



**MOTIVASI REMAJA DALAM MENONTON TAYANGAN  
PIALA ASIA 2007**

**( Studi Deskriptif Pada Siswa SMA 96 Dalam Motivasi Menonton Tayangan Piala Asia 2007 )**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana ( S1 ) Ilmu Komunikasi

**Nama : Rizki Briandana**

**Nim : 04103 - 097**

**Jurusan : Broadcasting**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2007**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
JURUSAN BROADCASTING**

### **Lembar Persetujuan Sidang Skripsi**

Nama : Rizki Briandana  
Nim : 04103-097  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Judul : Motivasi Remaja Dalam Menonton Tayangan Piala Asia 2007

Mengetahui,

Pembimbing I

( Dra. Agustina Zubair, M.Si )

Pembimbing II

( Feni Fasta, S.E, M.Si )



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**JURUSAN BROADCASTING**

### **Tanda Lulus Sidang Skripsi**

Nama : Rizki Briandana  
Nim : 04103-097  
Fakultas : Komunikasi  
Judul : Motivasi Remaja Dalam Menonton Tayangan Piala Asia 2007

Jakarta, 1 Oktober 2007

Ketua Sidang

Nama : Ponco Budi Sulistyono, S.Sos, M.Comm

(.....)

Penguji Ahli

Nama : Heri Budianto, M.Si

(.....)

Pembimbing I

Nama : Dra. Agustina Zubair, M.Si

(.....)

Pembimbing II

Nama : Feni Fasta, S.E, M.Si

(.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**JURUSAN BROADCASTING**

### **Pengesahan Perbaikan Skripsi**

Nama : Rizki Briandana  
Nim : 04103-097  
Fakultas : Komunikasi  
Judul : Motivasi Remaja Dalam Menonton Tayangan Piala Asia 2007

Jakarta, 1 Oktober 2007

Disetujui dan diterima oleh :

Pembimbing I

( Dra. Agustina Zubair, M.Si )

Pembimbing II

( Feni Fasta, S.E, M.Si )

Mengetahui,

Ketua Bidang Studi

( Drs. Riswandi, M.Si )

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

( Dra. Diah Wardhani, M.Si )



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
JURUSAN BROADCASTING**

### **ABSTRAK**

**Nama : Rizki Briandana**  
**Judul : Motivasi Remaja Dalam Menonton Tayangan Piala Asia 2007 (Studi deskriptif pada pada siswa SMA 96 Jakarta Barat dalam motivasi menonton Tayangan Piala Asia 2007).**  
**Bibliografi : 35 Buku ( Tahun 1975 – 2006 )**

Media televisi telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari peradaban kehidupan manusia. Ketika kita menginginkan informasi kita dapat menonton siaran berita di televisi, saat kita ingin memperoleh hiburan maka televisi selalu dapat menyajikan tayangan-tayangan hiburan yang menarik. Itu merupakan suatu kebutuhan dan kepentingan khalayak untuk menggunakan suatu media. Khalayak sendiri membutuhkan suatu informasi yang bisa memenuhi kebutuhannya. Dengan menggunakan media, khalayak bisa mengukur sejauh mana tingkat kepuasan akan informasi tersebut. Dari kepuasan dan kegunaan atas media tersebut, dipelajari khusus dalam studi *uses and gratifications*. Motivasi merupakan suatu dorongan individu untuk melakukan sesuatu hal. Dimana dalam penggunaan suatu media, ada dorongan-dorongan yang membuat seseorang untuk membutuhkan menggunakan media, yaitu dorongan akan informasi, identitas pribadi, interaksi sosial, dan hiburan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa yang menjadi motivasi remaja dalam menonton Tayangan Piala Asia 2007.

Tipe penelitian deskriptif dengan metode survei yang menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pada penelitian ini. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data primernya survei dan dan sekundernya melalui kepustakaan. Populasi di SMA 96 Jakarta Barat yang total siswa nya 735 orang. Dengan menggunakan rumus Suharsimi Arikunto, diambil 74 responden sebagai sampel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi remaja dalam menonton tayangan Piala Asia 2007 yang didasarkan atas empat dimensi yaitu informasi, identitas pribadi, interaksi sosial, dan hiburan menunjukkan hasil 3,56. Angka tersebut apabila dikaitkan dengan interpretasi skor likert maka, “Motivasi Remaja Dalam Menonton Tayangan Piala Asia 2007” adalah Tinggi / Positif. Dan dimensi informasi merupakan faktor yang paling dominan pada remaja dalam menonton tayangan Piala Asia 2007

## KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim,

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Salawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menunjukkan jalan yang penuh berkah kepada umatnya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari doa, dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih antara lain kepada :

1. Ibu Dra. Agustina Zubair, M.Si sebagai dosen pembimbing I atas kesediaan waktu konsultasinya dan masukan-masukan yang berharga, sehingga skripsi ini dapat memenuhi syarat untuk kelulusan. Terima kasih atas koreksi, motivasi, saran, dan kritik sehingga membuat peneliti untuk tetap termotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Feni Fasta, S.E, M.Si sebagai dosen pembimbing II atas kesediaan waktu konsultasinya. Terima kasih atas ketelitian ibu dalam mengkoreksi skripsi peneliti, sehingga peneliti bisa lebih lengkap dalam pembuatan skripsi ini.
3. Bpk Drs. Riswandi, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Broadcasting Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen Broadcasting, khususnya Bpk Ponco Budi Sulistyio, S.Sos, M.Comm, atas masukannya yang berharga.

5. Keluarga tercinta, Bapak, Mama, Inah, Ei, Mas Adib atas semua dukungan, bantuan dan do'a nya yang sangat berarti dan yang tidak pernah habis untuk berhenti. Ahnaf & Ardi yang selalu menghibur di setiap waktu.
6. Bapak dan Ibu guru SMA 96 Jakarta Barat yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian. Khususnya Ce' Enok dan keluarga yang sudah banyak membantu dalam proses penelitian.
7. Programming Global TV. Mas Yedi, Aat, Abi, Meta, Indry, Hari yang telah memberi kesempatan belajar dan banyak membantu dalam penelitian.
8. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ilmu Komunikasi, terutama Mas Erpan, Mba Lila, Mas Ibeng yang telah membantu dalam hal penyelesaian skripsi ini.
9. Yuli Cahyasari, terima kasih untuk do'a, bantuan, dukungan, dan kebersamaannya.
10. Sahabat-sahabat peneliti, Ali, Rully, Kikis, Joe, Willy, Qbocan, Reza, Sobir, Ipon, Fali, Cening, Arju, Renhat, Ika, Mamat, Gendut.
11. Lisa & Denti yang sudah banyak membantu & memberi masukan. Mungkin tanpa kalian, skripsi ini belum selesai.
12. Broadcast '03, Obbie, Jack, Ozon, Dipa, Tomi, Feri, Dsong, Yahya, Agus, Yoris, DW, Eko, Barok, Fahmi, Kujil, Black, Gepeng, Ujang, Gita, Rista, Yayat, Fauzan, Pitak, Bayu, Manai, Adit, Hani, Nurman, Sari, Betet, Anti, Dania, Lovi, Nita, Cha-cha, Babeh, Murdock, Kristian, Aji, Iin, Citra, Ipul, Hani, Acul, Bahrul, Ipul, Wiwin, Wulan, thx buat kebersamaan kalian.
13. Broadcool FC, Iboy, Ade, Lambe, Haikal, Cahyo,dll. (senang bisa dipercaya jadi kapten kalian).

14. AYIO tercinta, K'Syaikhu dan Keluarga Bunda buat semua do'anya.
15. Artline production buat kesempatan dan ilmunya, Black & White yang selalu tetap eksis.
16. Karang Taruna Cantiga. Khususnya Ibnu & Krisju buat masukannya.
17. Baling-baling, Sexy Tony, Daybreak.
18. Semua pihak yang telah banyak membantu dan tidak bisa disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu peneliti menerima segala saran dan kritik demi kesempurnaan skripsi ini. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi dunia broadcasting dan subyek penelitian. Sekaligus dapat menjadi inspirasi, masukan, dan wawasan bagi pembacanya maupun bagi peneliti sendiri.

Jakarta, 1 Oktober 2007

**Peneliti**

## DAFTAR ISI

**JUDUL**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKripsi**

**TANDA LULUS SIDANG SKripsi**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKripsi**

<b>ABSTRAKSI</b>	.....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	.....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	.....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	.....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	.....	<b>xiii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1.	Latar Belakang Masalah	.....	<b>1</b>
1.2.	Perumusan Masalah	.....	<b>7</b>
1.3.	Tujuan Penelitian	.....	<b>7</b>
1.4.	Signifikansi Masalah	.....	<b>7</b>

### **BAB II KERANGKA TEORI**

2.1.	Komunikasi Massa	.....	<b>9</b>
2.2.	Televisi Sebagai Media Massa	.....	<b>11</b>
2.3.	Program Siaran Televisi	.....	<b>18</b>

2.4.	Program Olahraga	21
2.5.	Khalayak	22
2.6.	Pendekatan <i>uses and gratifications</i>	24
2.7.	Motivasi	30

### **BAB III METODOLOGI**

3.1.	Tipe Penelitian	33
3.2.	Metode Penelitian	34
3.3.	Populasi & Sampel	35
3.3.1.	Populasi	35
3.3.2.	Sampel	35
3.4.	Definisi & Operasionalisasi Konsep	36
3.4.1.	Definisi Konsep	36
3.4.2.	Operasionalisasi Konsep	39
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	47
3.6.	Analisis Data	47

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

4.1.	Sejarah Piala Asia	50
4.2.	Hasil Kuesioner	51
4.2.1.	Data Responden	51
4.2.2.	Motivasi Remaja Dalam Menonton Tayangan Piala Asia 2007	54

4.2.2.1 Penilaian Terhadap Dimensi Informasi.....	54
4.2.2.2 Penilaian Terhadap Dimensi Identitas Pribadi...	66
4.2.2.3 Penilaian Terhadap Dimensi Interaksi Sosial....	70
4.2.2.4 Penilaian Terhadap Dimensi Hiburan.....	76
4.3 Pembahasan .....	88

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	91
5.2. Saran .....	92

Daftar Pustaka

Lampiran

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.4.1	37
Gambaran Definisi Konsep	
Tabel 3.4.2	40
Gambaran Operasionalisasi Konsep	
Tabel 3.6.1	48
Skor Skala Likert	
Tabel 4.2.1	51
Data Responden Berdasarkan Kelompok Umur	
Tabel 4.2.2	52
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	
Tabel 4.2.3	53
Data Responden Berdasarkan Lama Menyukai Sepak Bola	
Tabel 4.2.4	54
Tingkat Keinginan Untuk Mengetahui Tim Pemenang dan Hasil-hasil Pertandingan	
Tabel 4.2.5	56
Tingkat Keinginan Untuk Mengetahui Formasi Yang Digunakan Oleh Tim Yang Bertanding	
Tabel 4.2.6	57
Tingkat Keinginan Untuk Mengetahui Aksi Pelatih	

Tabel 4.2.7	58
Keinginan Untuk Mengetahui Pemain Yang Mendapat Kartu Kuning / Merah	
Tabel 4.2.8	59
Keinginan Untuk Mengetahui Aksi Kapten Tim	
Tabel 4.2.9	60
Keinginan Untuk Mengetahui Pencetak Gol	
Tabel 4.2.10	61
Keinginan Untuk Menantikan Pemain Terbaik	
Tabel 4.2.11	62
Keinginan Untuk Mengetahui Tim Yang Juara	
Tabel 4.2.12	63
Keinginan Untuk Mengetahui Wasit Yang Memimpin Pertandingan	
Tabel 4.2.13	64
Keinginan Untuk Mengetahui Berasal Dari mana Wasit Yang Memimpin Pertandingan	
Tabel 4.2.14	65
Akumulasi Dimensi Informasi	
Tabel 4.2.15	66
Menambah Skill Dalam Bermain Sepak Bola	
Tabel 4.2.16	67
Penggemar Fanatik Sepak Bola	
Tabel 4.2.17	68
Menambah Wawasan Tentang Persepakbolaan Asia	

Tabel 4.2.18 .....	69
Menjunjung Tinggi Nilai Sportivitas	
Tabel 4.2.19 .....	70
Akumulasi Dimensi Identitas Pribadi	
Tabel 4.2.20 .....	71
Terlihat Gaul dan Tidak Ketinggalan Informasi Memiliki Bahan Pembicaraan	
Tabel 4.2.21 .....	72
Menambah Teman Baru	
Tabel 4.2.22 .....	73
Memiliki Bahan Pembicaraan	
Tabel 4.2.23 .....	74
Dijadikan Informan Piala Asia 2007	
Tabel 4.2.24 .....	75
Melihat Kerja Tim yang Baik	
Tabel 4.2.25 .....	76
Akumulasi Dimensi Interaksi Sosial	
Tabel 4.2.26 .....	77
Mengganti kegiatan di Waktu Luang	
Tabel 4.2.27 .....	78
Menyalurkan Hobi	
Tabel 4.2.28 .....	79
Melihat Pemain Favorit	

Tabel 4.2.29	80
Melihat Gol- gol Spektakuler	
Tabel 4.2.30	81
Mendapat Kesenangan	
Tabel 4.2.31	82
Menghilangkan Stres	
Tabel 4.2.32	83
Menantikan Kuis	
Tabel 4.2.33	84
Komentator Menyenangkan	
Tabel 4.2.34	85
Akumulasi Dimensi Hiburan	
Tabel 4.2.35	86
Hasil Penelitian Motivasi Remaja Dalam Menonton Tayangan Piala Asia 2007	

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Pengambilan Data Skripsi / Riset
2. Kuesioner
3. Tabel Rekapitulasi Hasil Penelitian
4. Tabel Coding Sheet
5. Rating & share remaja dalam menonton Tayangan Piala Asia 2007 dari tanggal 7-29 Juli 2007
6. Lembar Bimbingan Skripsi Dosen Pembimbing I & II
7. Lembar Pernyataan Skripsi Asli
8. Curricullum Vitae Peneliti

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Komunikasi adalah hal mendasar yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Hal tersebut muncul dan berkembang seiring dengan besarnya manfaat komunikasi yang didapatkan manusia. Manfaat tersebut berupa dukungan identitas diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang disekitar kita, baik itu lingkungan rumah, sekolah, kampus maupun lingkungan kerja<sup>1</sup>. Selain itu komunikasi digunakan untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi komunikasi dapat berkembang dengan bertukarnya informasi yang dimiliki oleh setiap manusia. Tindakan komunikasi dapat dilakukan dengan berbagai macam cara. Ada yang dilakukan secara langsung seperti percakapan tatap muka, dan yang dilakukan secara tidak langsung seperti komunikasi lewat medium atau alat perantara seperti surat kabar, majalah, radio, film dan televisi.

Media televisi telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari peradaban kehidupan manusia, hampir dalam keseharian kita selalu berhubungan dengan media komunikasi massa yang paling berpengaruh ini. Ketika kita menginginkan informasi kita dapat menonton siaran berita di televisi, saat kita ingin memperoleh hiburan maka televisi selalu dapat menyajikan tayangan-tayangan hiburan yang menarik, dan dengan menonton televisi maka akan banyak hal-hal baru yang dapat diketahui oleh

---

<sup>1</sup> Deddy Mulyana. *Ilmu Pengantar Suatu Komunikasi*. Remaja Rosdakarya, Bandung : 2001. Hal 4

manusia. Singkat kata, kini manusia hidupnya sudah sangat bergantung dengan yang namanya media televisi.

Televisi merupakan salah satu jenis media komunikasi massa yang paling efektif diantara media-media yang lain, hal itu dikarenakan sifatnya yang *audio-visual* (pandang dengar), serta karakteristiknya yang mampu menyampaikan pesan kepada *audience* yang sangat luas. Ahli komunikasi *Bittner*, mendefinisikan bahwa “komunikasi massa adalah pesan-pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang”<sup>2</sup>.

Perkembangan televisi sebagai media massa elektronik pada awalnya dimulai dengan hadirnya kamera televisi yang ditemukan oleh *Vladimir Zworykin* pada tahun 1923<sup>3</sup>. Televisi merupakan media dalam komunikasi massa atau biasa disebut media massa elektronik pandang-dengar (*audio-visual*).

Siaran televisi telah memungkinkan masyarakat luas dapat dengan cepat dan mudah mengetahui berbagai perkembangan mutakhir yang terjadi di berbagai penjuru dunia. Siaran TV juga mempunyai daya jangkau yang luas dan mampu menembus batasan wilayah geografis, sistem politik, sosial, dan budaya masyarakat pemirsa. Televisi memiliki potensi sebagai salah satu unsur yang bisa mempengaruhi sikap, pandangan, gaya hidup, orientasi, dan motivasi masyarakat.

Televisi merupakan media yang dapat memberikan kepada khalayak penonton apa yang disebut dengan *Simulated Experience*, yaitu pengalaman yang didapat

---

<sup>2</sup> Sasa Djuarsa Sendjaja, Dkk. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pusat Penerbitan Universitas Terbuka, Jakarta: 2003. Hal 3.29

<sup>3</sup> Alo Liliweri. *Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung : 1997. Hal 3

ketika melihat sesuatu yang belum pernah dilihat sebelumnya, seperti berjumpa dengan seseorang yang sebelumnya belum pernah dijumpai atau datang ke suatu tempat yang belum pernah dikunjungi<sup>4</sup>.

Namun terlihat masih terdapat banyak ketimpangan antara nilai-nilai ideal sebuah tayangan televisi dengan tuntutan pasar yang harus dihadapi oleh para praktisi penyiaran. Pemerintah yang mengedepankan nilai-nilai ideal menghendaki media sebagai industri dan alat pemersatu bangsa, pelestarian budaya, menghormati agama dan adat istiadat. Artinya, media penyiaran harus memperlakukan khalayak sebagai arahan karena memakai ranah publik (*public domain*) berupa frekuensi dalam menyasar target melalui program-programnya. Sementara fungsi lainnya menjadi mengecil.

Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya sangat beragam. Berbagai jenis program itu dapat dikelompokkan berdasarkan jenisnya yaitu : (1) Program informasi (*news*) (2) Program hiburan (*non news / entertainment*). Program informasi kemudian dibagi lagi kedalam jenis berita keras (*hardnews*) yang merupakan laporan berita terkini dan harus segera disiarkan. Dan berita lunak (*softnews*) yang merupakan kombinasi dari fakta, gossip dan opini. Sementara program hiburan terbagi atas tiga kelompok besar yaitu : musik, drama, permainan (*gameshow*), pertunjukan, dan *sport*<sup>5</sup>.

Sepakbola merupakan olahraga populer dan merakyat di muka bumi ini, tentu saja karena banyak diminati setiap orang. Dan tayangan sepak bola sendiri bisa

---

<sup>4</sup> Ibid, Sasa Djuarsa Sendjaja, dkk. Hal 3.31

<sup>5</sup> Morris. M.A. *Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Ramdina Prakarsa, Jakarta: 2005, hal 100

dinikmati untuk segala usia, baik anak-anak, orang dewasa, maupun orang tua <sup>6</sup>. Namun tak bisa dipungkiri, bahwa fenomena sepak bola memang bisa membuat kita terpana. Sepak bola telah menjelma menjadi ideologi *universal* di muka bumi. Agama atau pandangan (ideologi) politik. Sepak bola pun mampu menyedot perhatian massa, menciptakan histeria, dan mampu menggerakkan sektor kegiatan di berbagai bidang seperti bisnis, seni, transportasi, busana, arsitektur, keamanan, organisasi, manajemen, dan sederet panjang aspek lainnya. <sup>7</sup>

Dengan banyaknya tayangan sepak bola di televisi, orang sanggup untuk duduk ber jam-jam di depan televisi. Bahkan rela bangun tengah malam untuk menyaksikan tim kesayangannya bermain dan tidak memikirkan resiko apa yang akan didapat apabila pada pagi harinya akan melakukan suatu aktivitas. Bagi stasiun televisi itu merupakan sangat menguntungkan, karena stasiun televisi sendiri bisa mendapatkan penonton yang banyak dengan *rating / share* yang besar.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh AC Nielsen pada tanggal 7 sampai 29 Juli 2007 didapatkan fakta bahwa remaja yang menonton Tayangan Piala Asia 2007 khususnya pada umur 15-24 tahun cukup banyak. Yaitu dengan rata-rata rating 4,5 dan rata-rata share 10,3<sup>8</sup>.

*Trend* sepak bola sering muncul apabila ada *moment* tertentu atau pada saat adanya kompetisi besar, seperti Piala Dunia, Piala Eropa, atau Piala Asia yang kemarin Indonesia dipercaya sebagai salah satu penyelenggaranya. Bahkan seseorang dari yang tidak menyukai sepak bola, karena ada *moment* tersebut menjadi menyukai

---

<sup>6</sup> Sindhunata. *Piala Dunia Perancis 1998*. Majalah Kompas, Jakarta: 1998. Hal 3

<sup>7</sup> Ibid, *Piala Dunia Perancis*. Hal 5

<sup>8</sup> Report by Research & Development Dept – Global TV. Source: AGB Nielsen - Arianna

sepak bola<sup>9</sup>. Hal inilah yang menjadi tolak ukur bagaimana khalayak termotivasi dalam menonton televisi karena adanya kepentingan-kepentingan tertentu.

Khalayak sendiri merupakan sebuah konsep dalam ilmu komunikasi, yang berarti penerima pesan. Khalayak terdiri dari banyak orang yang tidak kita kenal, tidak diketahui tempat tinggalnya, tingkat pendidikannya, dan mengenai karakteristiknya<sup>10</sup>.

Khalayak yang diangkat dalam penelitian ini khususnya remaja menjadi fokus utama. Karena remaja di anggap masih labil dalam segala hal dan remaja merupakan fase perkembangan yang tengah berada pada masa potensial, baik dilihat dari aspek kognitif, emosi maupun fisik<sup>11</sup>. Usia remaja adalah sebuah fase dimana di dalamnya terjadi perkembangan baik fisik, akan maupun kehidupan sosialnya. Sudah selayaknyalah pada usia ini, seorang manusia ingin menunjukkan eksistensinya di dunia sebagai insan yang lebih bermakna dan mengisi kehidupannya lebih berwarna. Usia remaja juga dikatakan sebagai usia yang labil, karena pada saat inilah mereka mengenal lingkungannya secara luas, banyaknya pengaruh-pengaruh yang masuk diharapkan mereka menjadi lebih berpotensi dalam segala hal.

Khalayak sendiri membutuhkan suatu informasi yang bisa memenuhi kebutuhannya. Dengan menggunakan media, khalayak bisa mengukur sejauh mana tingkat kepuasan akan informasi tersebut.

---

<sup>9</sup> [Http://en.wikipedia.org/wiki/2007\\_Biang\\_Bola](http://en.wikipedia.org/wiki/2007_Biang_Bola)

<sup>10</sup> Opcit, Sasa Djuarsa Sendjaja, dkk. Hal 5.1

<sup>11</sup> [www.psikologi.unair.ac.id](http://www.psikologi.unair.ac.id). Rizki Leoni Putri, “*Bagaimana Lebih Memahami Seorang Diri Remaja*”.

Menurut Denis McQuail dan kawan-kawan, bahwa faktor-faktor yang menyangkut kepuasan, kesenangan, dan pemakaian sudah mencerminkan tingkat keteraturan dan prediksibilitas yang cukup untuk dijadikan sebagai kerangka dasar dan tolak ukur kepuasan individu atau anggota khalayak yang searah dan melengkapi kerangka yang dibuat berdasarkan pandangan masyarakat, sehingga hal ini melatar belakangi seseorang untuk menggunakan media.<sup>12</sup>

Kepuasan adalah hal yang bersifat subyektif dan sangat tergantung pada masing-masing individu. Studi yang khusus mempelajari tentang kepuasan atau kegunaan dari media massa adalah *uses and gratifications*.

Berdasarkan unsur khalayak, digunakan teori *uses & gratifications* bahwa unsur khalayak yang diukur bukanlah khalayak dalam pengertian jangkauan melainkan perbandingan tingkat kepuasan yg diperoleh khalayak (*gratifications obtained*) dari suatu medium yang dibandingkan dengan medium lainnya. Untuk mengukur kepuasan khalayak tersebut akan digunakan pendekatan *uses & gratifications*. Tingkat kepuasan ini meliputi berbagai dimensi fungsi seperti fungsi informasi, hiburan, pendidikan, dll<sup>13</sup>.

Usia remaja, sebagaimana diangkat oleh peneliti didasarkan sebuah survei bahwa usia remaja juga termasuk salah satu konsumen televisi yang cukup tinggi, khususnya dalam menonton tayangan Piala Asia 2007. Dari latar belakang tersebut

---

<sup>12</sup> Denis McQuail. *Teori Komunikasi Massa (suatu pengantar)*, Edisi kedua. Erlangga, Jakarta: 1996. Hal 72

<sup>13</sup> Dimmick, J. dan E.W. Rothenbuhler. *Competitive Displacement Industries : New Media in Old Environment* ; dalam Rice, Ronald E. (ed). *The New Media : Communications, Research, and Technology*. 1984. California : Sage Publications. Inc

maka peneliti ingin meneliti apa yang menjadi motivasi remaja khususnya pelajar di SMA 96 dalam menonton Tayangan Piala Asia 2007. Alasan pemilihan lokasi di SMA 96 sendiri karena atas pertimbangan, bahwa : (1) SMA 96 memiliki pelajar yang senang dengan olahraga sepak bola, baik bermain maupun menonton. (2) SMA 96 memiliki prestasi yang baik di bidang sepak bola, salah satunya yaitu : Juara I futsal tingkat kotamadya Jakarta Barat pada tahun 2006, dan juara III tingkat provinsi DKI Jakarta pada tahun 2005.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti mengangkat apa yang menjadi motivasi remaja dalam menonton Tayangan Piala Asia 2007 ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi remaja dalam menonton tayangan Piala Asia 2007.

## **1.4 Signifikansi Masalah**

### **1.4.1 Signifikansi Akademis**

Penelitian ini adalah suatu penelitian pada bidang Broadcasting yang diharapkan dapat memberikan masukan kepada lembaga untuk meningkatkan pelayanannya dan memberikan kontribusi yang positif kepada masyarakat.

### **1.4.2 Signifikansi Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai informasi tambahan bagi para pembaca atau pihak yang tertarik terhadap Piala Asia 2007 dan manfaat serta kepuasannya bagi pelajar.

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### 2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan salah satu tingkatan proses komunikasi. Pada tingkatan ini kegiatan komunikasi ditujukan kepada masyarakat secara luas. Komunikasi massa dilakukan langsung melalui media massa seperti radio, majalah, surat kabar, dan TV. Sifat isi pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa menyangkut kepentingan orang banyak, tidak bersifat pribadi. Komunikasi massa adalah suatu proses dimana komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan secara terus-menerus menciptakan makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan berbeda-beda dengan melalui berbagai cara.<sup>14</sup>

Media massa yang merupakan saluran dari komunikasi massa secara garis besar dibagi kedalam dua kelompok yaitu: media massa cetak dan media massa elektronik. Media massa cetak antara lain meliputi surat kabar, majalah, dan buletin. Sedangkan, media massa elektronika mencakup media *audio* seperti radio, dan media *audio-visual* yaitu televisi dan film.

---

<sup>14</sup> De Fluor & Dennis. *Understanding Mass Communication*, Houghton Mifflin Company, Amerika : 1985

Secara konseptual karakteristik dari komunikasi massa diantaranya<sup>15</sup>:

1. Komunikasi melalui media massa pada dasarnya ditujukan ke khalayak yang luas, heterogen, anonim, tersebar, serta tidak mengenal batas geografis kultural.
2. Bentuk kegiatan komunikasi bersifat umum, bukan perorangan atau pribadi.
3. Pola penyampaian pesan berjalan secara cepat dan mampu menjangkau khalayak luas, bahkan mungkin tidak terbatas baik secara geografis maupun kultural.
4. Penyampaian pesan cenderung berjalan satu arah, umpan balik atau tanggapan dari pihak penerima (khalayak) lazimnya tertunda.
5. Kegiatan komunikasi dilakukan secara terencana, terjadwal, dan terorganisir.
6. Penyampaian pesan dilakukan secara berkala, tidak bersifat temporer.

Proses komunikasi mengenal 5 komponen yaitu : Sumber, Komunikator, Penyajian/Media pesan, Komunikan, Tujuan.

Untuk memahami proses komunikasi dalam penelitian ini menggunakan teori yang diungkapkan oleh *Harold D. Laswell*. Bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab lima pertanyaan sederhana sebagai berikut :

1. *Who* : Sumber (komunikator)
2. *Says What* : Pesan-pesan atau informasi yang disampaikan.
3. *In which channel* : Media yang digunakan untuk menyampaikan pesan (informasi).
4. *To Whom* : Komunikasi atau khalayak sasaran

---

<sup>15</sup> Opcit, Sasa Djuarsa Sendjaja. Hal 7.5

5. *With what effect* : Tujuan dari tayangan yang dibuat, perubahan yang terjadi sebagai akibat dari pesan yang diterima seseorang berupa perubahan sikap dan tingkah laku.<sup>16</sup>

## 2.2 Televisi sebagai Media Massa

Untuk menyampaikan informasi diperlukan medium dalam penyampainnya. Hal itu dapat dilakukan oleh media massa yang menjangkau khalayak yang berada di berbeda tempat. Media massa sendiri berupa koran, majalah, radio dan televisi<sup>17</sup>.

Peran media massa sebagai alat untuk menyampaikan atau menyebarkan informasi tidak berdiri sendiri. Di dalamnya ada beberapa individu yang bertugas melakukan pengolahan informasi sebelum informasi sampai kepada *audience*. Hal tersebut dinamakan sebagai *gatekeeper*, dimana pesan-pesan yang akan disampaikan media massa kepada khalayak terlebih dahulu melalui proses penyuntingan<sup>18</sup>.

Televisi merupakan salah satu saluran dalam kegiatan komunikasi massa. Pengertian televisi adalah *tele* dan *vision*, yang mempunyai arti masing-masing yaitu *tele* yang artinya jauh dan *vision* artinya tampak. Jadi televisi berarti melihat dari jarak jauh. Melihat jauh ini diartikan dengan gambar atau suara yang diproduksi di suatu tempat dan dapat dilihat dari tempat lain melalui perlengkapan dan perangkat penerima.

---

<sup>16</sup> Deddy Mulyana. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung : 2001. Hal 41.

<sup>17</sup> Deddy Iskandar Muda. *Jurnalistik Televisi*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung : 2003. Hal 4

<sup>18</sup> Ibid, *Jurnalistik Televisi*. Hal 4

Secara umum, perkembangan pertelevisian di dunia sudah mulai berkembang sejak tahun 1884 di Jerman yang diprakarsai oleh *Paul Nipkow*. Perkembangan dunia pertelevisian merupakan perkembangan medium kedua setelah dunia surat kabar dan radio berkembang secara spesifik dan lebih maju. Nipkow menemukan alat yang kemudian diberi nama Jantra Nipkow atau Nipkow Scheibe. Penemuannya tersebut melahirkan *electrische teleskop* atau televisi elektrik<sup>19</sup>.

Perkembangan Televisi berlangsung dengan begitu cepatnya sejalan dengan perkembangan teknologi elektronika, perannya kini amat besar dalam membentuk pola dan pendapat umum, termasuk pendapat umum untuk menyenangi produk-produk tertentu, demikian pula perannya amat besar dalam pembentukan perilaku dan pola berfikir manusia. Televisi merupakan media audio visual (pandang dengar), dimana informasi yang dimunculkan dapat dirasakan oleh mata dan telinga. Informasi dari indera mata sebagian besar merupakan informasi yang kongkrit yang cukup jelas, baik warna, bentuk serta ukurannya, karena itu media audio visual sangat bermanfaat untuk mengkomunikasikan suatu gagasan.<sup>20</sup>

Media audio visual tidak hanya bersifat visual saja, tetapi juga memberikan informasi melalui suara meskipun unsur-unsur visual atau gambar sangat dominan dalam menentukan keberhasilan informasi yang diberikan, sebab suara sifatnya hanya sebagai pendukung, dalam arti memberikan tambahan informasi yang belum ada di dalam gambar tadi.

---

<sup>19</sup> Ibid, *Jurnalistik Televisi*. Hal 4

<sup>20</sup> Darwanto Sastro Subroto. *Produksi Acara Televisi*. Duta Wacana University Press, Jakarta : 1994. Hal 54

Televisi bila dibandingkan dengan media-media lainnya memang memiliki kelebihan, antara lain sifatnya yang audio visual yang mampu disiarkan secara langsung maupun dilakukan secara rekaman. Kalau peristiwa itu disiarkan langsung, jelas sebagai media massa akan sangat menguntungkan dan menentukan eksistensinya.

Televisi merupakan media yang dapat memberikan kepada khalayak penonton apa yang disebut dengan *Simulated Experience*, yaitu pengalaman yang didapat ketika melihat sesuatu yang belum pernah dilihat sebelumnya, seperti berjumpa dengan seseorang yang sebelumnya belum pernah dijumpai atau datang ke suatu tempat yang belum pernah dikunjungi<sup>21</sup>.

Sama halnya seperti media massa yang lain, televisi juga memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan sendiri. Keunggulan televisi dapat dilihat dari sisi pragmatis yaitu : (1) Menyangkut isi dan bentuk, media televisi meskipun direkayasa mampu membedakan fakta dan fiksi, realistis dan tidak terbatas. (2) Memiliki khalayak yang tetap, memerlukan keterlibatan tanpa perhatian sepenuhnya, dan intim. (3) Memiliki tokoh berwatak, sementara media lain hanya memiliki bintang yang direkayasa<sup>22</sup>.

Televisi pada pokoknya mempunyai tiga fungsi, yakni fungsi penerangan, pendidikan dan hiburan<sup>23</sup>.

---

<sup>21</sup> A. Alatas Fahmi. *Bersama Televisi Merenda Wajah Bangsa*, YPKMD. Jakarta: 1997. Hal 30-32

<sup>22</sup> Ibid, *Bersama Televisi Merenda Wajah Bangsa*. Hal 30-32

<sup>23</sup> Effendy. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung : 1998. Hal 24

1. Fungsi Penerangan ( *the information function* )

Televisi merupakan media yang mampu menyiarkan informasi yang amat memuaskan. Hal ini disebabkan dua faktor yang terdapat didalamnya, yaitu : ”*Immediacy*” dan ”*Realism*”.

*Immediacy* mencakup pengertian langsung dan dekat. Peristiwa yang disiarkan oleh stasiun televisi dapat dilihat dan didengar oleh para pemirsa pada saat peristiwa itu berlangsung, seolah-olah mereka berada ditempat peristiwa itu terjadi. Sedangkan *Realism* mengandung makna kenyataan, dimana televisi menyiarkan informasi secara audio visual sesuai dengan fakta.

Dalam melaksanakan fungsinya sebagai sarana penerangan stasiun televisi, selain menyiarkan informasi dalam bentuk siaran pandangan mata atau berita yang dibacakan penyiar, dilengkapi gambar-gambarnya sudah tentu faktual.

2. Fungsi Pendidikan ( *the educational function* )

Sebagai media massa, televisi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menyiarkan acara pendidikan kepada khalayak yang jumlahnya begitu banyak secara simultan. Sesuai dengan pendidikan, yakni meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat, televisi menyiarkan acara-acara tertentu secara implisit mengandung pendidikan seperti film, kuis dan sebagainya yang disebut *Education Television (ETV)*, yaitu acara pendidikan yang disisipkan ke dalam siaran yang sifatnya umum. Karena keampuhannya itulah, maka fungsi

pendidikan yang dikandung televisi ditingkatkan lagi, sehingga dinamakan sarana pendidikan jarak jauh yang disebut Instruction Television (ITV).<sup>24</sup>

### 3. Fungsi Hiburan (*the entertainment function*)

Fungsi hiburan yang melekat pada televisi siaran sangat dominan. Sebagian besar dari alokasi waktu masa siaran diisi oleh acara-acara hiburan. Hal ini dapat dimengerti karena pada layar televisi dapat ditampilkan gambar hidup serta suara bagaikan kenyataan, dan dapat dinikmati sekalipun oleh khalayak yang tidak mengerti bahasa asing.

Tanpa mengesampingkan nilai idealis dan komersial, fungsi media massa (televisi) sedikitnya digolongkan ke dalam 6 aspek, yaitu diantaranya<sup>25</sup> :

#### 1. Menyampaikan fakta (*the fact*)

Media massa (televisi) menyediakan fasilitas arus informasi dari kedua belah pihak. Satu sisi mencerminkan kebutuhan dan keinginan pengirim (iklan, propaganda, dll) dan di sisi lain kebutuhan dan harapan penerima (berita, laporan, dll)

#### 2. Menyajikan opini dan analisis (*opinions and analyses*)

Pada laporan berita, reporter memakukkan opini orang-orang luar, analisis berita dilakukan oleh staf redaktur khusus (kolom, editorial, dll)

#### 3. Melakukan investigasi (*investigation*)

Fungsi ini adalah yang paling sulit dilakukan, tetapi jika berhasil nilai

---

<sup>24</sup> Ibid, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Hal 26

<sup>25</sup> Opcit, Deddy Iskandar Muda. *Jurnalistik Televisi*. Hal 10

beritanya akan sangat berbobot. Untuk melakukan hal tersebut, diperlukan kecanggihan dan staf yang berpengalaman serta memiliki hubungan intensif dengan para ahli dan ilmuwan yang membutuhkan waktu tahunan.

#### 4. Hiburan (*Entertainment*)

Sajian pers dan media massa (televisi) kadang-kadang berfungsi sekaligus untuk menghibur, mendidik, dan memberikan informasi.

#### 5. Kontrol

Fungsi ini dapat dimanfaatkan oleh media kepada pemerintah dan juga sebaliknya.

#### 6. Analisis Kebijakan (*Policy Analysis*)

Fungsi ini merupakan kecenderungan untuk menyoroti kebijakan yang diterapkan pemerintah, kemudian dianalisis oleh media tersebut dengan memberikan solusi alternatif lain.

Televisi telah menjadi salah satu fenomena yang mengiringi perkembangan peradaban kehidupan manusia dalam kurun waktu hampir satu abad. Kehadirannya malah telah membentuk cakrawala baru dalam peradaban kehidupan manusia saat ini dan di masa yang akan datang.

Televisi sebagai media massa memberikan informasi dan membantu masyarakat untuk mengetahui secara jelas tentang dunia sekelilingnya kemudian menyimpannya dalam ingatan masyarakat. Media massa berguna sebagai pengawas bagi masyarakat untuk mengajukan perbandingan dari apa yang kita lihat, dengar,

tentang dunia yang lain diluar lingkungan masyarakat hidup. Media massa sejak awal sebenarnya melakukan tugas kemudian membagi informasi yang diinginkan oleh masyarakat pada umumnya.

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek mengatakan : ” Media massa memiliki kemampuan yang efektif untuk menyebarkan informasi karena dapat diterima oleh komunikan dalam jumlah relatif banyak<sup>26</sup>.

Media massa saat ini telah berkembang menjadi sebuah institusi penting dalam masyarakat. Menurut McQuail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa. :

1. Media massa merupakan sumber kekuatan alat kontrol manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya
2. Media merupakan lokasi (forum) yang semakin berperan untuk menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat, baik yg bertaraf nasional maupun internasional
3. Media telah menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan keluarga secara kolektif, media menyujuhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan<sup>27</sup>.

Dari pemaparan diatas terlihat bahwa media memiliki peran yang tidak kecil bagi individu di masyarakat. Dari media orang bisa mendapatkan beragam informasi

---

<sup>26</sup> Onong U. Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung : 2003. Hal 17

<sup>27</sup> Opcit, Denis McQuail. *Teori Komunikasi Massa*. Hal 3

yg dibutuhkan. Di abad ke 20 informasi memang telah menjadi komoditi yang amat penting, orang berlomba-lomba untuk mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya. Masyarakat di era ini tidak bisa hidup tanpa informasi.<sup>28</sup>

### 2.3 Program Siaran TV

Program siaran acara televisi pada umumnya di produksi oleh stasiun televisi yang bersangkutan. Ada juga yang dibeli atau dipesan dari suatu *production company* atau *production house*, bahkan cara ini dianggap lebih menguntungkan kedua belah pihak. Stasiun televisi dapat memilih program yang menarik dan memiliki nilai jual kepada pemasang iklan, sementara perusahaan produksi acara televisi dapat meraih keuntungan dari produksinya.

Program-program acara yang biasanya dibeli dari production house diantaranya adalah sinetron, kuis, dan beberapa acara hiburan lainnya. Cara seperti ini memang menguntungkan bagi stasiun televisi tersebut karena semuanya dapat dilakukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan bisnis yaitu untung rugi.

Berbagai jenis program acara televisi jumlahnya sangat banyak dan jenisnya, yaitu<sup>29</sup> :

#### a. Program Informasi (*news*)

Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak. Daya

---

<sup>28</sup> Alvin Toffler. Gelombang ketiga (bagian kedua). Cet 2. terjemahan Dra.Sri Koesdiyatinah SB. PT Pantja Simpati Jakarta : 1992.

<sup>29</sup> Opcit, *Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*. hal 100

tarik program ini adalah informasi. Program informasi dapat dibagi menjadi dua bagian besar yaitu berita keras (*hardnews*) dan berita lunak (*softnews*).

Berita keras yaitu segala informasi penting dan menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera diketahui oleh khalayak. Sedangkan berita lunak adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Salah satu contohnya adalah infotainment yang menginformasikan berita tentang gosip-gosip artis dan orang terkenal.

b. Program hiburan (*non news*)

Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur *audiens* dan dibagi kedalam beberapa bentuk jenis program yaitu:

1. Drama, yaitu pertunjukan yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa tokoh yang diperankan oleh pemain (artis) yang melibatkan konflik dan emosi. Program televisi yang termasuk dalam program drama adalah sinema elektronik (sinetron) dan film.
2. Permainan atau Game show, merupakan bentuk program yang melibatkan sejumlah orang baik secara individu ataupun kelompok (*team*) yang saling bersaing untuk mendapatkan sesuatu, dengan cara menjawab pertanyaan atau memenangkan sesuatu dalam bentuk permainan.

Program permainan biasanya membutuhkan biaya produksi yang relatif rendah namun dapat menjadi acara televisi yang sangat digemari. Program permainan dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu kuis (*quiz show*), ketangkasan dan *reality show*

3. *Musik*, program musik dapat ditampilkan dalam dua format yaitu video klip atau konser. Program musik berupa konser dapat dilakukan di lapangan terbuka (*outdoor*) ataupun di dalam studio (*indoor*). Program musik di televisi saat ini sangat ditentukan dengan kemampuan artis menarik audien, tidak saja dari kualitas suara tetapi juga berdasarkan bagaimana mengemas penampilannya agar menjadi lebih menarik.
4. *Pertunjukan*, adalah siaran yang menampilkan satu atau banyak pemain yang berada diatas panggung yang menunjukkan kemampuannya kepada sejumlah orang atau hanya kepada audien televisi. Pertunjukan ini dapat berupa lawak, sulap dan juga pertunjukan lain seperti ketoprak, wayang, dan sebagainya.
5. *Sport*, adalah siaran yang isinya tentang olahraga. Baik itu siaran langsung atau tidak.

Berbagai jenis program siaran tersebut bukanlah sesuatu mutlak yang harus ada semuanya. Acara-acara tersebut sangat bergantung dari kepentingan masing-masing stasiun televisi yang bersangkutan. Karena dalam penentuan jenis program yang akan tayang biasanya juga harus dipertimbangkan dari sisi visi dan misi stasiun televisi tersebut.

Beberapa stasiun televisi saat ini memang lebih condong menayangkan program-program yang lebih menguntungkan, hal ini tidak bisa dipungkiri karena apabila sebuah stasiun televisi mampu menayangkan program acara yang dapat menarik banyak pemirsa, maka dengan sendirinya pemasang iklan akan datang. Dan hal itulah yang dibutuhkan guna memperpanjang hidup sebuah stasiun televisi.

## 2.4 Program Olahraga

Dengan semakin maraknya industri pertelevisian di tanah air, tentunya juga akan semakin menambah ragam jenis tayangan yang disajikan dihadapan pemirsa televisi. Hal ini membuat para pengelola stasiun televisi maupun PH, terus berupaya untuk menciptakan jenis-jenis program baru guna menjaga persaingan di industri layar gelas. Pemirsa televisi tentunya sangat diuntungkan dengan keadaan tersebut karena mereka akan mendapatkan variasi mata acara.

Secara umum, berita (dalam hal ini berkaitan dengan seputar dunia olahraga yang juga merupakan bagian dari berita). Berita adalah suatu peristiwa atau pendapat yang pantas disajikan dan memiliki nilai berita (*news value*)<sup>30</sup>. Program *sport* (olahraga) merupakan tayangan yang berusaha menyajikan suatu informasi dan fakta yang isinya tentang olahraga. Program yang didalamnya bercerita tentang perkembangan seluruh bidang olahraga. Dan juga menampilkan pertandingan-pertandingan internasional dan nasional bagi seluruh cabang olahraga. Bahkan sebuah stasiun televisi juga sering menampilkan pertandingan secara *live* (langsung). Contohnya pertandingan sepak bola Piala Asia 2007 yang disiarkan secara langsung oleh stasiun televisi RCTI dan Global TV.

---

<sup>30</sup> Morrissan. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Ramdina Prakarsa, Jakarta: 2004. Hal 29

## 2.5 Khalayak

Khalayak dalam bahasa Inggris adalah *audience*. Sedangkan dalam bahasa Indonesia artinya adalah orang banyak, orang ramai, publik ; kelompok tertentu di masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi<sup>31</sup>.

Khalayak merupakan konsep dalam ilmu komunikasi, artinya masyarakat manusia menjadi tujuan dari penyampaian isi pernyataan. Sedangkan proses komunikasi kepada manusia lebih mudah jika dibandingkan kepada khalayak. Hal ini sangat beralasan, sebab manusia tertentu mungkin sudah kita kenal yang terdiri dari satu atau beberapa orang. Khalayak itu sendiri dalam konteks komunikasi memiliki pengertian, suatu proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas dan pada sisi lain merupakan proses dimana pesan tersebut dicari, digunakan, dan dikonsumsi oleh *audience* itu sendiri<sup>32</sup>.

Khalayak dikatakan aktif apabila seseorang menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhannya untuk mencapai tujuan. Jadi yang menjadi masalah adalah bukan bagaimana media massa mengubah sikap khalayak tapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan kebutuhan sosial khalayak.

Khalayak terdiri dari banyak orang yang tidak kita kenal, tidak diketahui tempat tinggalnya, tingkat pendidikannya, dan mengenai karakteristiknya<sup>33</sup>. Salah satunya adalah remaja. Remaja mempunyai arti khusus, namun masa remaja mempunyai tempat yang tidak jelas dalam rangkaian proses perkembangan seseorang. Secara jelas anak dapat dibedakan dari masa dewasa dan masa tua.

---

<sup>31</sup> A.M. Hoeta Soehoet. *Teori Komunikasi 1*. Yayasan Kampus Tercinta IISIP, Jakarta: 2002. Hal 36

<sup>32</sup> S. Djuarsa Senjaja. *Teori Komunikasi*, Universitas Terbuka, Jakarta: 2002. Hal 5.1

<sup>33</sup> Ibid, Hal 5.1

Seorang anak masih belum selesai perkembangannya, namun orang dewasa dapat dianggap sudah berkembang penuh, karena ia sudah menguasai sepenuhnya fungsi-fungsi fisik dan psikisnya<sup>34</sup>.

Masa remaja adalah suatu tahap antara masa kanak-kanak dengan masa dewasa. Istilah ini menunjuk masa dari awal pubertas sampai tercapainya kematangan. Biasanya masa remaja berlangsung antara umur 11 tahun - 20 tahun bagi perempuan dan 12 tahun – 21 tahun bagi laki-laki. Remaja dalam bahasa aslinya disebut dengan *adolescere*, yang artinya ”tumbuh untuk mencapai kematangan”. Fase remaja merupakan fase perkembangan yang tengah berada pada masa potensial, baik dilihat dari aspek kognitif, emosi maupun fisik<sup>35</sup>.

Masa remaja adalah masa transisi atau peralihan. Karena remaja belum memperoleh memperoleh status orang dewasa dan tidak lagi memiliki status anak-anak. Menurut Ausubel, status orang dewasa sebagai status primer, artinya status itu diperoleh berdasarkan kemampuan dan usaha sendiri<sup>36</sup>.

Perkembangan emosional remaja menurut psikolog Amerika, *G. Stanley Hall* mengatakan bahwa masa remaja adalah masa stres emosional, yang timbul dari perubahan fisik yang cepat dan luas yang terjadi sewaktu pubertas. Sedangkan seorang psikolog Jerman *Erik Erikson*, memandang bahwa perkembangan adalah proses psikososial yang terjadi seumur hidup. Dan tugas psikososial remaja adalah untuk tumbuh dari orang yang tergantung dan menjadi orang yang tidak

---

<sup>34</sup> Monks F.J, dkk. *Psikologi Perkembangan*. Gajah Mada University Press, Yogyakarta :1982. Hal 251

<sup>35</sup> [www.psikologi.unair.ac.id](http://www.psikologi.unair.ac.id). “*Bagaimana Lebih Memahami Seorang Diri Remaja*”. Oleh : Rizki Leoni Putri dan Cholicul Hadi.

<sup>36</sup> Opcit, Monks F.J, dkk. *Psikologi Perkembangan*. Hal 229

tergantung, yang identitasnya memungkinkan orang tersebut untuk berhubungan dengan lainnya dalam gaya dewasa. Artinya, kehadiran *problem* emosional bervariasi antara setiap remaja<sup>37</sup>.

## **2.6 Pendekatan *Uses and Gratifications*.**

Pendekatan ini membahas tentang kegunaan media massa dan kebutuhan khalayak pada media massa. Permasalahan disini adalah bukan bagaimana media massa mengubah sikap khalayak tapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan kebutuhan sosial khalayak. Jadi penekanannya ada pada khalayak yang aktif menggunakan media untuk mencapai tujuannya yang spesifik. Teori dan pendekatan ini tidak mencakup atau mewakili keseluruhan proses komunikasi, karena sebagian besar perilaku *audience* hanya dijelaskan melalui berbagai kebutuhan dan kepentingan mereka sebagai suatu fenomena mengenai proses penerimaan. Pendekatan *uses and gratifications* ditujukan untuk menggambarkan proses penerimaan dalam komunikasi massa dan menjelaskan penggunaan media oleh individu atau agregasi individu<sup>38</sup>. Menurut teori ini, khalayak ramai bukanlah dianggap sebagai penerima atau korban pasif media massa. Para pendukung perspektif ini secara jelas menyatakan bahwa orang secara aktif menggunakan media massa untuk memuaskan kebutuhan tertentu yang dapat di spesifikasi. Jadi perspektif baru ini menjadi suatu sumbangan yang penting dan realistis dengan menekankan bagaimana khalayak mempengaruhi secara positif pengalaman media mereka sendiri.

---

<sup>37</sup> Ibid, Hal 351

<sup>38</sup>H.M. Burhan Bungin. *Sosiologi Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta: 2006. Hal 284

Bukannya menanyakan apa yang media lakukan terhadap orang-orang, justru para peneliti membalikan pertanyaan itu menjadi apa yang orang lakukan dengan media?<sup>39</sup>.

Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) isi media untuk mendapatkan pemenuhan (*gratifications*) atas kebutuhan seseorang. Dalam hal ini sebagian besar perilaku audience akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan (*interest*).<sup>40</sup>

Kepuasan yang diperoleh dari media ini terbagi menjadi : *gratifications sought* dan *gratifications obtained*. Palmgreen menjelaskan bahwa :

“*Gratifications sought* merupakan kepuasan yang dibayangkan akan diperoleh seseorang jika ia menggunakan media tertentu. *Gratifications obtained* merupakan kepuasan nyata yang diperoleh setelah seseorang menggunakan media tersebut. *Gratifications sought* datang secara logis dan sementara sebelum terjadi aktifitas terpaan media. Perilaku mencari kepuasan lebih abstrak dibandingkan kepuasan yang diperoleh dari acara yang disaksikan”<sup>41</sup>.

Teori kegunaan dan kepuasan mencerminkan suatu kecenderungan sehat yang juga hadir dalam sebagian studi paling awal khalayak media. Dengan berbagai cara, beberapa penyelidik terdahulu telah mendokumentasikan bagaimana orang dengan

---

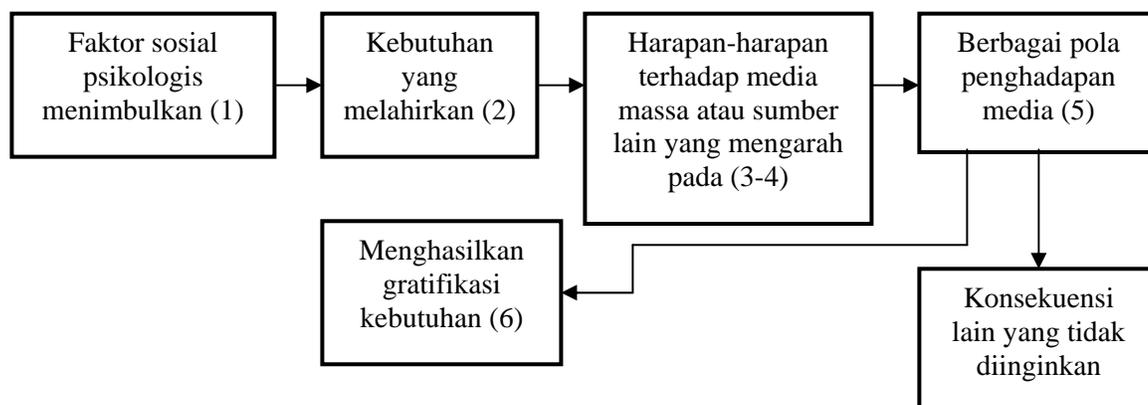
<sup>39</sup> Elihu Katz, dan G Jay Blumer. *The Uses of Mass Communication : Current Perspective on Gratifications Research*. Beverly Hills, California : Sage Publications Inc. 1977. Hal 39

<sup>40</sup> S. Djuarsa. *Ekologi media : Analisis dan Aplikasi Teori Niche dalam Penelitian tentang Kompetisi Antar Industri media* (materi kuliah Perspektif dan teori komunikasi). 1998. FISIP – UI

<sup>41</sup> Palmgreen, Philip, Lawrence Wenner, and J.D Rayburn II. 1981. *Gratifications Discrepancies and News Program Choise*. Communications Research Vol.8 No.4. Beverly Hills : Sage Publications Inc.

sengaja menggunakan media untuk kepentingan pribadi dan sosial mereka<sup>42</sup>. Katz dan kawan-kawan juga menggambarkan logika yang mendasari penelitian terhadap kegunaan dan kepuasan sebagai berikut : (Gambar 1).<sup>43</sup>

(Gambar 1). Bagan Logika Penelitian *Uses and Gratifications*



Sumber : Denis McQuail dan Sven Windahl. *Model-Model Komunikasi*

Teori *uses and gratifications* adalah perluasan dari sikap yang merupakan cluster non linear dari keyakinan, evaluasi, dan persepsi. Keyakinan, evaluasi, dan persepsi ini memberi individu kebebasan bagaimana mereka mengkonsumsi media. Pada dasarnya sikap orang terhadap media ditentukan oleh keyakinan dan evaluasi akan media yang bersangkutan<sup>44</sup>.

Konseptualisasi model *uses and gratifications* digambarkan sebagai “ *a dramatic break effect tradition of the past*”, suatu loncatan dramatis dari model jarum hipodermik. Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Anggota khalayak

<sup>42</sup> James Lull. *Media Komunikasi Kebudayaan*. Yayasan Obor Indonesia. Hal 107-108

<sup>43</sup> Denis McQuail dan Sven Windahl. *Model-Model Komunikasi*. Uni Primas, Jakarta : 1985. Hal 84

<sup>44</sup> Jalaluddin Rakhmat. *Metode Penelitian Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung : 1984. Hal 65

dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam pendekatan ini mengandung pengertian bahwa penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi<sup>45</sup>.

Ada beberapa kebutuhan-kebutuhan khalayak yang sering disebut dapat dipenuhi oleh media massa, antara lain<sup>46</sup> :

Pengawasan (*surveillance*), pengetahuan, informasi, kesenangan (*excitement*), pengalihan (*diversion*), hiburan (*entertainment*), pelarian (*escape*), mengisi waktu (*filling time*), relaksasi (*relaxation*), nasihat (*advice*), pedoman (*guidance*), penguatan (*reinforcement*), kegunaan komunikasi (*communication utility*), interaksi sosial, kegunaan antar pribadi (*interpersonal utility*).

Katz, Gurevitch, dan Haas, mendaftar 35 kebutuhan yang diambil dari fungsi sosial dan psikologi dari media massa, dan kemudian mengelompokannya ke dalam lima kategori<sup>47</sup> :

1. *Cognitive needs (acquiring information, knowledge, and understanding)*
2. *Affective needs (emotional, pleasurable, or aesthetic experience)*
3. *Personal Integrative (strengthening credibility, confidence, stability, and status)*
4. *Social integrative needs (strengthening contacts with family, friends, etc)*

---

<sup>45</sup> Ibid, Hal 66

<sup>46</sup> Joseph Dominick. *The Dynamics Of Mass Communication*. 1983. New York : Newbery Award Record.

<sup>47</sup> Opcit, *The Uses Of Mass Communication : Current Perspectives On Gratifications*.

5. *Tension release needs (escape and diversion).*

Menurut Alexis S. Tan dalam “*Mass Communication Theories & Research*”, bahwa ada perbedaan dalam melakukan pendekatan untuk mengukur kebutuhan khalayak dan fungsi media massa dalam studi *uses and gratifications* berdasar pada suatu perangkat asumsi yang sama yaitu<sup>48</sup> :

1. Penggunaan media mengarah pada suatu tujuan. Khalayak menggunakan media massa untuk memuaskan kebutuhannya yang spesifik. Kebutuhan tersebut berkembang sesuai dengan lingkungan sosial.
2. Khalayak memilih media dan jenis isi media untuk memenuhi kebutuhannya. Jadi khalayak memprakarsai proses komunikasi massa, dan mereka lebih siap dalam menyesuaikan media kepada kebutuhannya daripada media menunjukkan kemampuan menguasai khalayak.
3. Terdapat perbedaan - perbedaan sumber lain untuk memuaskan kebutuhan khalayak dan media massa harus menyainginya. Sumber-sumber kebutuhan non media ini, misalnya adalah keluarga.
4. Khalayak sadar akan kebutuhannya yang dapat dipenuhinya bila dikehendaki khalayak yang sadar akan alasan mengapa mereka menggunakan media massa.

---

<sup>48</sup> Alexis S.Tan. *Mass Communication Theories and Research*. 1975. New York : Praeger Publishers.

Menurut Denis McQuail bahwa, sejumlah daftar inventarisasi menyangkut kepuasan, kesenangan, dan pemakaian terhadap khalayak media atau teori *uses and gratifications*, yang mencerminkan tingkat keteraturan dan prediksibilitas yang meyakinkan. Hal tersebut sekurang-kurangnya sudah cukup untuk dijadikan sebagai kerangka dasar kepuasan individu (anggota khalayak) yang searah dan melengkapi kerangka yang dibuat berdasarkan pandangan masyarakat, sebagaimana yang telah dikemukakan terdahulu. Kerangka dasar kepuasan dibawah ini dikutip dari tipologi yang disarankan oleh McQuail dan kawan-kawan, yaitu :

#### 1. Informasi

- Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berlaku dengan lingkungan terdekat, masyarakat, dan dunia.
- Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
- Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.
- Belajar, pendidikan diri sendiri.
- Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

#### 2. Identitas Pribadi

- Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi.
- Menemukan model perilaku.
- Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain (dalam media).
- Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

### 3. Integrasi dan interaksi sosial

- Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.
- Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial.
- Memperoleh teman.
- Membantu menjalankan peran sosial
- Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak saudara, teman dan masyarakat.

### 4. Hiburan

- Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan
- Bersantai
- Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis
- Mengisi waktu
- Penyaluran emosi
- Membangkitkan gairah seks.<sup>49</sup>

## 2.7 Motivasi

Suatu kebutuhan manusia yang telah dipuaskan tidak menjadi alat motivasi bagi pelakunya, hanya kebutuhan yang belum terpenuhi yang menjadi motivasi. Motivasi berasal dari kata latin “*movere*” yang berarti “dorongan daya gerak”.<sup>50</sup>

---

<sup>49</sup> Opcit, Denis McQuail. *Teori Komunikasi Massa*. Hal 72

<sup>50</sup> Malayu Hasibuan. *Organisasi dan Motivasi*. Jakarta, Bumi Aksara: 1999. hal 92

Motivasi ini hanya diberikan kepada manusia khususnya kepada para bawahan atau pengikut.

Motivasi mempersoalkan bagaimana caranya mendorong gairah kerja bawahan, agar mereka mau bekerja keras dengan memberikan semua kemampuan dan keterampilan untuk mewujudkan perusahaan.

Menurut Sondong Siahaan, “motivasi merupakan daya pendorong yang menyebabkan seorang karyawan mau dan rela mengerahkan kemampuan, tenaga, dan waktunya untuk melaksanakan pekerjaan yang menjdai tanggung jawabnya”.<sup>51</sup>

Menurut Wahjosumidjo motivasi adalah suatu proses psikologi yang mencerminkan interaksi antara sikap, kebutuhan, persepsi, dan keputusan yang terjadi pada diri seseorang untuk bertingkah laku dalam rangka memenuhi kebutuhan yang dirasakan<sup>52</sup>.

Maka dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan suatu penggerak atau dorongan-dorongan yang terdapat dalam diri manusia yang dapat menimbulkan, mengarahkan, dan mengorganisasikan tingkah lakunya. Hal ini terkait dengan upaya untuk memenuhi kebutuhan yang dirasakan, baik kebutuhan fisik maupun kebutuhan rohani<sup>53</sup>.

Dalam kaitannya dengan kegiatan belajar mengajar, maka motivasi berarti keseluruhan daya penggerak di dalam diri para siswa/peserta didik yang dapat menimbulkan, menjamin, dan memberikan arah pada kegiatan belajar guna mencapai tujuan belajar yang diharapkan. Dengan motivasi belajar, maka siswa/peserta didik

---

<sup>51</sup> Keith Davis & Jhon Newstorm. *Perilaku Dalam Organisasi*. Jakarta, Erlangga: 1994. hal 87

<sup>52</sup> [Http : //www.fe.unpad.ac.id/elearning/ file112-XXIX-Desember-2000.PDF](http://www.fe.unpad.ac.id/elearning/file112-XXIX-Desember-2000.PDF)

<sup>53</sup> Ibid.

dapat mempunyai intensitas dan kesinambungan dalam proses pembelajaran/ pendidikan yang diikuti<sup>54</sup>.

Menurut Martin Handoko, ada beberapa sifat motivasi, diantaranya :

1. Motivasi intrinsik, yaitu motivasi yang berfungsinya tidak usah dirangsang dari luar, karena memang dalam diri individu tersebut sudah ada dorongan untuk melakukan tindakan.
2. Motivasi ekstrinsik, yaitu motivasi yang berfungsinya karena disebabkan oleh faktor pendorong dari luar individu<sup>55</sup>.

Jenis-jenis motivasi yang terjadi menurut Sardiman, terbagi atas dua jenis, yaitu :

1. Motivasi bawaan, yaitu motivasi yang dilatarbelakangi oleh fisio kemis di dalam tubuh seseorang yang telah dibawa sejak lahir dan terjadinya tanpa dipelajari.
2. Motivasi yang dipelajari, yaitu motivasi yang terjadi karena adanya komunikasi dan isyarat sosial serta secara disengaja dipelajari oleh manusia<sup>56</sup>.

Dari berbagai pandangan ahli tentang motivasi tersebut, peneliti berpatokan pada pandangan menurut Martin Handoko.

---

<sup>54</sup> Ibid.

<sup>55</sup> Ibid.

<sup>56</sup> Ibid.

## **BAB III**

### **METODOLOGI**

#### **3.1 Tipe Penelitian**

Pada penelitian skripsi ini, tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Tipe deskriptif hanya terbatas pada bahasan untuk mengungkapkan suatu masalah, keadaan atau peristiwa secara obyektif atau bagaimana bersifat mengungkapkan fakta, dimana hasil penelitian tersebut menekankan pada pemberian gambaran secara obyektif mengenai keadaan yang sebenarnya dari obyek yang diteliti<sup>57</sup>.

Metode penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Penelitian deskriptif disebut sebagai penelitian survey atau penelitian observasional<sup>58</sup>.

Penelitian deskriptif bertujuan untuk :

1. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada.
2. Mengidentifikasikan masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku.
3. Membuat perbandingan dan evaluasi.

---

<sup>57</sup> Hadari Nawawi. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Gajah Mada University, Yogyakarta : 1985. Hal 131

<sup>58</sup> Opcit, Jalaluddin Rakhmat. *Metode Penelitian Komunikasi*. Hal 24-25

4. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang<sup>59</sup>.

Penelitian deskriptif di sini adalah penelitian Kuantitatif Deskriptif, metode ini dimaksudkan untuk menuntun peneliti dalam menemukan masalah penelitian, menemukan hipotesis, menemukan konsep-konsep, menemukan metodologi dan menemukan alat-alat analisis data bertujuan hanya menggambarkan keadaan gejala sosial apa adanya, tanpa melihat hubungan-hubungan yang ada<sup>60</sup>.

### **3.2 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode survey yang mengambil sample dari populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul datanya<sup>61</sup>. Metode penelitian survey adalah metode yang pertama kali memiliki sifat kuantitatif. Dengan penekanan menggunakan pengumpulan data yang representatif, tidak hanya pernyataan tentang suatu masalah, tetapi juga dapat menerangkan sebagian dari suatu kelompok. Survei juga dapat diartikan sebagai sebuah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, dan politik dari suatu kelompok atau daerah untuk didapat fakta yang aktual.

---

<sup>59</sup> Ibid, Hal 25

<sup>60</sup> Burhan Bungin. *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi Pertama*. Kencana, Jakarta: 2005. Hal 29

<sup>61</sup> Koentjaraningrat. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, Cetakan XI, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta: 1991. Hal 29

Alasan peneliti menggunakan metode survey adalah karena dalam penelitian ini peneliti memerlukan pengumpulan data dan informasi dari beberapa pihak. Agar data lebih terarah dan akurat, maka peneliti membutuhkan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data dari responden tersebut.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi Penelitian**

Populasi adalah keseluruhan unit objek untuk diteliti<sup>62</sup>. Populasi adalah jumlah keseluruhan unit analisa yang menjadi sasaran penelitian yang hendak diteliti atau dianalisa.

Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah seluruh pelajar SMA 96 Cengkareng Jakarta barat, dengan jumlah keseluruhan yaitu 735 pelajar.

#### **3.3.2 Sampel**

Sampel adalah sebagian yang diambil dari keseluruhan objek yang diteliti yang dianggap mewakili terhadap seluruh populasi dan diambil dengan menggunakan tehnik tertentu. Dalam pengambilan sampel terdapat dua syarat yaitu : sampel harus *representatif* (mewakili) dan besarnya sampel memadai<sup>63</sup>. Suatu sampel dikatakan representatif apabila ciri-ciri sampel yang berkaitan dengan tujuan penelitian hampir sama dengan ciri-ciri populasinya. Dengan sampel yang *representatif* seperti ini,

---

<sup>62</sup> Opcit, Jalaludin Rakhmat. *Metode Penelitian Komunikasi*. Hal 32

<sup>63</sup> Irawan Soehartono. *Metode Penelitian Sosial*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung : 2000. Hal 58

maka informasi yang dikumpulkan dari sampel hampir sama telitinya dengan informasi yang dapat dikumpulkan dari populasi.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini didasarkan pada pendapat Suharsimi Arikunto<sup>64</sup> :

”Sekedar ancer-ancer, maka apabila subjeknya kurang dari 100, maka lebih baik diambil semua, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subnjeknya besar, dapat diambil antara 10 hingga 15% atau 20 hingga 25% atau lebih, tergantung setidak-tidaknya dari :

1. Kemampuan peneliti, dari waktu, tenaga, dan dana
2. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data.
3. Besar kecilnya resiko yang ditanggung peneliti. Penelitian yang resikonya besar, tentu saja jika sampelnya besar akan lebih baik”.

Melalui pendapat tersebut, peneliti mengambil sampel sebesar 10% dari jumlah populasi, yaitu :  $735 \times 10 \% = 73,5 = 74$  responden

### **3.4 Definisi dan Operasionalisasi Konsep**

#### **3.4.1 Definisi Konsep**

Untuk melaksanakan penelitian ini berbagai konsep dari istilah perlu diperjelas definisi konsepnya, antara lain yaitu :

---

<sup>64</sup> Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta, Jakarta: 2006. Hal 134

Tabel 3.4.1

No	Konsep	Definisi
1	Motivasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Motivasi berarti keseluruhan daya penggerak di dalam diri seseorang yang dapat menimbulkan, menjamin, dan memberikan arah. Motivasi sangat dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor interinsik dan eksterinsik<sup>65</sup>. Dari dua faktor tersebut membuat orang termotivasi untuk memenuhi kebutuhannya akan media. Kebutuhan itu antara lain : informasi, identitas pribadi, integritas sosial, dan hiburan.</li> </ul>
2	Tayangan Piala Asia	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Piala Asia merupakan wadah kompetisi sepak bola di wilayah Asia dibawah naungan AFC ( <i>Asian Football Confederation</i> )<sup>66</sup>.</li> </ul>

<sup>65</sup> [Http : //www.fe.unpad.ac.id/elearning/file112-XXIX-Desember-2000.PDF](http://www.fe.unpad.ac.id/elearning/file112-XXIX-Desember-2000.PDF)

<sup>66</sup> [Http://en.wikipedia.org/wiki/2007\\_AFC\\_Asian\\_Cup](http://en.wikipedia.org/wiki/2007_AFC_Asian_Cup)

3	Khalayak	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Khalayak merupakan konsep dalam ilmu komunikasi, artinya masyarakat manusia menjadi tujuan dari penyampaian isi pernyataan. Sedangkan proses komunikasi kepada manusia lebih mudah jika dibandingkan kepada khalayak. Hal ini sangat beralasan, sebab manusia tertentu mungkin sudah kita kenal yang terdiri dari satu atau beberapa orang. Khalayak itu sendiri dalam konteks komunikasi memiliki pengertian, suatu proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas dan pada sisi lain merupakan proses dimana pesan tersebut dicari, digunakan, dan dikonsumsi oleh <i>audience</i> itu sendiri<sup>67</sup>.</li> </ul>
---	----------	--

<sup>67</sup> Opcit, S. Djuarsa Senjaja. *Teori Komunikasi*, Universitas Terbuka. Hal 5.1

<sup>68</sup> [www.psikologi.unair.ac.id](http://www.psikologi.unair.ac.id). "Bagaimana Lebih Memahami Seorang Diri Remaja". Oleh : Rizki Leoni Putri dan Cholicul Hadi.

4	Remaja	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Masa remaja adalah suatu tahap antara masa kanak-kanak dengan masa dewasa. Istilah ini menunjuk masa dari awal pubertas sampai tercapainya kematangan. Biasanya masa remaja berlangsung antara umur 11 tahun - 20 tahun bagi perempuan dan 12 tahun – 21 tahun bagi laki-laki. Remaja dalam bahasa aslinya disebut dengan <i>adolescere</i>, yang artinya "tumbuh untuk mencapai kematangan". Fase remaja merupakan fase perkembangan yang tengah berada pada masa potensial, baik dilihat dari aspek kognitif, emosi maupun fisik<sup>68</sup>.</li> </ul>
---	--------	--

### 3.4.2 Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi konsep adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Peneliti mencoba mengoperasionalisasi variabel-variabel penelitian sebagai berikut :

Tabel 3.4.2

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<b>Motivasi Remaja Dalam Menonton Tayangan Piala Asia 2007</b>	▪ Informasi	Keingintahuan mengetahui tim pemenang dan hasil-hasil pertandingan selama Piala Asia 2007	a. Sangat ingin b. Ingin c. Kurang ingin d. Tidak ingin e. Sangat tidak ingin
		Keinginan untuk mengetahui formasi yang digunakan oleh Tim yang sedang bertanding	a. Sangat ingin b. Ingin c. Kurang ingin d. Tidak ingin e. Sangat tidak ingin
		Keinginan untuk mengetahui aksi pelatih dari masing-masing tim	a. Sangat ingin b. Ingin c. Kurang ingin d. Tidak ingin e. Sangat tidak ingin
		Keinginan untuk mengetahui pemain yang mendapat kartu	a. Sangat ingin b. Ingin c. Kurang ingin

		kuning atau merah selama pertandingan	d. Tidak ingin e. Sangat tidak ingin
		Keinginan untuk melihat aksi kapten dari masing-masing tim	a. Sangat ingin b. Ingin c. Kurang ingin d. Tidak ingin e. Sangat tidak ingin
		Keinginan untuk mengetahui siapa saja pencetak gol selama Piala Asia 2007	a. Sangat ingin b. Ingin c. Kurang ingin d. Tidak ingin e. Sangat tidak ingin
		Keinginan untuk menantikan pemain terbaik selama Piala Asia	a. Sangat ingin b. Ingin c. Kurang ingin d. Tidak ingin e. Sangat tidak ingin
		Keinginan untuk mengetahui Tim yang Juara di Piala Asia 2007	a. Sangat setuju b. Setuju c. Biasa saja d. Tidak setuju

		Keinginan untuk mengetahui siapa wasit yang memimpin pertandingan	<p>e. Sangat tidak setuju</p> <p>a. Sangat setuju</p> <p>b. Setuju</p> <p>c. Biasa saja</p> <p>d. Tidak setuju</p> <p>e. Sangat tidak setuju</p>
		Keinginan untuk mengetahui berasal dari mana wasit yang memimpin pertandingan selama Piala Asia 2007	<p>a. Sangat setuju</p> <p>b. Setuju</p> <p>c. Biasa saja</p> <p>d. Tidak setuju</p> <p>e. Sangat tidak setuju</p>
	▪ Identitas pribadi	Keinginan menambah skill dalam bermain sepak bola	<p>a. Sangat setuju</p> <p>b. Setuju</p> <p>c. Biasa saja</p> <p>d. Tidak setuju</p> <p>e. Sangat tidak setuju</p>
		Menonton Tayangan Piala Asia 2007 sebagai bukti penggemar fanatik sepak bola	<p>a. Sangat setuju</p> <p>b. Setuju</p> <p>c. Biasa saja</p> <p>d. Tidak setuju</p>

			e. Sangat tidak setuju
		Keinginan menjadi orang yang menjunjung tinggi nilai sportivitas	a. Sangat setuju b. Setuju c. Biasa saja d. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
		Keinginan menambah wawasan tentang persepak bolaan Asia	a. Sangat setuju b. Setuju c. Biasa saja d. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
	▪ Interaksi sosial	Keinginan terlihat gaul dan tidak ketinggalan informasi	a. Sangat setuju b. Setuju c. Biasa saja d. Tidak setuju e. Sangat tidak setuju
		Keinginan menambah teman baru	a. Sangat setuju b. Setuju c. Biasa saja

			<p>d. Tidak setuju</p> <p>e. Sangat tidak setuju</p>
		<p>Keinginan memiliki bahan pembicaraan di lingkungan pergaulan</p>	<p>a. Sangat setuju</p> <p>b. Setuju</p> <p>c. Biasa saja</p> <p>d. Tidak setuju</p> <p>e. Sangat tidak setuju</p>
		<p>Ingin dijadikan informan tentang Piala Asia 2007</p>	<p>a. Sangat setuju</p> <p>b. Setuju</p> <p>c. Biasa saja</p> <p>d. Tidak setuju</p> <p>e. Sangat tidak setuju</p>
		<p>Ingin melihat <i>team work</i> Atau kerja tim yang baik</p>	<p>a. Sangat setuju</p> <p>b. Setuju</p> <p>c. Biasa saja</p> <p>d. Tidak setuju</p> <p>e. Sangat tidak setuju</p>
	<p>▪ Hiburan</p>	<p>Mengganti kegiatan di waktu luang</p>	<p>a. Sangat setuju</p> <p>b. Setuju</p> <p>c. Biasa saja</p>

			<p>d. Tidak setuju</p> <p>e. Sangat tidak setuju</p>
		Menghilangkan stres	<p>a. Sangat setuju</p> <p>b. Setuju</p> <p>c. Biasa saja</p> <p>d. Tidak setuju</p> <p>e. Sangat tidak setuju</p>
		Sebagai penyaluran hobi	<p>a. Sangat setuju</p> <p>b. Setuju</p> <p>c. Biasa saja</p> <p>d. Tidak setuju</p> <p>e. Sangat tidak setuju</p>
		Keinginan menyaksikan pemain favorit selama Piala Asia 2007	<p>a. Sangat setuju</p> <p>b. Setuju</p> <p>c. Biasa saja</p> <p>d. Tidak setuju</p> <p>e. Sangat tidak setuju</p>
		Keinginan melihat proses terjadinya gol-	<p>a. Sangat setuju</p> <p>b. Setuju</p>

		gol spektakuler	<ul style="list-style-type: none"> <li>c. Biasa saja</li> <li>d. Tidak setuju</li> <li>e. Sangat tidak setuju</li> </ul>
		Mendapat kesenangan dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Sangat setuju</li> <li>b. Setuju</li> <li>c. Biasa saja</li> <li>d. Tidak setuju</li> <li>e. Sangat tidak setuju</li> </ul>
		Menantikan kuis di akhir Tayangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Sangat setuju</li> <li>b. Setuju</li> <li>c. Biasa saja</li> <li>d. Tidak setuju</li> <li>e. Sangat tidak setuju</li> </ul>
		Komentatornya menarik	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Sangat setuju</li> <li>b. Setuju</li> <li>c. Biasa saja</li> <li>d. Tidak setuju</li> <li>e. Sangat tidak setuju</li> </ul>

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah

#### 1. Data Primer

Dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner, yaitu berupa pertanyaan ilustrasi yang disusun secara tertulis dengan menggunakan daftar pertanyaan guna memperoleh data berupa jawaban dari responden. Selain itu juga digunakan untuk memperoleh data kuantitatif yang objektif.

#### 2. Data Sekunder

Dalam penelitian ini penulis melakukan studi kepustakaan, yaitu mempelajari, mendalami dan mengutip teori-teori atau konsep-konsep dari sejumlah literatur. Baik buku-buku, majalah, website dan lainnya yang berhubungan dengan objek penelitian.

### 3.6 Analisis Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan skala jumlahan, yaitu skala yang terdiri dari sejumlah pertanyaan yang meminta reaksi dari responden. Setiap respons diberi bilangan. Respons positif diberi nilai tertinggi, dan respons negatif diberi nilai paling rendah. Nilai sikap responden adalah dari jumlah nilai seluruh pertanyaan. Skala yang paling umum adalah *skala likert*<sup>69</sup>

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau tentang suatu fenomena. Sementara itu, fenomena sosial yang telah

---

<sup>69</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Rajagrafindo, Jakarta: 2005. Hal 105

ditetapkan secara spesifik oleh peneliti dan dikenal dengan istilah variabel penelitian<sup>70</sup>.

Dengan menggunakan skala likert, variabel dapat diukur dan dijabarkan menjadi indikator. Indikator tersebut yang nantinya diukur. Komponen yang diukur kemudian menjadi titik tolak untuk menyusun *item instrument* berupa pertanyaan untuk dijawab oleh responden. Jawaban dari setiap *item instrument* yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif. Untuk kategori penilaian dalam kuesioner, skala tersebut dapat berupa:

Sangat Ingin / Sangat Setuju
Ingin / Setuju
Kurang Ingin / Biasa Saja
Tidak Ingin / Tidak Setuju
Sangat Tidak Ingin / Sangat Tidak Setuju

**Tabel 3.6.1**

Setiap kategori jawaban akan diberi skor 1-5

Jawaban	Skor
a = Sangat Ingin	5
b = Ingin	4
c = Kurang Ingin	3
d = Tidak Ingin	2
e = Sangat Tidak Ingin	1

Sumber : Riduwan. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*.

<sup>70</sup> Riduwan. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Cetakan kedua. Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI), Bandung : 2003. Hal 12

Kategori jawaban akan diajukan kepada responden untuk dipilih guna mengetahui penilaian motivasi remaja dalam menonton Tayangan Piala Asia. Skor akan membantu peneliti untuk mengetahui presentase penilaian responden.

Berikut rumus yang digunakan :<sup>71</sup>

$$\frac{\text{Total Skor}}{\text{Jumlah Skor Tertinggi}} \times 100\%$$

Dimana untuk mengetahui jumlah skor ideal atau skor tertinggi adalah :

$$\text{Jumlah Seluruh Responden} \times \text{Skor Tertinggi}$$

Data yang diperoleh nantinya akan dianalisa secara kuantitatif dengan tipe deskriptif. Dengan demikian akan diketahui motivasi responden dari setiap pertanyaan yang diberikan.

Maka akan didapatkan hasil presentase dengan “Kriteria Interpretasi Skor” sebagai berikut :

- Angka 0 % - 20 % (skor 1) : Sangat Rendah / Sangat Negatif
- Angka 21% - 40% (skor 2) : Rendah / Negatif
- Angka 41% - 60% (skor 3) : Sedang / Netral
- Angka 61% - 80% (skor 4) : Tinggi / Positif
- Angka 81% - 100% (skor 5) : Sangat Tinggi / Sangat Positif

---

<sup>71</sup> Ibid, Riduwan. Hal 28

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

#### 4.1 Sejarah Piala Asia

AFC ( *Asian Football Confederation* ), didirikan pada tahun 1954 di Manila, Filipina. Awalnya keanggotaan AFC ini hanya ada 12 negara asia, lalu para pelopor AFC memiliki keinginan untuk memajukan sepakbola Asia, sesuai dengan motto mereka '*The Future Is Asia*', maka dibuatlah kompetisi untuk para negara Asia ini. Dimana nama kompetisi tersebut adalah *Asian Cup* (Piala Asia)<sup>72</sup>.

Piala Asia diadakan pertama kali pada tahun 1956, dengan Hongkong menjadi tuan rumah untuk pertama kalinya. AFC memutuskan penyelenggaraan Piala Asia ini secara rutin dengan jarak waktu 4 tahun sekali. Namun karena penyelenggaraan Piala Asia ini selalu bersamaan dengan Piala Eropa ( 2004, 2008, 2012 ) maka mulai tahun 2007 ini, Piala Asia dimajukan menjadi tahun 2007, dan empat tahun seterusnya<sup>73</sup>.

Saat ini AFC memiliki 46 anggota tetap yang dipimpin oleh Muhammad Bin Hammam, yang berasal dari Qatar<sup>74</sup>.

---

<sup>72</sup> [Http://en.wikipedia.org/wiki/2007\\_AFC\\_Asian\\_Cup](http://en.wikipedia.org/wiki/2007_AFC_Asian_Cup)

<sup>73</sup> Ibid

<sup>74</sup> Ibid

## 4.2 Hasil Kuesioner Tentang Motivasi Remaja Dalam Menonton Tayangan Piala Asia 2007

### 4.2.1 Data Responden

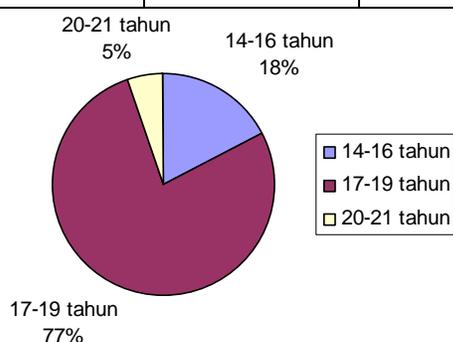
Dalam penelitian ini, peneliti membagi tiga pertanyaan untuk mendapatkan data responden. Pertanyaan yang diajukan terbagi atas kelompok umur responden, jenis kelamin, dan berapa lama sudah menyukai sepak bola.

**Tabel 4.2.1**

#### **Data Responden Berdasarkan Kelompok Umur**

n = 74

<b>Umur</b>	<b>( f )</b>	<b>( % )</b>
14 - 16 tahun	13	18
17 - 19 tahun	57	77
20 - 21 tahun	4	5
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>



Sumber : Hasil Penelitian, 2007

Hasil penelitian pada tabel 4.2.1 menunjukkan responden paling banyak berada dalam kelompok umur 17-19 tahun, yaitu sebanyak 57 responden (77%). Sisanya 13

responden (18%) berada dalam kelompok umur 14-16 tahun, dan 4 responden (5%) berada dalam kelompok umur 20 - 21 tahun.

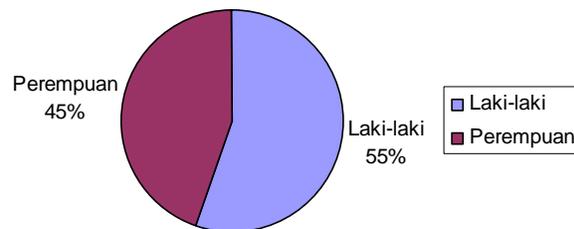
Berikutnya adalah tabel hasil penelitian mengenai jenis kelamin responden yang mengisi kuesioner :

**TABEL 4.2.2**

**Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

n=74

Jenis Kelamin	f	%
Laki-laki	41	55
Perempuan	33	45
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>



Sumber : Hasil Penelitian, 2007

Hasil penelitian pada tabel 4.2.2 menunjukkan responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih dominan dibandingkan responden perempuan.

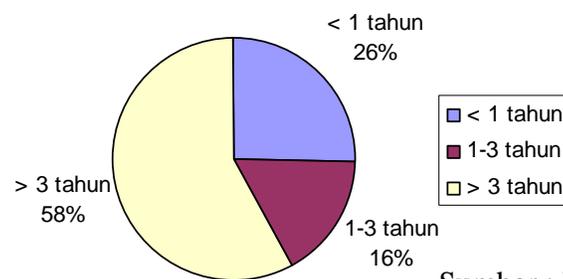
Untuk data responden, sudah berapa lama responden menyukai sepak bola dapat dilihat pada tabel berikut :

TABEL 4.2.3

## Data Responden Berdasarkan Lama Menyukai Sepak Bola

n=74

Lama Menyukai Sepak Bola	f	%
< 1 tahun	19	26
1 – 3 tahun	12	16
> 3 tahun	43	58
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>



Sumber : Hasil Penelitian, 2007

Hasil penelitian pada tabel diatas menunjukkan 43 responden (58%) menyukai sepak bola lebih dari tiga tahun, sedangkan sisanya 19 responden (26%) menyukai sepak bola selama kurang dari satu tahun, dan 12 responden (16%) menyukai sepak bola selama satu sampai tiga tahun.

## 4.2.2 Motivasi Remaja Dalam Menonton Tayangan Piala Asia 2007

### 4.2.2.1 Penilaian Terhadap Dimensi Informasi

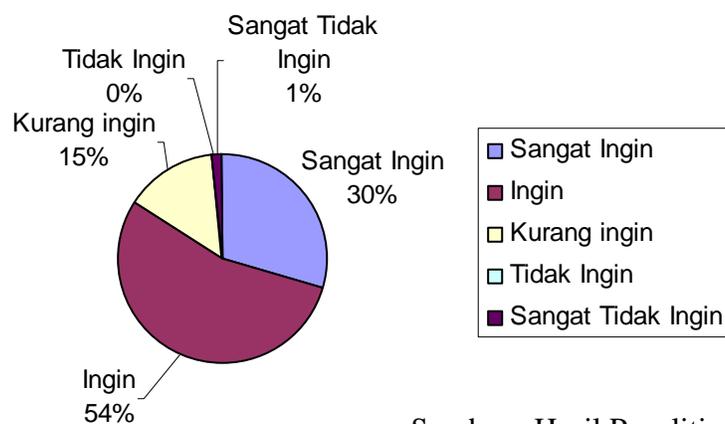
Sejauh mana tingkat motivasi 74 responden dalam menonton Tayangan Piala Asia 2007 terhadap dimensi informasi.

**TABEL 4.2.4**

**Tingkat Keinginan Untuk Mengetahui Tim Pemenang dan Hasil-hasil  
Pertandingan**

n=74

Penilaian	f	%f	Skor
Sangat Ingin	22	30	110
Ingin	40	54	160
Kurang Ingin	11	15	33
Tidak Ingin	0	0	0
Sangat Tidak Ingin	1	1	1
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>304</b>



Sumber : Hasil Penelitian, 2007

Berdasarkan pada hasil penelitian dalam tabel 4.2.4, sebanyak 40 responden (54%) menyatakan “**ingin**” mengetahui tim pemenang serta hasil-hasil pertandingan selama Piala Asia 2007. Sedangkan 22 responden menyatakan sangat ingin, 11 responden menyatakan kurang ingin, 1 responden menyatakan sangat tidak ingin, dan tidak ada responden (0%) menyatakan tidak ingin. Maka penilaian pada tabel 4.1.4. untuk mengetahui tingkat keinginan responden dalam mengetahui tim pemenang dan hasil-hasil pertandingan selama Piala Asia 2007, peneliti menggunakan rumus :

{Jumlah skor hasil pengumpulan data : (skor tertinggi x Jumlah responden) x 100% }<sup>75</sup> Dimana jumlah skor tertinggi = jumlah responden x skor tertinggi

$$= 74 \times 5$$

$$= 370$$

$$\text{Maka, } \frac{304}{370} \times 100\% = 82,16\% = 82\% \text{ (skor 5)}$$

Dengan demikian, berdasar kriteria interpretasi skor likert, hasil penelitian secara keseluruhan pada tabel 4 adalah SANGAT TINGGI / SANGAT POSITIF.

---

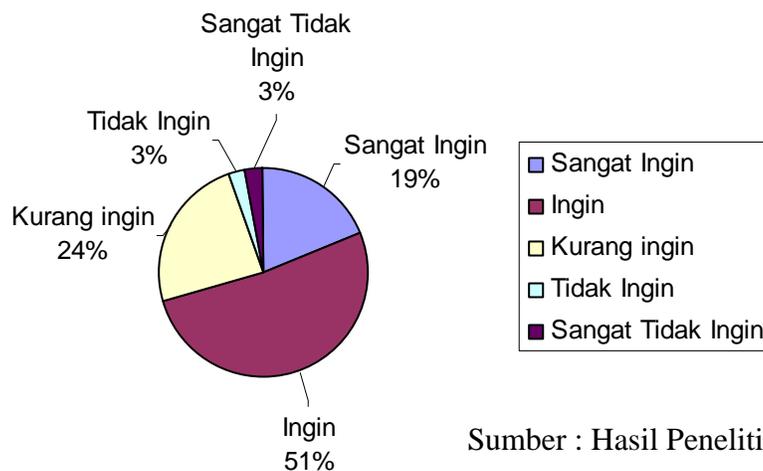
<sup>75</sup> Riduwan. *Statistika Untuk Lembaga dan Instansi Pemerintah/Swasta*. Alfabeta, Bandung : 2004. Hal 29

TABEL 4.2.5

**Tingkat Keinginan Untuk Mengetahui Formasi Yang Digunakan Oleh Tim  
Yang Bertanding**

n=74

Penilaian	f	%f	Skor
Sangat Ingin	14	19	70
Ingin	38	51	152
Kurang Ingin	18	24	54
Tidak Ingin	2	3	4
Sangat Tidak Ingin	2	3	2
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>282</b>



Sumber : Hasil Penelitian, 2007

Hasil penelitian pada tabel 4.2.5 menunjukkan 38 responden (51%) menyatakan “**ingin**” mengetahui formasi yang digunakan oleh tim yang sedang bertanding. Kemudian 18 responden (24%) menyatakan kurang ingin, 14 responden (19%) menyatakan sangat ingin, 2 responden (3%) menyatakan tidak ingin, dan 2

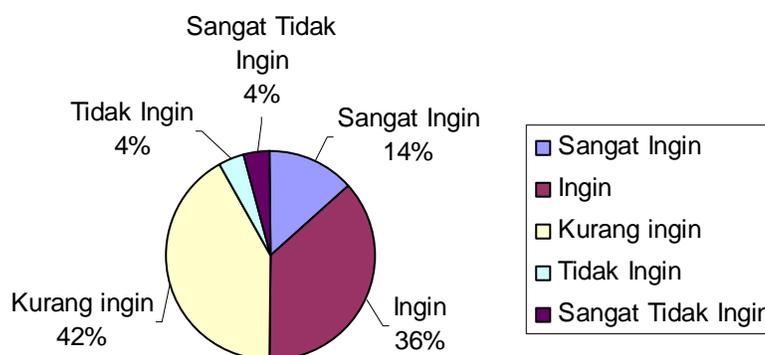
responden (2%) menyatakan sangat tidak ingin. Maka penilaian pada tabel 5 adalah :  $282/370 \times 100\% = 76,2\% = 76\%$  (skor 4). Dengan demikian, hasil penelitian secara keseluruhan adalah TINGGI / POSITIF.

**TABEL 4.2.6**

**Tingkat Keinginan Untuk Mengetahui Aksi Pelatih**

n=74

Penilaian	f	%f	Skor
Sangat Ingin	10	14	50
Ingin	27	36	108
Kurang Ingin	31	42	93
Tidak Ingin	3	4	6
Sangat Tidak Ingin	3	4	3
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>260</b>



Sumber : Hasil Penelitian, 2007

Seperti tabel 4.2.6 diatas, sebanyak 31 responden (42%) menyatakan “**kurang ingin**”, untuk mengetahui aksi pelatih dari masing-masing tim. Ada 27 responden

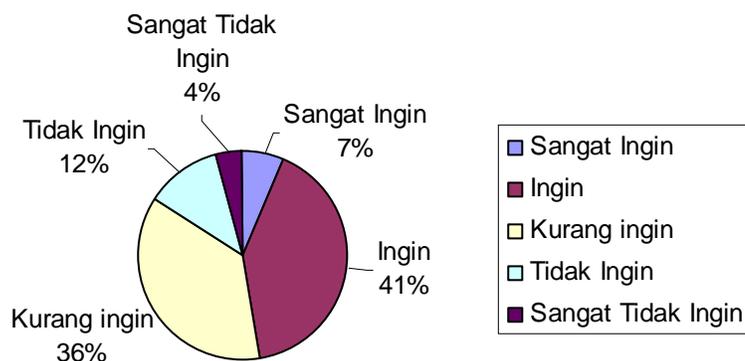
(36%) menyatakan ingin, 10 responden (14%) menyatakan sangat ingin, 3 responden (4%) menyatakan tidak ingin, dan 3 responden (4%) menyatakan sangat tidak ingin. Maka penilaian pada tabel 6 adalah  $260/370 \times 100\% = 70,27\% = 70\%$  (skor 4). Dengan demikian, hasil penelitian secara keseluruhan adalah TINGGI / POSITIF.

**TABEL 4.2.7**

**Keinginan Untuk Mengetahui Pemain Yang Mendapat Kartu Kuning / Merah**

n=74

Penilaian	f	%f	Skor
Sangat Ingin	5	7	25
Ingin	30	41	120
Kurang Ingin	27	36	81
Tidak Ingin	9	12	18
Sangat Tidak Ingin	3	4	3
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>247</b>



Sumber : Hasil Penelitian, 2007

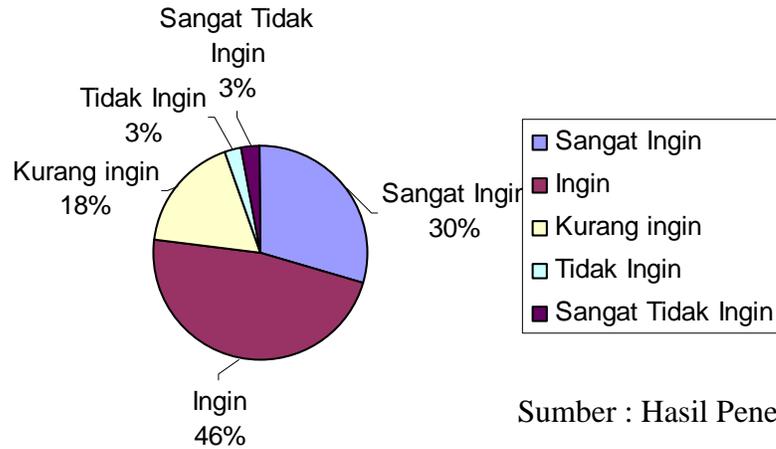
Dapat dilihat pada tabel 4.2.7 diatas terdapat 30 responden (41%) menyatakan “ingin” mengetahui pemain yang mendapat kartu kuning atau merah. Sebanyak 27 responden (36%) menyatakan kurang ingin, 9 responden (12%) menyatakan tidak ingin, 5 responden (7%) menyatakan sangat ingin, dan 3 responden (4%) menyatakan sangat tidak ingin. Maka penilaian pada tabel 7 diatas adalah  $247 / 370 \times 100\% = 66,75\% = 67\%$  (skor 4). Dengan demikian, hasil penelitian secara keseluruhan adalah TINGGI / POSITIF.

**TABEL 4.2.8**

**Keinginan Untuk Mengetahui Aksi Kapten Tim**

n=74

<b>Penilaian</b>	<b>f</b>	<b>%f</b>	<b>Skor</b>
Sangat Ingin	22	30	110
Ingin	35	47	140
Kurang Ingin	13	17	39
Tidak Ingin	2	3	4
Sangat Tidak Ingin	2	3	2
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>295</b>



Sumber : Hasil Penelitian, 2007

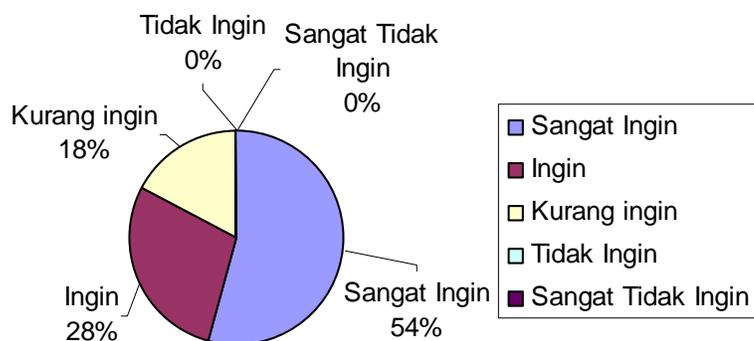
Hasil penelitian pada tabel 4.2.8 menunjukkan 35 responden (47%) menyatakan “**ingin**” untuk mengetahui aksi kapten dari masing-masing tim. Kemudian 22 responden (30%) menyatakan sangat ingin, 13 responden (17%) menyatakan kurang ingin, 2 responden (3%) menyatakan tidak ingin, dan 2 responden (3%) menyatakan sangat tidak ingin. Maka penilaian pada tabel 8 adalah  $295 / 370 \times 100\% = 79,72\% = 80\%$  (skor 4). Dengan demikian, hasil penelitian secara keseluruhan adalah TINGGI / POSITIF.

**TABEL 4.2.9**

**Keinginan Untuk Mengetahui Pencetak Gol**

n=74

Penilaian	f	%f	Skor
Sangat Ingin	40	54	200
Ingin	21	28	84
Kurang Ingin	13	18	39
Tidak Ingin	0	0	0
Sangat Tidak Ingin	0	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>323</b>



Sumber : Hasil Penelitian, 2007

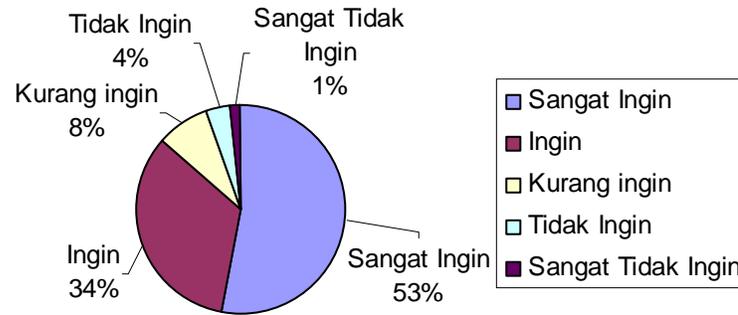
Pada tabel 4.2.9 menunjukkan bahwa sebanyak 40 responden (54%) menyatakan “**sangat ingin**” untuk mengetahui siapa saja pencetak gol selama Piala Asia 2007. Sedangkan 21 responden (28%) menyatakan ingin, 13 responden (18%) menyatakan kurang ingin, dan tidak ada responden (0%) menyatakan tidak ingin dan sangat tidak ingin. Maka penilaian pada tabel 9 adalah  $323 / 370 \times 100\% = 87,29\% = 87\%$  (skor 5). Dengan demikian, hasil penelitian pada tabel 9 secara keseluruhan adalah SANGAT TINGGI / SANGAT POSITIF.

**TABEL 4.2.10**

**Keinginan Untuk Menantikan Pemain Terbaik**

n=74

Penilaian	f	%f	Skor
Sangat Ingin	39	53	195
Ingin	25	34	100
Kurang Ingin	6	8	18
Tidak Ingin	3	4	2
Sangat Tidak Ingin	1	1	1
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>316</b>



Sumber : Hasil Penelitian, 2007

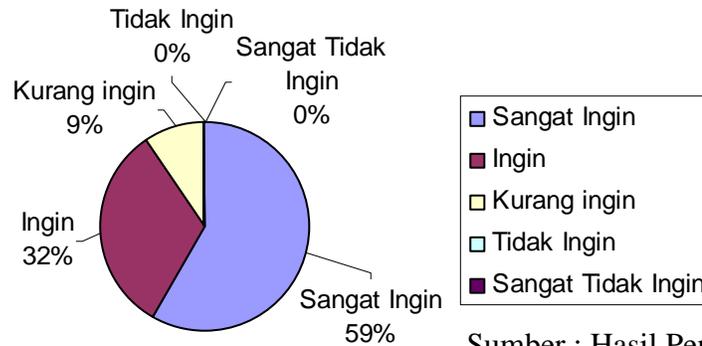
Tabel 4.2.10 menunjukkan 39 responden (53%) menyatakan “**sangat ingin**” untuk menantikan pemain terbaik dari banyaknya pemain bintang yang berlaga di Piala Asia 2007. Kemudian 25 responden (34%) menyatakan ingin, 6 responden (8%) menyatakan kurang ingin, 3 responden (4%) menyatakan tidak ingin, dan 1 responden (1%) menyatakan sangat tidak ingin. Maka penilaiannya adalah  $316 / 370 \times 100\% = 85,40\% = 85\%$  (skor 5). Dengan demikian, hasil penelitian pada tabel 10 secara keseluruhan adalah SANGAT TINGGI / SANGAT POSITIF.

**TABEL 4.2.11**

**Keinginan Untuk Mengetahui Tim Yang Juara**

n=74

Penilaian	f	%f	Skor
Sangat Ingin	43	58	215
Ingin	24	32	32
Kurang Ingin	7	10	10
Tidak Ingin	0	0	0
Sangat Tidak Ingin	0	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>257</b>



Sumber : Hasil Penelitian, 2007

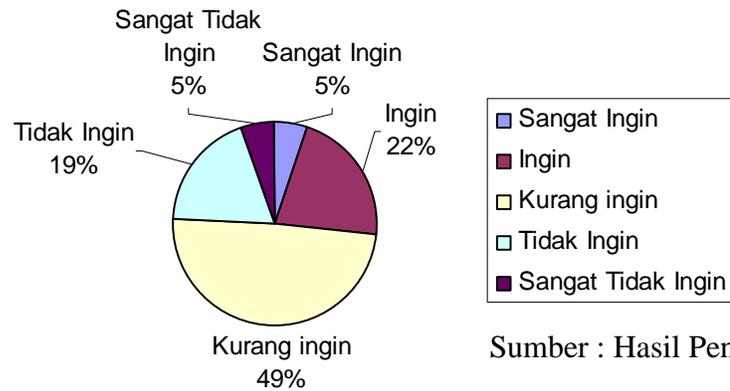
Dapat dilihat pada tabel 4.2.11 di atas, terdapat 43 responden (58%) menyatakan “**sangat ingin**” untuk mengetahui tim yang juara di Piala Asia 2007. Sedangkan 24 responden (32%) menyatakan ingin, 7 responden (10%) menyatakan kurang ingin, dan tidak ada responden (0%) yang menyatakan tidak ingin dan sangat tidak ingin. Maka penilaian pada tabel 11 adalah  $69,45\% = 70\%$  (skor 4). Dengan demikian, hasil penelitian secara keseluruhan adalah TINGGI / POSITIF.

**TABEL 4.2.12**

**Keinginan Untuk Mengetahui Wasit Yang Memimpin Pertandingan**

n=74

Penilaian	f	%f	Skor
Sangat Ingin	4	5	20
Ingin	16	22	64
Kurang Ingin	36	49	108
Tidak Ingin	14	19	28
Sangat Tidak Ingin	4	5	4
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>224</b>



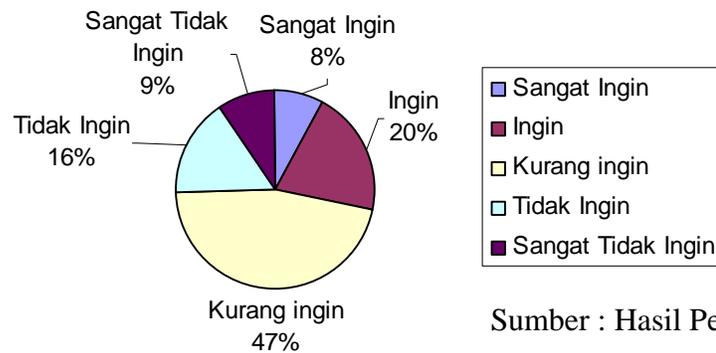
Pada tabel 4.2.12 menunjukkan 36 responden (49%) menyatakan “**kurang ingin**” untuk mengetahui siapa wasit yang memimpin pertandingan selama Piala Asia 2007. Sebanyak 16 responden (22%) menyatakan ingin, 14 responden (19%) menyatakan tidak ingin, 4 responden (5%) menyatakan sangat ingin, dan 4 responden (5%) menyatakan sangat tidak ingin. Maka penilaian tabel 12 adalah  $224 / 370 \times 100\% = 60,54\% = 61\%$  (skor 4). Dengan demikian, hasil penelitian secara keseluruhan adalah TINGGI / POSITIF.

**TABEL 4.2.13**

**Keinginan Untuk Mengetahui Berasal Dari mana Wasit Yang Memimpin  
Pertandingan**

n=74

Penilaian	f	%f	Skor
Sangat Ingin	6	8	30
Ingin	15	20	60
Kurang Ingin	34	46	102
Tidak Ingin	12	16	24
Sangat Tidak Ingin	7	10	7
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>223</b>



Seperti yang dapat dilihat pada tabel 4.2.13, sebanyak 34 responden (46%) menyatakan “**kurang ingin**” untuk mengetahui berasal dari mana wasit yang memimpin pertandingan. Sisanya terdapat 15 responden (20%) menyatakan ingin, 12 responden (16%) menyatakan tidak ingin, 7 responden (10%) menyatakan sangat tidak ingin, dan 6 responden (8%) menyatakan sangat ingin. Maka penilaian pada tabel 13 adalah  $223 / 370 \times 100\% = 60,27\% = 60\%$  (skor 3). Dengan demikian, hasil penelitian secara keseluruhan adalah SEDANG / NETRAL.

**Tabel 4.2.14**

**Akumulasi Dimensi Informasi**

No	Indikator	Skor	x skor
1	Mengetahui tim pemenang serta hasil- hasil pertandingan	304	2731 / 10 = 273,1 / 370 x 100% = <b>74%</b> <b>(TINGGI)</b>
2	Mengetahui formasi tim yang bertanding	282	
3	Mengetahui aksi pelatih	260	
4	Mengetahui pemain yang mendapat kartu kuning / merah	247	
5	Mengetahui aksi kapten tim	295	
6	Mengetahui pencetak gol	323	
7	Menantikan pemain terbaik	316	
8	Mengetahui tim yang juara	257	
9	Mengetahui wasit yang memimpin pertandingan	224	
10	Mengetahui berasal dari mana wasit yang memimpin pertandingan	223	
<b>Total</b>		<b>2731</b>	

Sumber : Hasil Penelitian, 2007

#### 4.1.2.2 Penilaian Terhadap Dimensi Identitas Pribadi

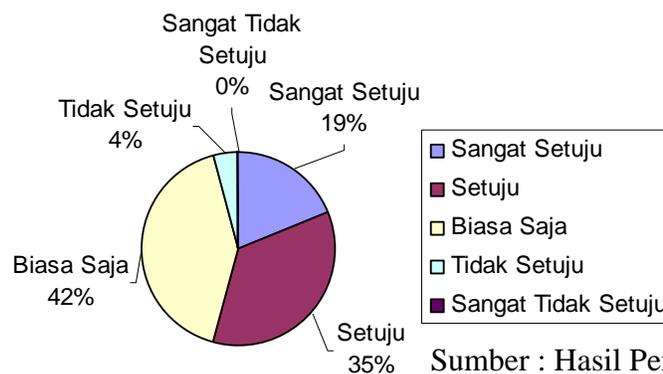
Motivasi 74 responden terhadap dimensi identitas pribadi secara rinci dinyatakan pada tabel-tabel dibawah ini :

**TABEL 4.2.15**

#### Menambah Skill Dalam Bermain Sepak Bola

n=74

Penilaian	f	%f	Skor
Sangat Setuju	14	19	70
Setuju	26	35	104
Biasa Saja	31	42	93
Tidak Setuju	3	4	6
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>273</b>



Berdasarkan pada hasil penelitian dalam tabel 4.2.15, sebanyak 31 responden (42%) menyatakan “**biasa saja**” bahwa dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007 dapat menambah skill dalam bermain sepak bola. Sedangkan 26 responden (35%) menyatakan setuju, 14 responden (19%) menyatakan sangat setuju, 3 responden (4%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) menyatakan sangat tidak

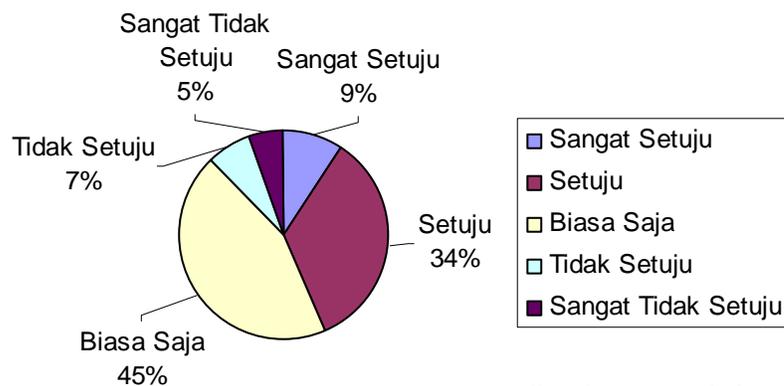
setuju. Maka penilaian pada tabel 14 adalah  $273 / 370 \times 100\% = 73,78\% = 74\%$  (skor 4). Dengan demikian, hasil penelitian secara keseluruhan adalah TINGGI / POSITIF.

**TABEL 4.2.16**

**Penggemar Fanatik Sepak Bola**

n=74

Penilaian	f	%f	Skor
Sangat Setuju	7	9	35
Setuju	25	34	100
Biasa Saja	33	45	99
Tidak Setuju	5	7	10
Sangat Tidak Setuju	4	5	4
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>248</b>



Sumber : Hasil Penelitian, 2007

Pada tabel 4.2.16 menunjukkan bahwa 33 responden (45%) menyatakan “biasa saja” bahwa dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007 sebagai bukti penggemar fanatik sepak bola. Kemudian 25 responden (34%) menyatakan setuju, 7 responden (9%) menyatakan sangat setuju, 5 responden (7%) menyatakan tidak setuju, dan 4

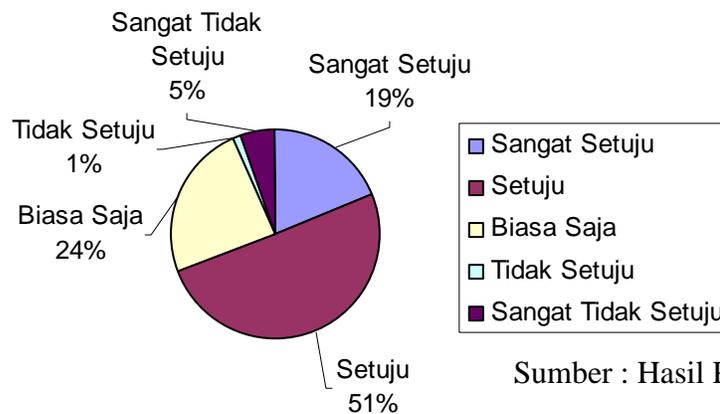
responden (5%) menyatakan sangat tidak setuju. Maka penilaian pada tabel 15 adalah  $248 / 370 \times 100\% = 67,02\% = 67\%$  (skor 4). Dengan demikian, hasil penelitian secara keseluruhan adalah TINGGI / POSITIF.

**TABEL 4.2.17**

**Menambah Wawasan Tentang Persepakbolaan Asia**

n=74

Penilaian	F	%f	Skor
Sangat Setuju	14	19	70
Setuju	37	50	148
Biasa Saja	18	24	54
Tidak Setuju	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	4	5	4
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>278</b>



Sumber : Hasil Penelitian, 2007

Hasil penelitian pada tabel 4.2.17 menunjukkan 37 responden (50%) menyatakan “setuju” bahwa dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007 bisa menambah wawasan tentang persepak bolaan Asia. Ada 18 responden (24%)

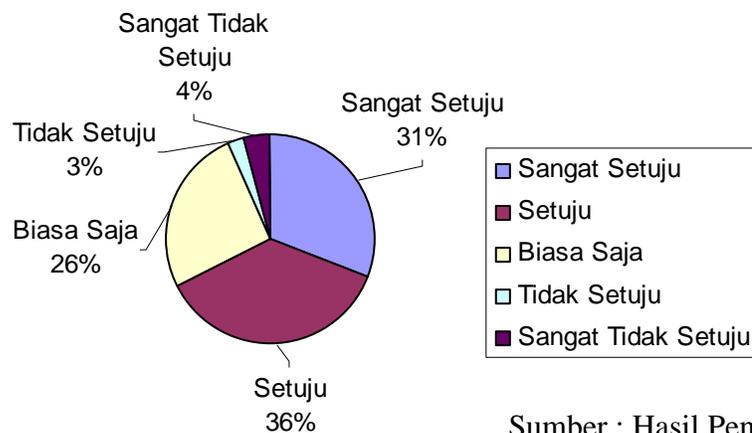
menyatakan biasa saja, 14 responden (19%) menyatakan sangat setuju, 4 responden (5%) menyatakan sangat tidak setuju, dan 1 responden (1%) menyatakan tidak setuju. Maka penilaiannya adalah  $278 / 370 \times 100\% = 75,13\% = 75\%$  (skor 4). Dengan demikian, hasil penelitian secara keseluruhan adalah TINGGI / POSITIF.

**TABEL 4.2.18**

**Menjunjung Tinggi Nilai Sportivitas**

n=74

Penilaian	f	%f	Skor
Sangat Setuju	23	31	115
Setuju	27	36	108
Biasa Saja	19	26	57
Tidak Setuju	2	3	4
Sangat Tidak Setuju	3	4	3
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>287</b>



Sumber : Hasil Penelitian, 2007

Seperti tabel 4.2.18 di atas, sebanyak 27 responden (36%) menyatakan “setuju” bahwa dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007 dapat menjunjung tinggi nilai sportivitas. Kemudian 23 responden (31%) menyatakan sangat setuju, 19

responden (26%) menyatakan biasa saja, 3 responden (4%) menyatakan sangat tidak setuju, dan 2 responden (3%) menyatakan tidak setuju. Maka penilaian pada tabel 17 adalah  $287 / 370 \times 100\% = 77,56\% = 78\%$  (skor 4). Dengan demikian, hasil penelitian secara keseluruhan adalah TINGGI / POSITIF.

**Tabel 4.2.19**

**Akumulasi Dimensi Identitas Pribadi**

No	Indikator	Skor	x skor
1	Menambah skill bermain bola	273	$1086 / 4 = 271,5 / 370$ $\times 100\% = 73\%$ <b>(TINGGI)</b>
2	Penggemar fanatik sepak bola	248	
3	Menambah wawasan tentang persepak bolaan Asia	278	
4	Menjunjung tinggi nilai sportivitas	287	
<b>Jumlah</b>		<b>1086</b>	

Sumber : Hasil Penelitian, 2007

**4.1.2.3 Penilaian Terhadap Dimensi Interaksi Sosial**

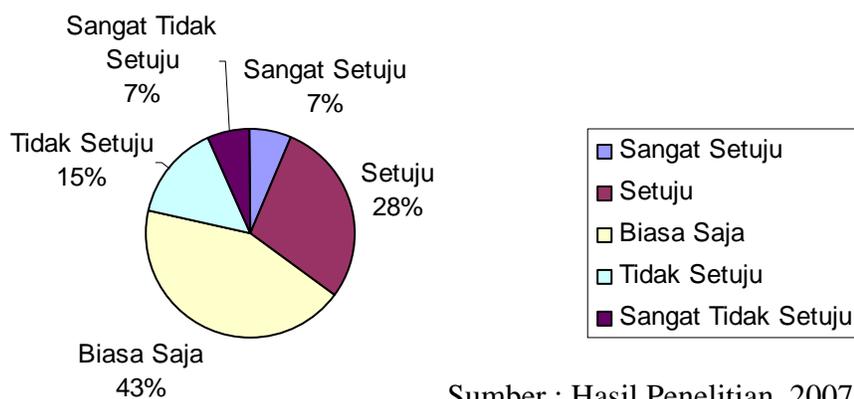
Motivasi 74 responden terhadap dimensi identitas pribadi secara rinci dinyatakan pada tabel-tabel dibawah ini :

TABEL 4.2.20

## Terlihat Gaul dan Tidak Ketinggalan Informasi

n=74

Penilaian	f	%f	Skor
Sangat Setuju	5	7	25
Setuju	21	28	84
Biasa Saja	32	43	96
Tidak Setuju	11	15	22
Sangat Tidak Setuju	5	7	5
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>232</b>



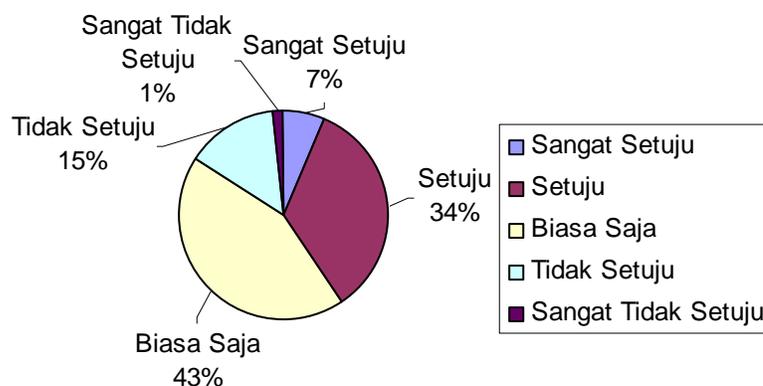
Sumber : Hasil Penelitian, 2007

Pada tabel 4.2.20 menunjukkan bahwa sebanyak 32 responden (43%) menyatakan “**biasa saja**” apabila dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007 ingin terlihat gaul dan tidak ketinggalan informasi. Sedangkan 21 responden (28%) menyatakan setuju, 11 responden (15%) menyatakan tidak setuju, 5 responden (7%) menyatakan sangat setuju, dan 5 responden (7%) menyatakan sangat tidak setuju. Maka penilaiannya adalah  $232 / 370 \times 100\% = 62,70\% = 63\%$  (skor 4). Dengan demikian, dapat disimpulkan hasil penelitian adalah TINGGI / POSITIF.

**TABEL 4.2.21****Menambah Teman Baru**

n=74

Kategori Jawaban	f	%f	Skor
Sangat Setuju	5	7	25
Setuju	25	34	100
Biasa Saja	32	43	96
Tidak Setuju	11	15	22
Sangat Tidak Setuju	1	1	1
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>244</b>



Sumber : Hasil Penelitian, 2007

Berdasarkan tabel 4.2.21 di atas bahwa 32 responden (43%) menyatakan “biasa saja” bahwa dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007 dapat menambah teman baru. Sedangkan 25 responden (34%) menyatakan setuju, 11 responden (15%) menyatakan tidak setuju, 5 responden (7%) menyatakan sangat setuju, dan 1 responden (1%) menyatakan sangat tidak setuju. Maka penilaian pada tabel 19 adalah

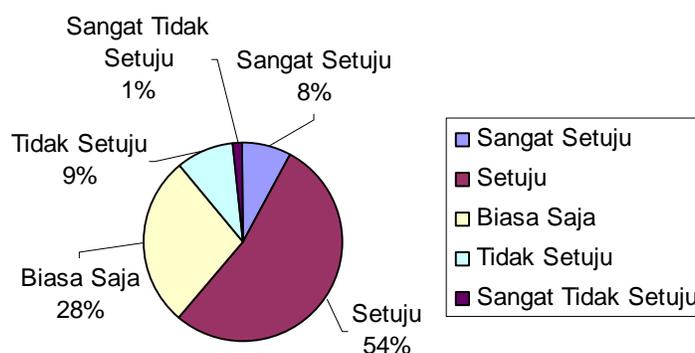
$244 / 370 \times 100\% = 65,94\% = 66\%$  (skor 4). Dengan demikian, dapat disimpulkan hasil penelitian adalah TINGGI / POSITIF.

**TABEL 4.1.22**

**Memiliki Bahan Pembicaraan**

n=74

Penilaian	f	%f	Skor
Sangat Setuju	6	8	30
Setuju	39	53	156
Biasa Saja	21	28	63
Tidak Setuju	7	10	14
Sangat Tidak Setuju	1	1	1
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>264</b>



Sumber : Hasil Penelitian, 2007

Seperti tabel 4.1.21 di atas bahwa 39 responden (53%) menyatakan “setuju” bahwa dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007 bisa memiliki bahan pembicaraan di lingkungan pergaulan. Selanjutnya 21 responden (28%) menyatakan biasa saja, 7 responden (10%) menyatakan tidak setuju, 6 responden (8%)

menyatakan sangat setuju, dan 1 responden (1%) menyatakan sangat tidak setuju.

Maka penilaian pada tabel 20 adalah  $264 / 370 \times 100\% = 71,35\% = 71\%$  (skor 4).

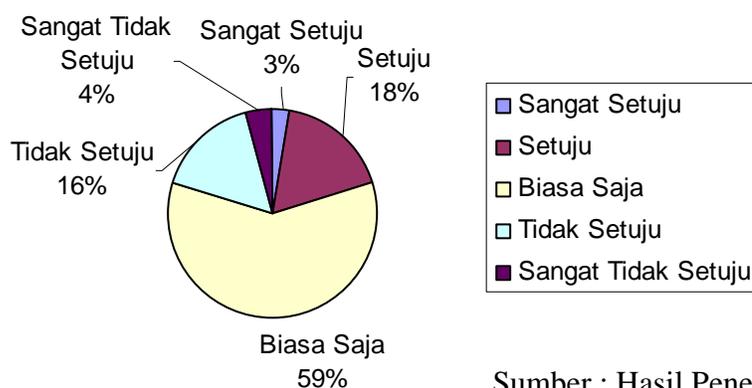
Dengan demikian, dapat disimpulkan hasil penelitian adalah TINGGI / POSITIF.

**TABEL 4.2.23**

**Dijadikan Informan Piala Asia 2007**

n=74

Penilaian	F	%f	Skor
Sangat Setuju	2	3	10
Setuju	13	18	52
Biasa Saja	44	59	132
Tidak Setuju	12	16	24
Sangat Tidak Setuju	3	4	3
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>221</b>



Sumber : Hasil Penelitian, 2007

Hasil penelitian pada tabel 4.2.22 di atas menunjukkan 44 responden (59%) menyatakan “**biasa saja**” bahwa dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007 ingin dijadikan sebagai informan tentang Piala Asia 2007. Kemudian 13 responden (18%)

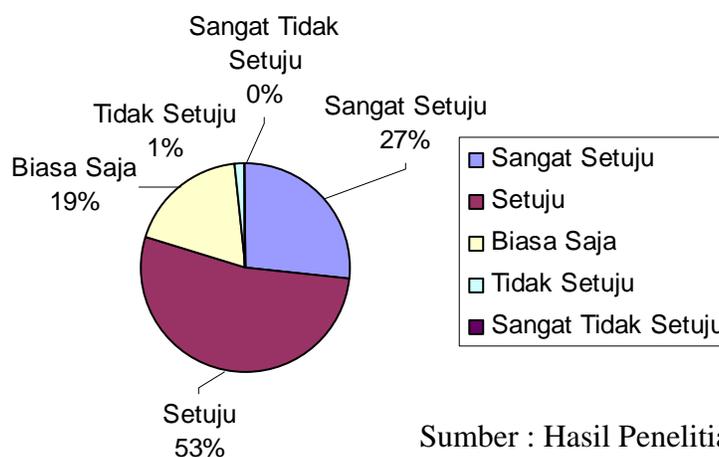
menyatakan setuju, 12 responden (16%) menyatakan tidak setuju, 3 responden (4%) menyatakan sangat tidak setuju, dan 2 responden (3%) menyatakan sangat setuju. Maka penilaiannya adalah  $221 / 370 \times 100\% = 59,72\% = 60\%$  (skor 3). Dengan demikian, hasil penelitian secara keseluruhan adalah CUKUP / NETRAL.

**TABEL 4.2.24**

**Melihat Kerja Tim yang Baik**

n=74

Penilaian	f	%f	Skor
Sangat Setuju	20	27	100
Setuju	39	53	78
Biasa Saja	14	19	42
Tidak Setuju	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>222</b>



Berdasarkan pada hasil penelitian pada tabel 4.2.23, sebanyak 39 responden (53%) menyatakan “**setuju**” bahwa dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007 ingin melihat bagaimana kerja tim yang baik. Sedangkan 20 responden (27%)

menyatakan sangat setuju, 14 responden (19%) menyatakan biasa saja, 1 responden (1%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Maka penilaian pada tabel 22 adalah  $222 / 370 \times 100\% = 60\%$  (skor 3). Dengan demikian, hasil penelitian secara keseluruhan adalah CUKUP / NETRAL.

**TABEL 4.2.25**

**Akumulasi Dimensi Interaksi Sosial**

No	Indikator	Skor	x skor
1	Terlihat gaul dan tidak ketinggalan informasi	232	$1183 / 5 = 236,6 / 370$ $\times 100\% = 64\%$ <b>(TINGGI)</b>
2	Menambah teman baru	244	
3	Memiliki bahan pembicaraan di lingkungan pergaulan	264	
4	Dijadikan informan Piala Asia 2007	221	
5	Melihat kerja tim yang baik	222	
<b>Jumlah</b>		<b>1183</b>	

Sumber : Hasil Penelitian, 2007

**4.1.2.4 Penilaian Terhadap Dimensi Hiburan**

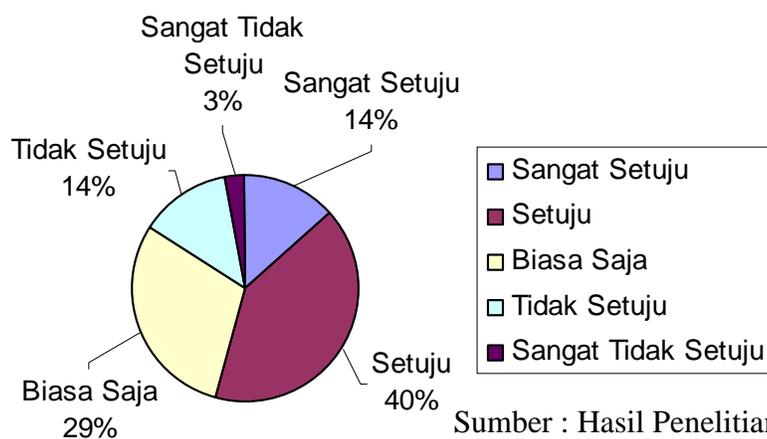
Motivasi 74 responden terhadap dimensi hiburan secara rinci dinyatakan pada tabel-tabel dibawah ini :

TABEL 4.2.26

## Mengganti kegiatan di Waktu Luang

n=74

Penilaian	F	%f	Skor
Sangat Setuju	10	14	50
Setuju	30	41	120
Biasa Saja	22	30	66
Tidak Setuju	10	14	20
Sangat Tidak Setuju	2	3	2
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>258</b>



Hasil penelitian pada tabel 4.2.25 menunjukkan 30 responden (41%) menyatakan "setuju" bahwa dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007 bisa menggantikan kegiatan di waktu luang. Sementara 22 responden (30%) menyatakan biasa saja, 10 responden (14%) menyatakan sangat setuju, 10 responden (14%) menyatakan tidak setuju, dan 2 responden (3%) menyatakan sangat tidak setuju.

Maka penilaian pada tabel 23 adalah  $258 / 370 \times 100\% = 69,72\% = 70\%$  (skor 4).

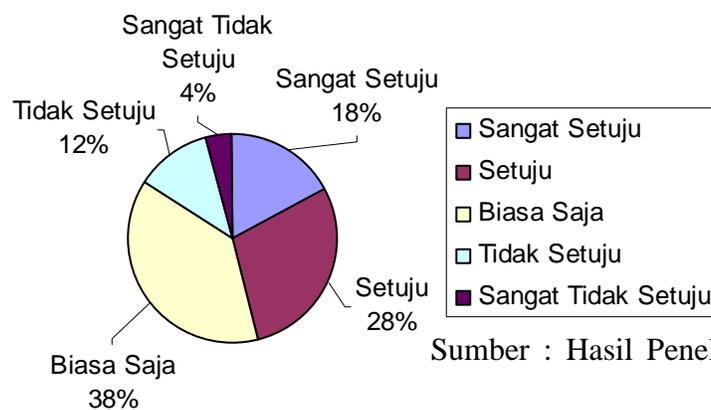
Dengan demikian, hasil penelitian secara keseluruhan adalah TINGGI / POSITIF.

**TABEL 4.2.27**

**Menyalurkan Hobi**

n=74

Penilaian	f	%f	Skor
Sangat Setuju	13	18	65
Setuju	21	28	84
Biasa Saja	28	38	84
Tidak Setuju	9	12	18
Sangat Tidak Setuju	3	4	3
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>254</b>



Sumber : Hasil Penelitian, 2007

Pada tabel 4.2.26 di atas menunjukkan 28 responden (38%) menyatakan “**biasa saja**” bahwa dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007 dapat menyalurkan hobi. Sedangkan 21 responden (28%) menyatakan setuju, 13 responden (18%) menyatakan sangat setuju, 9 responden (12%) menyatakan tidak setuju, dan 3 responden (4%) menyatakan sangat tidak setuju. Maka penilaiannya adalah  $254 / 370 \times 100\% =$

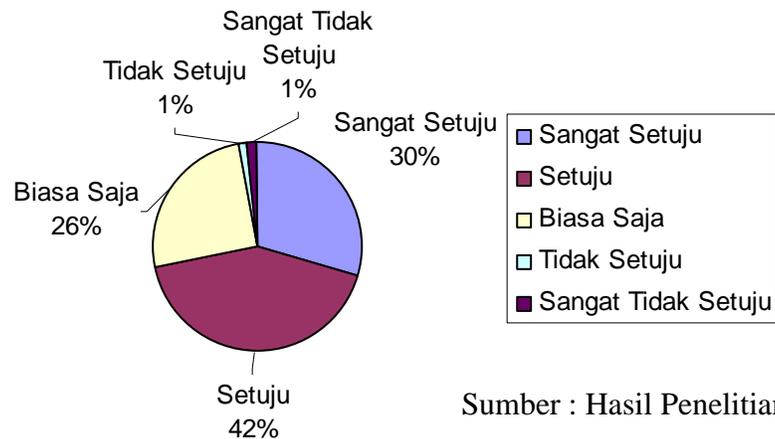
68,64% = 69 % (skor 4). Dengan demikian, hasil penelitian secara keseluruhan adalah TINGGI / POSITIF.

**TABEL 4.2.28**

**Melihat Pemain Favorit**

n=74

Penilaian	F	%f	Skor
Sangat Setuju	22	30	110
Setuju	31	42	124
Biasa Saja	19	26	57
Tidak Setuju	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	1	1	1
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>294</b>



Untuk tabel 4.2.27 ini menunjukkan 31 responden (42%) menyatakan “setuju” bahwa dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007 untuk melihat pemain favorit. Selanjutnya 22 responden (30%) menyatakan sangat setuju, 19 responden (26%) menyatakan biasa saja, 1 responden (1%) menyatakan tidak setuju dan sangat tidak

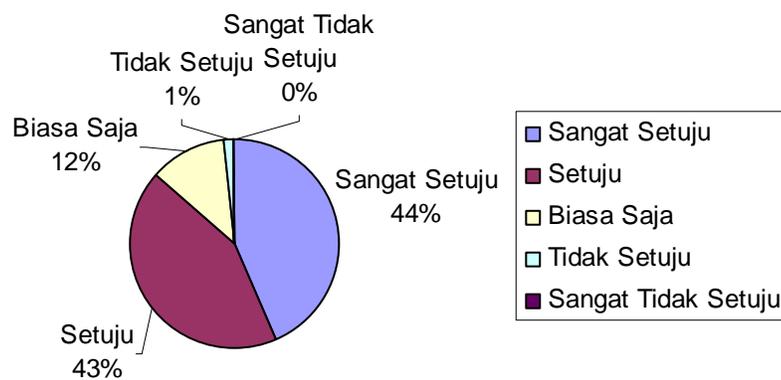
setuju. Maka penilaian pada tabel 25 adalah  $294 / 370 \times 100\% = 79,45\% = 79\%$  (skor 4). Dengan demikian, hasil penelitian secara keseluruhan adalah TINGGI / POSITIF.

**TABEL 4.2.29**

**Melihat Gol- gol Spektakuler**

n=74

Penilaian	F	%f	Skor
Sangat Setuju	32	43	175
Setuju	32	43	128
Biasa Saja	9	12	27
Tidak Setuju	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>332</b>



Sumber : Hasil Penelitian, 2007

Pada tabel 4.2.28 menunjukkan 32 responden (43%) menyatakan “**sangat setuju dan setuju**” bahwa dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007 ingin melihat gol-gol spektakuler. Sementara 9 responden (12%) menyatakan biasa saja, 1

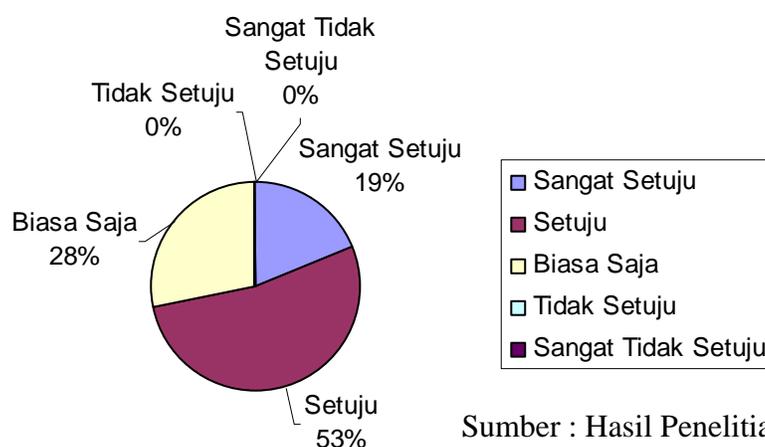
responden (1%) tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Maka penilaian pada tabel 26 adalah  $332 / 370 \times 100\% = 89,72\% = 90\%$  (skor 5). Dengan demikian, hasil penelitian secara keseluruhan adalah SANGAT TINGGI / SANGAT POSITIF.

**TABEL 4.2.30**

**Mendapat Kesenangan**

n=74

Penilaian	F	%f	Skor
Sangat Setuju	14	19	70
Setuju	39	53	156
Biasa Saja	21	28	63
Tidak Setuju	0	0	4
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>293</b>



Sumber : Hasil Penelitian, 2007

Dapat dilihat pada tabel 4.2.29 di atas, terdapat 39 responden (53%) menyatakan “setuju” bahwa dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007 bisa

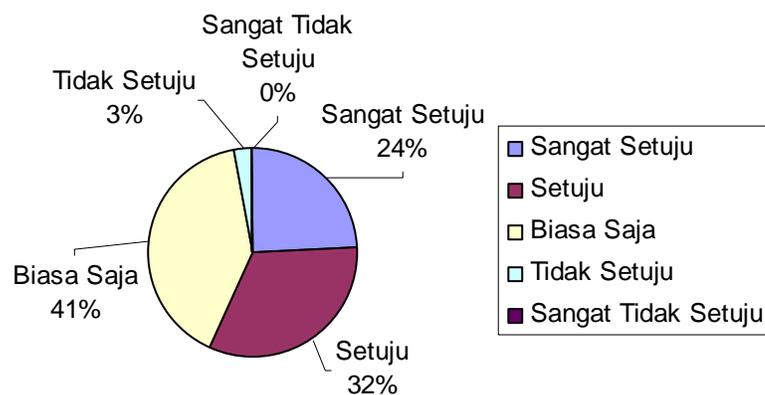
mendapatkan kesenangan. 21 responden (28%) menyatakan biasa saja, 14 responden (19%) menyatakan sangat setuju, dan tidak ada responden (0%) menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Maka penilaiannya adalah  $293 / 370 \times 100\% = 79,18\%$  = 79 % (skor 4). Dengan demikian, hasil penelitian secara keseluruhan adalah TINGGI / POSITIF.

**TABEL 4.2.31**

**Menghilangkan Stres**

n=74

Penilaian	F	%f	Skor
Sangat Setuju	18	24	90
Setuju	24	32	96
Biasa Saja	30	41	90
Tidak Setuju	2	3	4
Sangat Tidak Setuju	0	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>280</b>



Sumber : Hasil Penelitian, 2007

Hasil penelitian pada tabel 4.2.30 menunjukkan 30 responden (41%) menyatakan “biasa saja” bahwa menonton Tayangan Piala Asia 2007 dapat

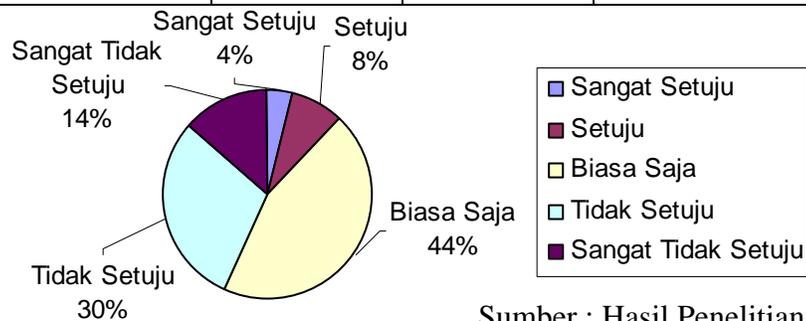
menghilangkan stres. Sisanya terdapat 24 responden (32%) menyatakan setuju, 18 responden (24%) menyatakan sangat setuju, 2 responden (3%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Maka penilaian pada tabel 28 adalah  $280 / 370 \times 100\% = 75,67\% = 76\%$  (skor 4). Dengan demikian, hasil penelitian secara keseluruhan adalah TINGGI / POSITIF

**TABEL 4.2.32**

**Menantikan Kuis**

n=74

Penilaian	F	%f	Skor
Sangat Setuju	3	4	15
Setuju	6	8	24
Biasa Saja	33	45	99
Tidak Setuju	22	30	46
Sangat Tidak Setuju	10	14	12
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>196</b>



Sumber : Hasil Penelitian, 2007

Dapat dilihat pada tabel 4.2.31 di atas bahwa 33 responden (45%) menyatakan “biasa saja” bahwa dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007 ingin menantikan

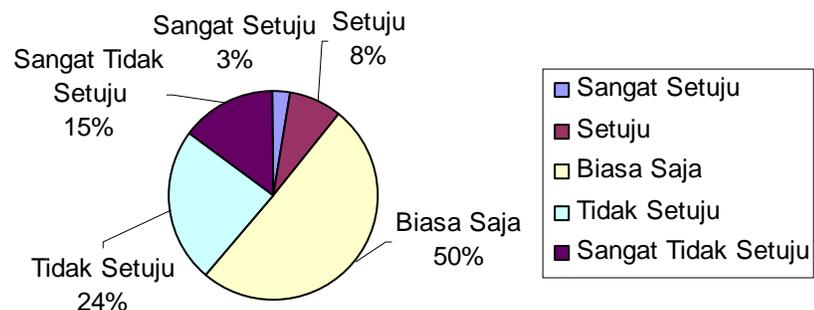
kuis di akhir tayangan. 22 responden (30%) menyatakan tidak setuju, 10 responden (14%) menyatakan sangat tidak setuju, 6 responden (8%) menyatakan setuju, dan 3 responden (4%) menyatakan sangat setuju. Maka penilaiannya adalah  $196 / 370 \times 100\% = 52,97\% = 53\%$  (skor 3). Dengan demikian, hasil penelitian secara keseluruhan adalah SEDANG / NETRAL.

**TABEL 4.2.33**

**Komentator Menyenangkan**

n=74

Penilaian	f	%f	Skor
Sangat Setuju	2	3	10
Setuju	6	8	12
Biasa Saja	37	50	111
Tidak Setuju	18	24	36
Sangat Tidak Setuju	11	15	11
<b>Jumlah</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>180</b>



Sumber : Hasil Penelitian, 2007

Pada tabel 4.2.32 menunjukkan 37 responden (50%) menyatakan “biasa saja” bahwa dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007 karena komentatornya yang menyenangkan. Sedangkan 18 responden (24%) menyatakan tidak setuju, 11 responden (15%) menyatakan sangat tidak setuju, 6 responden (8%) menyatakan setuju, dan 2 responden (3%) menyatakan sangat setuju. Maka penilaiannya adalah  $180 / 370 \times 100\% = 48,64\% = 49\%$  (skor 3). Dengan demikian, hasil penelitian secara keseluruhan adalah CUKUP / NETRAL.

**Tabel 4.2.34**

**Akumulasi Dimensi Hiburan**

No	Indikator	Skor	x skor
1	Mengganti kegiatan di waktu luang	258	$2087 / 8 = 260,87 / 370$ $\times 100\% = 71\%$ <b>(TINGGI)</b>
2	Menyalurkan hobi	254	
3	Melihat pemain favorit	294	
4	Melihat gol-gol spektakuler	332	
5	Mendapat kesenangan	293	
6	Menghilangkan stres	280	
7	Menantikan kuis	196	
8	Komentator menyenangkan	180	
<b>Jumlah</b>		<b>2087</b>	

Sumber : Hasil Penelitian, 2007

Tabel 4.2.35

## REKAPITULASI HASIL PENELITIAN KUANTITATIF

## MOTIVASI REMAJA DALAM MENONTON TAYANGAN PIALA ASIA 2007

n= 74

No	Pertanyaan	Tabel No	Presentase Jawaban	Skor
1	Mengetahui tim pemenang dan hasil-hasil pertandingan	4.1.4	82 %	5
2	Mengetahui formasi tim yang akan bertanding	4.1.5	76 %	4
3	Mengetahui aksi pelatih	4.1.6	70 %	4
4	Mengetahui pemain yang mendapat kartu kuning / merah	4.1.7	67 %	4
5	Melihat aksi kapten tim	4.1.8	80 %	4
6	Mengetahui pencetak gol	4.1.9	87 %	5
7	Menantikan pemain terbaik	4.1.10	85 %	5
8	Mengetahui tim yang juara	4.1.11	70 %	4
9	Mengetahui wasit yang memimpin pertandingan	4.1.12	61 %	4
10	Mengetahui berasal dari mana wasit yang memimpin pertandingan	4.1.13	60 %	3
11	Menambah skill bermain bola	4.1.14	74 %	4

12	Penggemar fanatik sepak bola	4.1.15	67 %	4
13	Menambah wawasan tentang persepakbolaan Asia	4.1.16	75 %	4
14	Menjunjung tinggi nilai sportivitas	4.1.17	78 %	4
15	Terlihat gaul dan tidak ketinggalan informasi	4.1.18	63 %	4
16	Menambah teman baru	4.1.19	66 %	4
17	Memiliki bahan pembicaraan di lingkungan pergaulan	4.1.20	71 %	4
18	Dijadikan informan Piala Asia 2007	4.1.21	60 %	3
19	Melihat kerja tim yang baik	4.1.22	60 %	3
20	Mengganti kegiatan di waktu luang	4.1.23	70 %	4
21	Menyalurkan hobi	4.1.24	69 %	4
22	Melihat pemain favorit	4.1.25	79 %	4
23	Melihat gol-gol spektakuler	4.1.26	90 %	5
24	Mendapat kesenangan	4.1.27	79 %	4
25	Menghilangkan stres	4.1.28	76 %	4
26	Menantikan kuis	4.1.29	53 %	3
27	Komentator menyenangkan	4.1.30	49 %	3
<b>Total</b>				<b>107</b>

Sumber : Hasil Penelitian, 2007

Kemudian untuk mengukur motivasi remaja berdasarkan seluruh *item* pertanyaan di atas maka perhitungan yang digunakan adalah :

$$= \frac{\text{Total skor}}{\text{Jumlah Pertanyaan}}$$

$$= \frac{107}{27}$$

$$= 3,96 = 4$$

Angka 4 diatas apabila dikaitkan dengan kriteria interpretasi skor likert, “Motivasi Remaja Dalam Menonton Tayangan Piala Asia 2007” adalah TINGGI / POSITIF.

#### **4.2 Pembahasan**

Melalui hasil penelitian yang berjudul “Motivasi Remaja Dalam Menonton Tayangan Piala Asia 2007” diperoleh gambaran mengenai tingkat motivasi remaja dalam menonton Tayangan Piala Asia 2007.

Teori kegunaan dan kepuasan atau *uses and gratifications theory* mencerminkan suatu kecenderungan sehat yang hadir dalam sebagian studi paling awal pada khalayak media. Pendekatan ini membahas tentang kegunaan media massa dan kebutuhan khalayak pada media massa. Namun permasalahan disini adalah bukan bagaimana media massa mengubah sikap khalayak tapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan kebutuhan sosial khalayak. Jadi penekanannya ada pada khalayak yang aktif menggunakan media untuk mencapai tujuannya yang spesifik. Pendekatan *uses and gratifications* ditujukan untuk menggambarkan proses

penerimaan dalam komunikasi massa dan menjelaskan penggunaan media oleh individu atau agregasi individu<sup>76</sup>.

Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) isi media untuk mendapatkan pemenuhan (*gratifications*) atas kebutuhan seseorang. Dalam hal ini sebagian besar perilaku audience akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan (*interest*)<sup>77</sup>. Dan secara jelas dinyatakan bahwa orang secara aktif menggunakan media massa untuk memuaskan kebutuhan tertentu.

Denis McQuail dan kawan-kawan mengatakan bahwa, faktor-faktor yang menyangkut kepuasan, kesenangan, dan pemakaian sudah mencerminkan tingkat keteraturan dan prediksibilitas yang cukup untuk dijadikan sebagai kerangka dasar dan tolak ukur kepuasan individu atau anggota khalayak yang searah dan melengkapi kerangka yang dibuat berdasarkan pandangan masyarakat, sehingga hal ini melatar belakangi seseorang untuk menggunakan media<sup>78</sup>, khususnya televisi.

Dari kebutuhan akan media tersebut akhirnya memotivasi khalayak untuk menonton televisi agar kebutuhan itu dapat terpenuhi. Dan terlihat jelas, bahwa khalayak menonton Tayangan Piala Asia 2007 dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhannya.

Denis McQuail mengatakan dalam bukunya Teori Komunikasi Massa, "bahwa yang menyangkut kepuasan, kesenangan, dan pemakaian khalayak terhadap

---

<sup>76</sup> Opcit, Prof.Dr. H.M. Burhan Bungin. *Sosiologi Komunikasi*. Hal 284

<sup>77</sup> Opcit, S. Djuarsa. *Ekologi media : Analisis dan Aplikasi Teori Niche dalam Penelitian tentang Kompetisi Antar Industri media*.

<sup>78</sup> Opcit, Denis McQuail. *Teori Komunikasi Massa (suatu pengantar)*. Hal 72

media di latar belakang oleh dorongan sebagai berikut : (1) Informasi (2) Identitas Pribadi (3) Integrasi dan Interaksi Sosial (4) Hiburan”<sup>79</sup>.

Pada penelitian ini didapat bahwa remaja mempunyai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan (*interest*) dalam menonton Tayangan Piala Asia 2007. Itu didasarkan atas kebutuhan mereka terhadap dorongan akan media seperti informasi, identitas pribadi, interaksi sosial, dan hiburan seperti yang diungkapkan oleh teori Denis McQuail diatas. Dan hasilnya berdasarkan penilaian responden, informasi mendapat penilaian 74% (Tinggi), identitas pribadi 73% (Tinggi), interaksi sosial 64% (Tinggi), dan hiburan 71% (Tinggi). Maka penilaiannya motivasi remaja dalam menonton Tayangan Piala Asia 2007 adalah Tinggi.

Animo perempuan dalam menonton Tayangan Piala Asia 2007 ini ternyata cukup banyak. Hal itu dibuktikan dengan hanya adanya perbedaan 10% antara penonton perempuan dengan penonton laki-laki, yaitu dengan prosentase penonton laki-laki 55% dan penonton perempuan 45%.

Secara keseluruhan, berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini, motivasi remaja dalam menonton Tayangan Piala Asia 2007 dapat dikatakan tinggi / positif seperti yang digambarkan dalam tabel 4.1.34.

---

<sup>79</sup> Ibid., *Teori Komunikasi Massa*. Hal 72

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian "Motivasi Remaja Dalam Menonton Tayangan Piala Asia 2007" yang telah dipaparkan pada bab IV, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Motivasi remaja dalam menonton tayangan Piala Asia 2007 berdasarkan empat dimensi yaitu informasi, identitas pribadi, interaksi sosial, dan hiburan, menunjukkan hasil yang maksimal. Responden memberikan jawaban bahwa faktor-faktor inilah yang sangat berperan penting dalam mendukung motivasi remaja dalam menonton tayangan Piala Asia 2007.
2. Dari hasil analisis diketahui bahwa, jumlah skor paling besar yang diberikan oleh responden yaitu pada dimensi informasi yang ditunjukkan oleh persentasi sebanyak 74%, para responden berargumen bahwa dengan adanya tayangan Piala Asia 2007 sangat mendukung mereka untuk mengakses informasi sebanyak mungkin sehingga informasi yang tidak diketahui sebelumnya dapat mereka peroleh pada tayangan ini.

Dimensi informasi juga menjadi faktor dominan dibandingkan faktor lainnya, hal itu didasarkan karena semakin banyaknya informasi yang diperoleh oleh para responden, ketiga dimensi lainnya secara tidak langsung terpenuhi kebutuhannya. Dari segi identitas pribadi, remaja menonton karena untuk kepentingan dirinya sendiri. Kemudian dari segi interaksi sosial, remaja

menonton karena adanya pengaruh di lingkungan pergaulan dan ada *feed back* sendiri bagi remaja tersebut. Dan dari fungsi hiburan, remaja menonton Tayangan Piala Asia 2007 karena ingin mendapat kesenangan dan mencari hiburan.

## 5.2 Saran

Dari kesimpulan di atas, maka peneliti mencoba memberikan saran-saran sebagai masukan bagi meningkatnya motivasi remaja dalam menonton tayangan Piala Asia 2007 yaitu sebagai berikut :

1. Menonton tayangan Piala Asia merupakan hiburan yang sangat menyenangkan bagi kaum remaja pada umumnya, tetapi agar tayangan tersebut semakin bermakna, para remaja diharapkan dapat mengambil nilai-nilai positif seperti nilai sportivitas dan *team work* yang terkandung pada atmosfer Piala Asia 2007 dan remaja dapat memfilter hal-hal negatif yang ada pada tayangan, seperti : perkelahian, kerusuhan, maupun dampak negatif lainnya.
2. Peran sekolah mempunyai peran yang juga tidak kalah pentingnya sebagai sarana menyalurkan minat, bakat serta motivasi murid-murid terhadap tayangan Piala Asia 2007. Demi menyalurkan bakat para muridnya, pihak sekolah sebaiknya menyediakan sarana dan prasarana pendukung bagi murid yang mempunyai minat dan bakat pada sepak bola, sehingga, selain pengetahuan yang mereka dapat dari tayangan di televisi, mereka juga dapat menyalurkannya secara lebih positif.

3. Dalam lingkup yang lebih luas, pihak televisi sebagai pihak yang mempunyai hak untuk menayangkan pertandingan Piala Asia diharapkan tidak hanya mengedepankan faktor hiburan saja, tetapi bisa untuk lebih mengedepankan faktor lainnya, seperti fungsi edukatif. Contohnya pada saat presenter atau komentator bicara, bisa untuk memberikan pesan-pesan moril yang khusus bagi remaja seperti pesan yang berisi tentang nilai sportivitas atau pesan membuat *team work* yang baik.

### Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi Pertama*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Davis, Keith, dan Newstorm, Jhon. 1994. *Perilaku Dalam Organisasi*, Jakarta : Erlangga.
- De Fluer dan Dennis. 1985. *Understanding Mass Communication*. Amerika : Houghton Miff Company.
- Dimmick, J. dan E.W. Rothenbuhler. 1984. *Competitive Displacement Industries : New Media in Old Environment* ; dalam Rice, Ronald E. (ed). *The New Media : Communications, Research, and Technology*. California : Sage Publications. Inc
- Dominick, Joseph. 1983. *The Dynamics Of Mass Communication*. New York : Newbery Award Record.
- Effendy. 1998. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Uchana Onong. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

- Elihu, Katz, dan Blumer, Jay, G. 1977. *The Uses of Mass Communication : Current Perspective on Gratifications Research*. Beverly Hills, California : Sage Publications Inc.
- Fahmi, Alatas A. 1997. *Bersama Televisi Merenda Wajah Bangsa*, Jakarta: YPKMD.
- Hasibuan, Malayu. 1999. *Organisasi dan Motivasi*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Koentjaraningrat. 1991. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, Cetakan XI. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Liliweri, Alo. 1997. *Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Lull, James. *Media Komunikasi Kebudayaan*, Yayasan Obor Indonesia.
- McQuail, Denis. 1996. *Teori Komunikasi Massa (suatu pengantar)*, Edisi kedua. Jakarta: Erlangga.
- McQuail, Denis dan Windahl, Sven. 1985. *Model-Model Komunikasi*. Jakarta : Uni Primas.
- Monks F.J, dkk. 1982. *Psikologi Perkembangan*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Morrison. 2005. *Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Ramdina Prakarsa.
- Morrison. 2004. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Ramdina Prakarsa.
- Muda, Deddy Iskandar. 2003. *Jurnalistik Televisi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

- Nawawi, Hadari. 1985. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta : Gajah Mada University.
- Nurudin. 2003. *Komunikasi Massa*. Malang : Cespur.
- Palmgreen, Philip, Lawrence Wenner, and J.D Rayburn II. 1981. *Gratifications Discrepancies and News Program Choice*, Communications Research Vol.8 No.4. Beverly Hills : Sage Publications Inc
- Prasetyo, Bambang, dkk. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajagrafindo.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1984. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Riduwan. 2003. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*, Cetakan kedua. Bandung : Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI),
- Sendjaja, Djuarsa, S, Dkk. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.
- Sendjaja, Djuarsa, S. 1998. *Ekologi media : Analisis dan Aplikasi Teori Niche dalam Penelitian tentang Kompetisi Antar Industri media (materi kuliah Perspektif dan teori komunikasi)*. FISIP – UI
- Sindhunata. 1998. *Piala Dunia Perancis 1998*. Jakarta : Majalah Kompas.
- Soehoet, Hoeta, A.M. 2002. *Teori Komunikasi I*. Jakarta: Yayasan Kampus Tercinta IISIP.
- Subroto, Sastro Darwanto. 1994. *Produksi Acara Televisi*. Jakarta : Duta Wacana University Press.

Tan, Alexis S. 1975. *Mass Communication Teories and Research*. New York : Praeger Publishers.

Toffler, Alvin. 1992. *Gelombang ketiga (bagian kedua)*. Cet 2. terjemahan Dra.Sri Koesdiyatinah SB. Jakarta : PT Pantja Simpati.

### **Sumber Website**

<http://www.damandiri.or.id>

[Http://en.wikipedia.org/wiki/2007\\_AFC\\_Asian\\_Cup](Http://en.wikipedia.org/wiki/2007_AFC_Asian_Cup)

<Http://www.fe.unpad.ac.id/elearning/file112-XXIX-Desember-2000.PDF>

[www.psikologi.unair.ac.id](http://www.psikologi.unair.ac.id). "*Bagaimana Lebih Memahami Seorang Diri Remaja*".

Oleh : Rizki Leoni Putri dan Cholicul Hadi.

### **Sumber Tesis**

Triana Dewi, Cut. Tesis FISIP, Universitas Indonesia. 2001

## Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi Pertama*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Davis, Keith, dan Newstorm, Jhon. 1994. *Perilaku Dalam Organisasi*, Jakarta : Erlangga.
- De Fluer dan Dennis. 1985. *Understanding Mass Communication*. Amerika : Houghton Miff Company.
- Dimmick, J. dan E.W. Rothenbuhler. 1984. *Competitive Displacement Industries : New Media in Old Environment* ; dalam Rice, Ronald E. (ed). *The New Media : Communications, Research, and Technology*. California : Sage Publications. Inc
- Dominick, Joseph. 1983. *The Dynamics Of Mass Communication*. New York : Newbery Award Record.
- Effendy. 1998. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Uchana Onong. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

- Elihu, Katz, dan Blumer, Jay, G. 1977. *The Uses of Mass Communication : Current Perspective on Gratifications Research*. Beverly Hills, California : Sage Publications Inc.
- Fahmi, Alatas A. 1997. *Bersama Televisi Merenda Wajah Bangsa*, Jakarta: YPKMD.
- Hasibuan, Malayu. 1999. *Organisasi dan Motivasi*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Koentjaraningrat. 1991. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, Cetakan XI. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Liliweri, Alo. 1997. *Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Lull, James. *Media Komunikasi Kebudayaan*, Yayasan Obor Indonesia.
- McQuail, Denis. 1996. *Teori Komunikasi Massa (suatu pengantar)*, Edisi kedua. Jakarta: Erlangga.
- McQuail, Denis dan Windahl, Sven. 1985. *Model-Model Komunikasi*. Jakarta : Uni Primas.
- Monks F.J, dkk. 1982. *Psikologi Perkembangan*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Morrison. 2005. *Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Ramdina Prakarsa.
- Morissan. 2004. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Ramdina Prakarsa.
- Muda, Deddy Iskandar. 2003. *Jurnalistik Televisi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, Hadari. 1985. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta : Gajah Mada University.
- Nurudin. 2003. *Komunikasi Massa*. Malang : Cespur.
- Palmgreen, Philip, Lawrence Wenner, and J.D Rayburn II. 1981. *Gratifications Discrepancies and News Program Choice*, Communications Research Vol.8 No.4. Beverly Hills : Sage Publications Inc
- Prasetyo, Bambang, dkk. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajagrafindo.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1984. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Riduwan. 2003. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*, Cetakan kedua. Bandung : Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI),
- Sendjaja, Djuarsa, S, Dkk. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.
- Sendjaja, Djuarsa, S. 1998. Ekologi media : *Analisis dan Aplikasi Teori Niche dalam Penelitian tentang Kompetisi Antar Industri media (materi kuliah Perspektif dan teori komunikasi)*. FISIP – UI
- Sindhunata. 1998. *Piala Dunia Perancis 1998*. Jakarta : Majalah Kompas.
- Soehoet, Hoeta, A.M. 2002. *Teori Komunikasi 1*. Jakarta: Yayasan Kampus Tercinta IISIP.

Subroto, Sastro Darwanto. 1994. *Produksi Acara Televisi*. Jakarta : Duta Wacana University Press.

Tan, Alexis S. 1975. *Mass Communication Theories and Research*. New York : Praeger Publishers.

Toffler, Alvin. 1992. *Gelombang ketiga (bagian kedua)*. Cet 2. terjemahan Dra.Sri Koesdiyatinah SB. Jakarta : PT Pantja Simpati.

### **Sumber website**

<http://www.damandiri.or.id>

[Http://en.wikipedia.org/wiki/2007\\_AFC\\_Asian\\_Cup](http://en.wikipedia.org/wiki/2007_AFC_Asian_Cup)

[Http : //www.fe.unpad.ac.id/elearning/file112-XXIX-Desember-2000.PDF](http://www.fe.unpad.ac.id/elearning/file112-XXIX-Desember-2000.PDF)

[www.psikologi.unair.ac.id](http://www.psikologi.unair.ac.id) . “*Bagaimana Lebih Memahami Seorang Diri Remaja*”.

Oleh : Rizki Leoni Putri dan Cholicul Hadi.

### **Sumber Tesis**

Triana Dewi, Cut. Tesis FISIP, Universitas Indonesia. 2001



## KUESIONER

### “MOTIVASI REMAJA DALAM MENONTON TAYANGAN PIALA ASIA 2007”

Oleh : Rizki Briandana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Broadcasting

### Petunjuk Pengisian

1. Mohon dengan hormat bantuan dan kesediaan anda untuk menjawab seluruh pertanyaan.
2. Bacalah setiap pertanyaan dengan cermat, kemudian pilihlah jawaban dengan memberikan tanda check ( v ) pada jawaban yang sesuai dengan keadaan / yang dirasakan oleh anda.
3. Ada lima (5) pilihan jawaban, yaitu :
  - **Sangat ingin / sangat setuju**, apabila pernyataan benar-benar atau sangat sesuai dengan keadaan yang dirasakan oleh anda.
  - **Ingin / setuju**, apabila pernyataan sebagian besar sesuai dengan keadaan / yang dirasakan oleh anda dan sebagian kecilnya tidak sesuai.
  - **Kurang ingin / biasa saja**, apabila pernyataan separuhnya sesuai dengan keadaan / yang dirasakan oleh anda dan separuhnya lagi tidak sesuai.
  - **Tidak ingin / tidak setuju**, apabila sebagian kecil sesuai dengan keadaan / yang dirasakan oleh anda dan sebagian besarnya tidak sesuai.
  - **Sangat tidak ingin / sangat tidak setuju**, apabila pernyataan benar-benar atau sangat tidak sesuai dengan keadaan / yang dirasakan oleh anda.
4. Jika anda salah memilih dan ingin merubahnya, maka bubuhkan tanda minus (-) pada tanda check (v) yang telah dibuat dan pilihlah jawaban lain yang sesuai.
5. Mohon setiap pernyataan diisi dengan lengkap dan sesuai petunjuk pengisian.

## DATA RESPONDEN

Untuk data responden, berilah tanda check (v) pada pilihan jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda berikut ini :

No responden : ..... (diisi oleh peneliti)

1) Anda berada dalam kelompok umur :

14 -16 tahun                       17 -19 tahun                       20 - 21 tahun

2) Jenis kelamin anda ?

Laki - laki                       Perempuan

3) Sudah berapa lama anda menyukai sepak bola ?

< 1 tahun                       1-3 tahun                       > 3 tahun

## PENILAIAN TERHADAP FUNGSI INFORMATIF

4) Seberapa besar keinginan anda dalam menonton Tayangan Piala Asia 2007 dan mengetahui tim pemenang serta hasil-hasil pertandingan ?

Sangat Ingin                       Ingin                       Kurang Ingin  
 Tidak Ingin                       Sangat Tidak Ingin

5) Seberapa besar keinginan anda dalam menonton Tayangan Piala Asia 2007 untuk mengetahui formasi yang digunakan oleh Tim yang sedang bertanding ?

Sangat Ingin                       Ingin                       Kurang Ingin  
 Tidak Ingin                       Sangat Tidak Ingin

6) Seberapa besar keinginan anda dalam menonton Tayangan Piala Asia 2007 untuk mengetahui aksi pelatih dari masing-masing Tim ?

Sangat Ingin                       Ingin                       Kurang Ingin  
 Tidak Ingin                       Sangat Tidak Ingin

7) Seberapa besar keinginan anda dalam menonton tayangan Piala Asia 2007 untuk mengetahui pemain yang mendapat kartu kuning atau merah selama pertandingan ?

- Sangat Ingin                       Ingin                       Kurang Ingin  
 Tidak Ingin                       Sangat Tidak Ingin

8) Seberapa besar keinginan anda dalam menonton Tayangan Piala Asia 2007 untuk mengetahui aksi kapten dari masing-masing Tim ?

- Sangat Ingin                       Ingin                       Kurang Ingin  
 Tidak Ingin                       Sangat Tidak Ingin

9) Seberapa besar keinginan anda dalam menonton Tayangan Piala Asia 2007 untuk mengetahui siapa saja pencetak gol selama Piala Asia ?

- Sangat Ingin                       Ingin                       Kurang Ingin  
 Tidak Ingin                       Sangat Tidak Ingin

10) Seberapa besar keinginan anda dalam menonton Tayangan Piala Asia 2007 untuk menantikan pemain terbaik dari banyaknya pemain bintang yang ada ?

- Sangat Ingin                       Ingin                       Kurang Ingin  
 Tidak Ingin                       Sangat Tidak Ingin

11) Seberapa besar keinginan anda dalam menonton Tayangan Piala Asia 2007 untuk mengetahui Tim yang Juara ?

- Sangat Ingin                       Ingin                       Kurang Ingin  
 Tidak Ingin                       Sangat Tidak Ingin

12) Seberapa besar keinginan anda dalam menonton Tayangan Piala Asia 2007 untuk mengetahui siapa wasit yang memimpin pertandingan ?

- Sangat Ingin                       Ingin                       Kurang Ingin  
 Tidak Ingin                       Sangat Tidak Ingin

13) Seberapa besar keinginan anda dalam menonton Tayangan Piala Asia 2007 untuk mengetahui berasal dari negara mana wasit yang memimpin pertandingan selama Piala Asia 2007 ?

- Sangat Ingin                       Ingin                       Kurang Ingin  
 Tidak Ingin                       Sangat Tidak Ingin

### PENILAIAN TERHADAP FUNGSI IDENTITAS PRIBADI

- 14) Dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007, bisa menambah skill anda dalam bermain sepak bola.
- Sangat Setuju                       Setuju                       Biasa Saja  
 Tidak Setuju                       Sangat Tidak Setuju
- 15) Dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007, sebagai bukti bahwa anda penggemar fanatik sepak bola.
- Sangat Setuju                       Setuju                       Biasa Saja  
 Tidak Setuju                       Sangat Tidak Setuju
- 16) Dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007, anda ingin menambah wawasan tentang persepakbolaan Asia.
- Sangat Setuju                       Setuju                       Biasa Saja  
 Tidak Setuju                       Sangat Tidak Setuju
- 17) Dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007, anda ingin menjadi orang yang menjunjung tinggi nilai sportivitas.
- Sangat Setuju                       Setuju                       Biasa Saja  
 Tidak Setuju                       Sangat Tidak Setuju

### PENILAIAN TERHADAP FUNGSI INTERAKSI SOSIAL

- 18) Dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007, anda ingin agar terlihat gaul dan tidak ketinggalan informasi.
- Sangat Setuju                       Setuju                       Biasa Saja  
 Tidak Setuju                       Sangat Tidak Setuju
- 19) Dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007, anda ingin menambah teman baru.
- Sangat Setuju                       Setuju                       Biasa Saja  
 Tidak Setuju                       Sangat Tidak Setuju

20) Dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007, anda ingin memiliki bahan pembicaraan di dalam lingkungan pergaulan.

- Sangat Setuju                       Setuju                       Biasa Saja  
 Tidak Setuju                       Sangat Tidak Setuju

21) Dengan menonton tayangan Piala Asia 2007, anda ingin dijadikan sebagai informan mengenai Piala Asia 2007.

- Sangat Setuju                       Setuju                       Biasa Saja  
 Tidak Setuju                       Sangat Tidak Setuju

22) Dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007, anda ingin melihat bagaimana kerja tim yang baik.

- Sangat Setuju                       Setuju                       Biasa Saja  
 Tidak Setuju                       Sangat Tidak Setuju

<b>PENILAIAN TERHADAP FUNGSI HIBURAN</b>
--

23) Kegiatan di waktu luang anda digantikan dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007.

- Sangat Setuju                       Setuju                       Biasa Saja  
 Tidak Setuju                       Sangat Tidak Setuju

24) Anda menonton Tayangan Piala Asia 2007, karena hobi sepak bola.

- Sangat Setuju                       Setuju                       Biasa Saja  
 Tidak Setuju                       Sangat Tidak Setuju

25) Keinginan anda untuk menyaksikan pemain favorit yang berlaga selama Piala Asia 2007

- Sangat Setuju                       Setuju                       Biasa Saja  
 Tidak Setuju                       Sangat Tidak Setuju

26) Dengan menonton tayangan Piala Asia 2007, anda ingin melihat proses terjadinya gol-gol spektakuler.

- Sangat Setuju                       Setuju                       Biasa Saja  
 Tidak Setuju                       Sangat Tidak Setuju

27) Anda mendapat kesenangan dengan menonton Tayangan Piala Asia 2007.

- Sangat Setuju                       Setuju                       Biasa Saja  
 Tidak Setuju                       Sangat Tidak Setuju

28) Tayangan Piala Asia 2007 bisa menghilangkan stres.

- Sangat Setuju                       Setuju                       Biasa Saja  
 Tidak Setuju                       Sangat Tidak Setuju

29) Anda menonton Tayangan Piala Asia 2007, karena anda menantikan kuis yang diselenggarakan di akhir pertandingan selesai.

- Sangat Setuju                       Setuju                       Biasa Saja  
 Tidak Setuju                       Sangat Tidak Setuju

30) Anda merasa senang menonton Tayangan Piala Asia 2007, karena komentator nya menarik.

- Sangat Setuju                       Setuju                       Biasa Saja  
 Tidak Setuju                       Sangat Tidak Setuju

\* Demikian seluruh kuesioner yang telah anda selesaikan. Terima kasih atas partisipasi, bantuan, dan waktu yang disediakan untuk bekerja sama sebagai responden.

**TABEL CODING SHEET**

RESPONDEN	DATA RESPONDEN			INFORMASI										IDENTITAS PRIBADI				INTERAKSI SOSIAL						HIBURAN								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
1	b	a	c	a	b	d	d	b	a	a	a	d	c	b	a	a	b	d	d	d	d	a	a	d	b	a	a	a	d	d		
2	b	a	c	a	c	c	b	a	a	a	a	d	b	a	d	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	d	d	
3	b	a	c	a	c	c	c	c	a	b	b	c	c	b	b	c	c	e	c	b	d	d	b	b	b	b	c	c	d	d		
4	b	a	c	a	e	e	e	e	c	c	a	e	b	d	c	b	c	b	c	b	c	c	d	e	c	b	b	c	e	e		
5	a	a	c	a	a	a	b	b	a	a	a	a	a	a	a	a	b	b	b	b	b	b	a	b	b	b	b	a	a	b		
6	b	a	c	a	b	c	c	b	b	a	a	c	c	c	c	c	b	c	c	b	c	b	a	b	b	a	a	a	b	c		
7	b	b	a	c	c	c	c	c	c	c	c	c	c	c	c	c	b	c	c	c	c	b	d	c	c	c	c	c	c	c		
8	b	b	a	b	b	c	b	d	a	b	a	d	e	b	c	b	b	e	b	b	e	b	c	c	c	b	b	c	a	b		
9	b	b	b	b	c	c	d	c	a	b	a	c	d	c	c	c	b	a	b	b	c	b	b	c	c	a	b	c	d	e		
10	a	a	c	b	b	b	b	b	d	b	b	c	b	b	c	b	b	c	c	c	c	c	b	b	a	b	a	b	d	b		
11	b	a	b	b	a	c	c	b	c	a	a	c	e	b	c	a	a	c	c	c	c	c	c	d	a	a	c	d	e	e		

12	b	a	c	b	b	b	c	a	a	a	a	c	c	c	b	b	c	b	c	c	c	b	b	a	a	a	a	b	a	e	
13	b	a	c	a	a	b	c	b	b	b	a	c	c	b	b	b	a	d	b	b	c	b	b	a	b	b	b	b	d	c	
14	b	a	c	b	b	c	d	b	b	c	b	d	d	c	b	b	b	d	d	c	c	b	b	a	a	b	b	c	c	d	
15	b	b	c	b	b	b	b	b	b	b	b	b	c	b	c	b	b	d	b	d	d	b	d	d	b	b	c	c	c	c	
16	b	b	b	c	b	b	e	c	c	a	a	c	c	b	c	b	b	b	c	a	b	b	b	c	a	b	b	b	d	c	
17	b	a	c	b	a	b	c	c	c	a	b	d	d	a	a	a	a	c	b	b	c	b	c	c	b	a	c	b	d	a	
18	b	b	b	b	b	b	a	a	a	a	a	b	a	a	d	b	b	c	c	b	c	a	d	b	a	a	b	c	e	e	
19	b	b	a	a	a	a	a	a	a	a	a	c	c	c	c	c	d	d	c	c	c	c	b	c	d	c	c	c	c	c	
20	b	b	a	b	b	c	b	a	a	a	a	c	c	a	b	a	a	c	a	a	c	a	b	c	a	a	b	b	c	c	
21	b	b	a	b	a	b	b	a	a	b	a	c	c	a	b	c	c	b	b	c	c	a	c	c	b	b	b	b	c	c	
22	a	b	a	c	c	c	b	b	b	b	a	c	c	b	b	b	c	c	c	b	c	b	b	b	c	a	a	a	a	c	e
23	b	b	c	a	b	b	c	b	a	a	a	c	d	c	b	c	a	c	b	b	c	c	c	c	a	a	a	a	c	c	
24	b	b	a	b	b	a	c	b	a	b	b	c	c	c	c	c	b	a	c	b	c	c	c	e	c	b	a	b	e	c	
25	b	a	c	a	a	c	b	b	a	a	a	d	c	c	a	a	a	b	a	b	c	b	a	b	b	a	a	a	c	c	
26	b	b	b	c	b	e	b	e	c	c	b	c	c	c	e	c	b	e	e	e	c	c	d	c	b	c	c	c	d	c	



42	b	a	c	b	b	c	c	b	a	a	a	d	d	a	b	a	a	b	c	b	b	b	b	a	c	a	b	a	c	c	
43	b	a	b	b	c	c	c	c	c	b	a	c	c	b	c	b	b	c	c	c	c	b	b	b	b	b	b	b	b	c	c
44	b	b	c	b	b	b	b	b	a	b	a	b	b	b	c	b	b	c	c	c	c	a	b	c	a	a	b	b	c	c	
45	b	b	a	a	b	b	a	a	a	a	b	a	b	b	b	b	b	c	c	c	b	b	b	c	b	b	b	c	c	c	
46	b	a	c	b	b	a	c	a	a	a	a	c	b	a	c	b	a	b	d	d	c	a	b	d	b	a	b	d	c	d	
47	b	a	c	b	c	d	c	b	b	a	a	c	d	b	b	a	a	c	c	b	c	a	a	b	a	a	b	b	e	d	
48	c	a	c	a	b	b	b	b	a	a	b	d	b	b	b	b	b	c	c	c	c	b	c	b	c	c	c	c	c	c	
49	a	a	c	a	a	a	c	a	a	a	a	b	c	a	a	b	a	b	b	c	c	b	a	a	a	a	b	a	c	c	
50	b	a	c	b	b	b	b	b	b	b	b	d	b	b	b	b	b	b	b	b	b	b	b	b	d	b	b	d	d	d	
51	d	b	b	b	c	c	c	b	a	a	a	c	c	b	b	b	c	c	c	c	c	a	c	c	b	b	c	c	d	b	
52	b	b	c	b	b	b	b	b	a	b	b	d	d	c	e	d	c	d	d	d	d	b	e	d	b	d	c	c	d	c	
53	b	b	a	e	d	c	c	c	b	c	c	c	c	c	b	c	c	d	b	c	c	b	e	c	c	b	c	c	c	c	
54	b	b	a	c	c	c	b	b	b	c	c	c	c	c	b	c	c	d	b	c	c	b	d	c	c	a	c	c	c	d	
55	b	b	a	a	b	a	d	b	a	b	a	c	c	d	c	b	a	c	c	b	b	c	b	c	a	a	a	c	c	c	
56	a	a	a	c	b	a	b	a	b	a	b	e	e	c	c	b	a	c	c	b	d	a	b	b	a	a	b	c	c	e	

57	c	b	a	b	b	b	a	a	a	a	a	c	c	b	d	a	a	a	a	a	c	a	c	c	a	a	b	b	d	d
58	b	b	b	a	b	b	b	b	c	c	a	c	b	c	c	b	b	b	c	b	c	b	c	c	c	c	b	b	c	c
59	a	a	c	b	a	c	b	c	a	a	a	c	b	b	c	b	c	c	c	c	d	a	c	b	a	a	b	b	d	c
60	b	b	c	b	b	a	b	a	a	b	b	b	c	b	c	b	a	c	b	b	c	b	b	b	b	a	c	c	b	b
61	b	a	a	c	c	c	c	d	b	c	b	c	d	c	c	c	c	c	d	b	d	c	c	c	c	b	c	c	d	c
62	a	a	c	b	c	c	b	b	a	b	b	d	e	c	c	b	c	d	d	b	c	c	d	d	b	b	c	c	d	d
63	a	b	c	a	a	b	b	b	b	a	a	c	c	b	c	a	c	c	c	b	c	c	c	a	a	a	a	a	c	c
64	a	b	c	b	c	c	b	a	a	a	a	c	c	c	c	a	a	b	b	b	b	b	b	b	a	a	c	b	a	c
65	c	a	c	b	c	c	b	c	a	a	a	c	c	c	c	b	c	c	c	b	c	c	b	c	b	a	c	c	e	d
66	a	a	c	b	b	c	b	b	a	a	b	d	c	c	b	b	a	c	b	b	c	b	b	a	c	b	b	c	c	c
67	c	a	c	c	d	d	d	c	c	b	b	d	c	c	b	b	c	c	c	c	c	c	c	c	c	c	c	c	c	c
68	b	a	c	b	b	c	b	b	c	b	b	c	b	b	b	c	b	b	c	b	c	b	c	b	b	c	b	c	b	c
69	c	a	c	a	c	c	d	b	b	a	b	e	d	c	b	b	c	c	c	b	c	b	b	b	b	b	b	a	d	e
70	c	a	c	c	e	e	e	a	a	a	a	c	a	a	c	a	c	c	b	b	c	a	d	a	b	b	a	c	c	d
71	c	a	c	b	b	c	d	c	b	a	a	c	b	b	c	b	b	c	c	c	c	b	b	b	c	b	b	b	c	c

72	b	a	c	a	c	c	c	c	b	a	a	c	c	c	b	b	a	c	d	c	b	b	b	c	c	b	b	b	b	d
73	a	b	b	b	c	c	c	b	c	b	b	c	c	c	c	b	b	c	b	b	b	c	b	c	b	b	b	b	c	c
74	b	a	b	b	b	b	b	b	b	b	b	b	b	b	b	b	c	d	b	b	b	c	a	b	b	b	b	d	e	

Keterangan :

1. a, b, c, d, e = kategori jawaban data responden
2. Jumlah pertanyaan = 27 ( no. 4 s/d 30 )
3. Jumlah responden = 74 responden
4. Angka 5 = Indikator jawaban untuk sangat ingin / sangat setuju
5. Angka 4 = Indikator jawaban untuk ingin / setuju
6. Angka 3 = Indikator jawaban untuk kurang ingin / biasa saja
7. Angka 2 = Indikator jawaban untuk tidak ingin / tidak setuju
8. Angka 1 = Indikator jawaban untuk sangat tidak ingin / sangat tidak setuju

**TABEL REKAPITULASI HASIL PENELITIAN**

NO	PENILAIAN RESPONDEN	Frekuensi					%					Skor					Σ
		a	b	c	d	e	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	
DATA RESPONDEN																	
1	Kelompok umur																
2	Jenis kelamin																
3	Lama menyukai sepak bola																
INFORMASI																	
4	Mengetahui tim pemenang serta hasil-hasil pertandingan	22	40	11	0	1	30	54	15	0	1	110	160	33	0	1	74
5	Mengetahui formasi tim yang bertanding	14	38	18	2	2	19	51	24	3	3	70	152	54	4	2	74
6	Mengetahui aksi pelatih	10	27	31	3	3	14	36	42	4	4	50	108	93	6	3	74
7	Mengetahui pemain yang mendapat kartu kuning / merah	5	30	27	9	3	7	41	36	12	4	25	120	81	18	3	74
8	Mengetahui aksi kapten tim	22	35	13	2	2	30	47	17	3	3	110	140	39	4	2	74
9	Mengetahui pencetak gol	40	21	13	0	0	54	28	18	0	0	200	84	39	0	0	74
10	Menantikan pemain terbaik	39	25	6	3	1	53	34	8	4	1	195	100	18	2	1	74

11	Mengetahui tim yang juara	43	24	7	0	0	58	32	10	0	0	215	96	21	0	0	74
12	Mengetahui wasit yang memimpin pertandingan	4	16	36	14	4	5	22	49	19	5	20	64	108	28	4	74
13	Mengetahui berasal dari mana wasit yang memimpin pertandingan	6	15	34	12	7	8	20	46	16	10	30	60	102	24	7	74
IDENTITAS PRIBADI																	
14	Menambah skill bermain bola	14	26	31	3	0	19	35	42	4	0	70	104	93	6	0	74
15	Penggemar fanatik sepak bola	7	25	33	5	4	9	34	45	7	5	35	100	99	10	4	74
16	Menambah wawasan tentang persepak bolaan Asia	14	37	18	1	4	19	50	24	1	5	70	148	54	2	4	74
17	Menjunjung tinggi nilai sportivitas	23	27	19	2	3	31	36	26	3	4	115	108	57	4	3	74
INTERAKSI SOSIAL																	
18	Terlihat gaul dan tidak ketinggalan informasi	5	21	32	11	5	7	28	43	15	7	25	84	96	22	5	74
19	Menambah teman baru	5	25	32	11	1	7	34	43	15	1	25	100	96	22	1	74
20	Memiliki bahan pembicaraan di lingkungan pergaulan	6	39	21	7	1	8	53	28	10	1	30	156	63	14	1	74
21	Dijadikan informan Piala Asia 2007	2	13	44	12	3	3	18	59	16	4	10	52	132	24	3	74

22	Melihat kerja tim yang baik	20	39	14	1	0	27	53	19	1	0	100	78	42	2	0	74
HIBURAN																	
23	Mengganti kegiatan di waktu luang	10	30	22	10	2	14	41	30	14	3	50	120	66	20	2	74
24	Menyalurkan hobi	13	21	28	9	3	18	28	38	12	4	10	52	132	24	3	74
25	Melihat pemain favorit	22	31	19	1	1	30	42	26	1	1	110	124	57	2	1	74
26	Melihat gol-gol spektakuler	32	32	9	1	0	43	43	12	1	0	175	128	27	2	0	74
27	Mendapat kesenangan	14	39	21	0	0	19	53	28	0	0	70	156	63	4	0	74
28	Menghilangkan stres	18	24	30	2	0	24	32	41	3	0	90	96	90	4	0	74
29	Menantikan kuis	3	6	33	22	10	4	8	45	30	14	15	24	99	46	12	74
30	Komentator menyenangkan	2	6	37	18	11	3	8	50	24	15	10	12	111	36	11	74

# CURRICULLUM VITAE



Name : Rizki Briandana  
Nick Name : Rizki  
Born : Jakarta, OCT 4 1985  
Nationality : Indonesian  
Sex : Male  
Religion : Islam  
Status : Single  
Hobby : Reading, photography,  
music, sports, movie  
Address : Komplek Cantiga Blok A/XI  
No 6. Cipondoh Tangerang  
15147  
Phone Number : 0856 92773394  
021 93041156  
021 545 0604  
E-mail : [Kiko\\_kencur@yahoo.com](mailto:Kiko_kencur@yahoo.com)

## FORMAL EDUCATION

1991 – 1997 : Sumbangsih Elementary School  
Jakarta  
1997 – 2000 : Sumbangsih Junior High School  
Jakarta  
2000 – 2003 : 112 Senior High School Jakarta  
2003 – 2007 : Broadcasting Mercu Buana University

## Non Formal Education

- MS.Office at LM Patra
- Adobe Photoshop at LM Patra
- English Course at LB.Lia
- English Course at Oxford Course Indonesia
- Workshop & Seminar "Broadcast News"
- Workshop & Seminar "Berita Kriminal Untuk Keluarga"
- Workshop Photography with Prima Imaging
- Workshop Photography with Darwis Triadi

## Organization Experience's

- Al Ikhlas Youth Islamic Organization
- Karang Taruna RW.05 Komp Cantiga
- Karang Taruna Indonesia Kel Petir
- BEM Mercu Buana University, Faculty of Communication
- Fikom Photography Club

## Experience's

- Short Film Indonesian Motion Picture II (Desember 2005)
- Documentation Telkomsel Jejak Indonesia II at Bandung, Jakarta, Cirebon, Purwakarta (Februari 2006)
- Documentation Dr.Kayama Clinic Launching at Taman Anggrek Mall (Juni 2006)
- Documentation Telkomsel Amazing Rally at Hanggar Gatot Subroto (Agustus 2006)
- Hunting photo with Darwis Triadi Photography (Mei 2007)
- Editor Artline production (2005-2007)