah dasar SDN Ciracas 15 Pagi.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan pendekatan analisis *Uses and Gratification*. **Metode penelitian ini adalah** survei menggunakan sifat ekplanatif komparatif dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Peneliti menggunakan survei ekplanatif komparatif bermaksud untuk membuat komparasi (membandingkan) antara variabel yang satu dengan variabel lainnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa siswa-siswi SDN Ciracas 15 Pagi yang menonton program acara *game show* Indonesia Pintar mempunyai rata-rata motif sebesar 194.1 dan kepuasan rata-rata 180.6 dari hasil tersebut penelitian ini dikatakan motif dan kepuasan mempunyai korelasi. Dimensi hiburan kurang berhasil memberikan kepuasan kepada siswa-siswi SDN Ciracas 15 Pagi. Dan korelasi dalam penelitian ini sebesar 0.734, dapat dikatakan korelasi antara motif dan kepuasan kuat.

Kata kunci : Motif, Kepuasan, Games Show, Indonesia Pintar SCTV.

ABSTRACT

Donna Issabella (44117120028) View MOTIF OF INDONESIA SMART WATCH IN SCTV TO THE SATISFACTION OF ELEMENTARY SCHOOL CHILDREN SDN CIRACAS 15 AM. Thesis, Department of Broadcasting. Faculty of Communication Sciences University of MERCU Buana

The purpose of this research is to know the influence of product quality and consumer confidence to purchase decisions of Muslim fashion in online shop Sazqiya. Research using causal research design is to know the influence of one or more free variables against a bound variable by conducting a hypothesis test with statistical testing. The population is an online shop consumer Sazqiya which amounted to 1073 consumers. The sampling technique is nonrandom sampling, with the convenience sampling technique being obtained by the number of samples in this study as much as 70 respondents. The results showed that: (1) There is a positive and significant influence between the quality of Komatsu to the decision of purchase of Muslim fashion in online shop Sazqiya, evidenced by the value of T_{hitung} greater than that of this namely $11,607 > 1,996$, value $Probability = 0.000$ is below 0.05 . (2) There is a positive and significant influence between the consumer confidence in the purchase decision of Muslim fashion in online shop Sazqiya, evidenced by the value of T_{hitung} greater than this $IE 5,426 > 1,996$, probability value (significance) = 0.000 is below 0.05 . (3) There is a positive and significant influence between the quality of the Komatsu and the consumer trust together to purchase decisions of Muslim fashion in online shop Sazqiya, evidenced by the value $F_{calculate} > F_{tabel}$ is $270,830 > 3.13$, value $Probability = 0.000$ is below 0.05 . And R^2 (R Square) Results of 0.890 , meaning 89% of product quality and consumer confidence have contributed to the influence of purchasing decisions, while the remainder of 11% is influenced by other variables not researched in the study This.

MERCU BUANA

Keywords: product quality, consumer confidence, purchasing decision.