

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai analisis data dan pembahasan data yang terkumpul dari jawaban angket yang telah disebarakan kepada sejumlah responden. Data tersebut kemudian diolah menggunakan analisis statistik. Hasil analisis data tersebut akan menunjukkan apakah terdapat hubungan antara menonton tayangan Modern Moms Trans 7 (variabel X) dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu (variabel Y).

Angket disebarakan kepada 57 orang sampel penelitian sebagai responden. Responden dalam penelitian ini adalah para Ibu di lingkungan Posyandu Anggrek XI di Desa Margahayu Selatan, Kecamatan Margahayu, Kabupaten Bandung yang terpilih sebagai responden, sebagaimana dijelaskan di bab-bab sebelumnya.

Untuk mempermudah pembahasannya, peneliti mengelompokkannya menjadi beberapa sub bagian yaitu:

1. Analisis deskriptif data responden
2. Analisis deskriptif data penelitian
3. Analisis Inferensial data penelitian
4. Interpretasi hasil penelitian

4.1 Analisis Deskriptif Data Responden

Dari pembahasan sebelumnya, telah diketahui bahwa yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah para Ibu di lingkungan Posyandu. Para Ibu di lingkungan Posyandu dinilai peneliti memenuhi kriteria populasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti dari menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu. Responden yang terpilih sebanyak 57 Ibu di lingkungan Posyandu Anggrek XI, RW 11, Desa Margahayu Selatan, Kecamatan Margahayu, Kabupaten Bandung.

Untuk mengetahui identitas responden sebagai data pendukung penelitian, peneliti memberikan beberapa pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian, meliputi: data usia, jumlah anak, pendidikan terakhir, asal mengetahui tayangan Modern Moms Trans 7, dan Media informasi yang paling sering digunakan.

4.1.1 Usia Responden

Tabel 4.1
Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
< 20 tahun	0	0.00
20-25 tahun	12	21.05
26-30 tahun	28	49.12
31-35 tahun	12	21.05
> 35 tahun	5	8.77
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian

n = 57

Dari Tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 49.12% (28 orang) responden adalah para Ibu Ibu berusia 26 – 30 tahun. Kemudian 21.05% (12 orang) responden adalah para Ibu berusia 20 – 25 tahun, dan 21.05% (12 orang) adalah para Ibu berusia 31 -35 tahun Hanya 8.77% (5 orang) responden adalah para Ibu yang berusia diatas 35 tahun.

Berdasarkan uraian diatas, maka setengah dari responden 49.12% (28 orang) di lingkungan Posyandu Anggrek XI merupakan Ibu dengan kisaran usia 26 – 30 tahun. Hal ini sesuai dengan segmentasi tayangan Modern Moms Trans 7 yang ditujukan untuk para “Modern Moms” (Ibu muda).

Segmentasi dari tayangan Modern Moms adalah para ibu muda. Oleh karena itu, para ibu di lingkungan posyandu yang mayoritas berusia 26-30 tahun sudah sesuai dengan target audien program ini.

4.1.2 Jumlah Anak Responden

Tabel 4.2
Jumlah Anak Responden

Jumlah Anak Ibu	Frekuensi	Persentase (%)
1	14	24.56
2	23	40.35
3	14	24.56
4	4	7.02
5	2	3.51
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian

n = 57

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 40.35% (23 orang) responden merupakan Ibu dengan 2 orang anak. Kemudian 24.56%

(14 orang) responden merupakan Ibu dengan 1 orang anak, dan 124.56% (914 orang) lainnya merupakan Ibu dengan 3 orang anak. Hanya 7.02% (4 orang) responden yang merupakan Ibu dengan 4 orang anak, dan 3.51% (2 orang) responden lainnya yang merupakan Ibu dari 5 orang anak.

Berdasarkan uraian diatas, maka hampir setengah dari responden yaitu 40.35% (23 orang) para Ibu di lingkungan Posyandu Anggrek XI merupakan Ibu dari 2 orang anak.

4.1.3 Pendidikan Responden

Tabel 4.3
Pendidikan Responden

Pendidikan terakhir Ibu	Frekuensi	Persentase (%)
SMA	38	66.67
Diploma (D1, D2, D3)	8	14.04
S1	11	19.30
Lain-lain	0	0.00
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian

n = 57

Dari Tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 66.67% (38 orang) responden dengan pendidikan terakhir pada jenjang SMA. Sedangkan 19.30% (11 orang) responden dengan pendidikan terakhir pada jenjang S1, dan hanya 14.04% (8 orang) responden dengan pendidikan terakhir pada jenjang Diploma (D1, D2, D3).

Berdasarkan uraian diatas, maka sebagian besar 66.67% (38 orang) para Ibu di lingkungan Posyandu Anggrek XI memiliki pendidikan terakhir pada jenjang SMA.

4.1.4 Asal Mula Mengetahui Tayangan Modern Moms Trans 7

Tabel 4.4
Asal Mula Mengetahui Tayangan Modern Moms Trans 7

Asal Mula Mengetahui Tayangan	Frekuensi	Persentase (%)
Teman	2	3.51
Mencari tahu sendiri	2	3.51
Iklan program Modern Moms Trans 7	53	92.98
Lain-lain	0	0.00
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian

n = 57

Tabel 4.4 merupakan tabel data asal mula (dari mana) responden mengetahui tayangan Modern Moms pertama kali. Dari 57 orang responden, mayoritas 92.98% (53 orang) responden mengetahui tayangan Modern Moms Trans 7 dari iklan program tayangan Modern Moms. Sedangkan 3.51% (2 orang) responden mengetahui tayangan Modern Moms dari teman, dan 3.51% (2 orang) responden lainnya mengetahui tayangan Modern Moms karena mereka mencari tahu sendiri.

Berdasarkan uraian diatas, maka hampir seluruh responden 92.98% (53 orang) mengetahui tayangan Modern Moms Trans 7 pertama kali dari iklan program Modern Moms. Artinya, iklan program Modern Moms yang ada selama ini, menimbulkan kesadaran khalayak akan keberadaan program Modern Moms di Trans 7.

4.1.5 Media Informasi Responden

Tabel 4.5
Media Informasi Responden

Media Yang Sering Digunakan Sebagai Sumber Informasi	Frekuensi	Persentase (%)
Televisi	51	89.47
Radio	0	0.00
Internet	6	10.53
Majalah	0	0.00
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian

n = 57

Tabel 4.5 menunjukkan data media apa yang paling sering digunakan responden sebagai sumber informasi. Dari tabel tersebut dapat terlihat bahwa mayoritas 89.47% (51 orang) responden memilih televisi sebagai media yang paling sering digunakan sebagai sumber informasi. Sedangkan 10.53% (6 orang) responden memilih internet sebagai media yang paling sering digunakan sebagai sumber informasi.

Berdasarkan uraian diatas, maka hampir seluruh dari responden yaitu 89.47% (51 orang) para Ibu di lingkungan Posyandu Anggrek XI menjadikan televisi sebagai media yang paling sering digunakan sebagai sumber informasi. Hasil ini menunjukkan bahwa para ibu di lingkungan Posyandu Anggrek XI merupakan khalayak yang aktif. Wujud dari peran aktif para ibu disini dilakukan dengan menonton televisi. Menonton menjadi salah satu cara untuk mencapai pemenuhan kebutuhan informasi para ibu. Menurut Hamidi, orang mempunyai kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan yang dapat dipenuhi

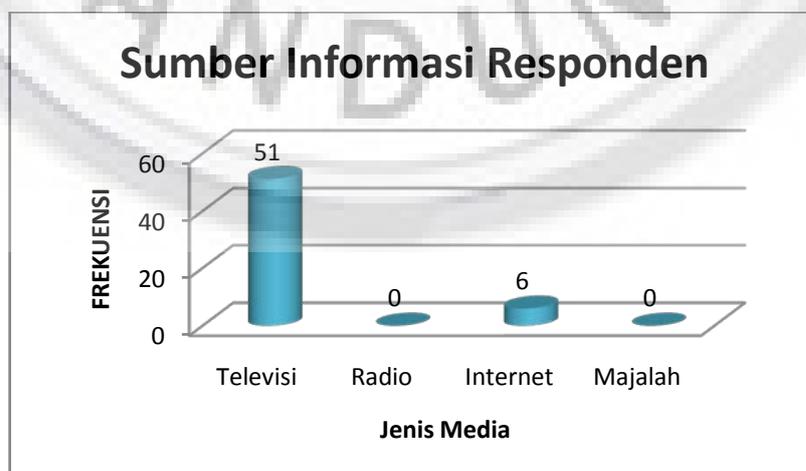
dengan (salah satu caranya), menggunakan (berlangganan, membaca, menonton atau mendengarkan) media massa (Hamidi, 2007:77).

Televisi mempunyai karakteristik yang khas dari jenis media massa lainnya. Kelebihan yang dimiliki televisi adalah audio visual. Televisi memiliki kelebihan dibandingkan media penyiaran lainnya, yaitu dapat didengar sekaligus dilihat, atau disebut juga dengan audio visual. (Ardianto dkk, 2007:137)

Dengan kelebihan dapat dilihat dan didengar, televisi memiliki daya tarik sendiri yang dapat menarik perhatian khalayak. Khalayak lebih mudah mengerti dan memahami informasi yang disampaikan televisi karena dapat memberikan penjelasan secara audio dan memberikan visualisasi.

Oleh karena itu, sangat wajar jika dari data responden tersebut menunjukkan bahwa televisi merupakan media yang paling sering digunakan sebagai sumber informasi.

Gambar 4.1
Sumber Informasi Responden



4.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian

Analisis deskriptif data penelitian merupakan analisis yang berkaitan langsung dengan data penelitian yang bersumber dari angket yang telah disebarakan sebelumnya. Pertanyaan dan pernyataan yang telah peneliti buat dalam angket merupakan data yang dapat mengungkapkan permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini. Hasil jawaban responden adalah jawaban mengenai intensitas menonton tayangan Modern Moms Trans 7 (X_1), isi pesan (materi) tayangan Modern Moms Trans 7 (X_2), hubungan individu dengan isi media (X_3) dan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu (Y).

4.2.1 Intensitas Menonton Tayangan Modern Moms (X_1)

Intensitas menonton adalah sub variabel dari variabel X “Menonton Tayangan Modern Moms Trans 7”. Terdapat dua indikator dalam intensitas, yaitu frekuensi dan durasi. Sesuai dengan pembatasan masalah yang telah dijelaskan peneliti pada bab sebelumnya, maka intensitas menonton yang diteliti adalah intensitas menonton pada bulan April-Mei 2015.

- **Frekuensi Menonton**

Untuk mengetahui bagaimana frekuensi menonton tayangan Modern Moms, maka peneliti mengungkapnya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 1 : Dalam dua bulan terakhir (April-Mei 2015) saya menonton tayangan Modern Moms sebanyak 8 kali

Tabel 4.6
Frekuensi Responden Menonton Tayangan Modern Moms Sebanyak 8 kali

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	1	1.75
Setuju	38	66.67
Kurang Setuju	18	31.58
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian

n = 57

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa sering tidaknya responden menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dalam dua bulan terakhir (April-Mei 2015). Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 66.67% (38 orang) responden berpendapat setuju Kemudian 31.58% (18 orang) responden berpendapat kurang setuju. Hanya 1.75% (1 orang) responden yang berpendapat sangat setuju.

Berdasarkan uraian diatas, maka sebagian besar responden yaitu 66.67% (38 orang) para Ibu di lingkungan Posyandu Anggrek XI berpendapat setuju bahwa dalam dua bulan terakhir (April-Mei 2015) mereka menonton tayangan Modern Moms sebanyak 8 kali. Artinya, frekuensi menonton dapat dikategorikan ke dalam frekuensi menonton yang sering.

Frekuensi adalah kekerapan terjadinya sesuatu dalam kurun waktu tertentu (Effendy, 2003:147). Frekuensi penggunaan media mengumpulkan data khalayak tentang berapa kali seseorang menggunakan media dalam satu minggu (untuk meneliti program harian); berapa kali seseorang menggunakan dalam satu bulan

(untuk program mingguan dan tengah bulanan); serta berapa kali seseorang menggunakan dalam satu tahun (untuk program bulanan) (Ardianto, Erdinaya, 2004:164).

Tayangan Modern Moms Trans 7 merupakan program yang tayang 1 kali dalam seminggu. Menurut Ardianto, frekuensi menonton tayangan mingguan dilihat dari berapa kali orang menonton tayangan itu dalam satu bulan.

- **Durasi Menonton**

Untuk mengetahui bagaimana durasi menonton tayangan Modern Moms, maka peneliti mengungkapkannya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 2 : Saya selalu menonton tayangan Modern Moms sampai selesai (45 menit).

Tabel 4.7
Durasi Responden Menonton Tayangan Modern Moms Selama 45 menit

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	2	3.51
Setuju	45	78.95
Kurang Setuju	10	17.54
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian

n = 57

Tabel 4.7 adalah hasil jawaban dari pernyataan 2 yang mengukur lama waktu yang digunakan responden setiap kali menonton tayangan Modern Moms

Trans 7. Dari tabel diatas menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 78.95% (45 orang) responden berpendapat setuju bahwa mereka selalu menonton tayangan Modern Moms sampai selesai (45 menit). Kemudian 17.54% (10 orang) responden berpendapat kurang setuju, sedangkan 3.51% (2 orang) responden berpendapat sangat setuju bahwa mereka selalu menonton tayangan Modern Moms sampai selesai (45 menit).

Berdasarkan uraian diatas, menunjukkan bahwa hampir seluruh responden yaitu 78.95% (45 orang) setuju dengan pernyataan no. 2 bahwa mereka selalu menonton tayangan Modern Moms sampai selesai (45 menit). Hal ini mengindikasi durasi para Ibu di lingkungan Posyandu Angrek XI termasuk ke dalam kategori lama.

Durasi adalah masa acara, lamanya suatu acara yang biasanya dalam hitungan menit atau detik (Effendy, 2003:147). Pendapat yang serupa juga dikemukakan Ardianto dan Erdinaya (2004:164), durasi penggunaan media yaitu menghitung berapa lama khalayak bergabung dengan satu media (berapa jam sehari) atau berapa lama (menit) khalayak mengikuti suatu program (*audiance share on program*).

Untuk mengetahui kategori tinggi atau rendahnya Intensitas menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dari 57 orang responden, maka peneliti melakukan perhitungan melalui tabel akumulatif berdasarkan norma ideal (perhitungan kuesioner).

Akumulatif Variabel X_1

- Jumlah pernyataan pada variabel X_1 ada 2 pernyataan

Pilihan Jawaban	Skor Jawaban
SS	5
S	4
KS	3
TS	2
STS	1

- Kemungkinan skor terendah : $2 \times 1 \times 57 = 114$
- Kemungkinan skor tertinggi : $2 \times 5 \times 57 = 570$
- Selisih kemungkinan skor tertinggi – skor terendah : $570 - 114 = 456$
- Jumlah kategori yang akan dipakai untuk variabel X_1 : sangat tinggi, tinggi, cukup tinggi, rendah, sangat rendah.
- Rentang antar kategori : $456 : 5 = 91,2$

Skor untuk masuk kategori:

- a. Sangat rendah (114 – 205,1)
- b. Rendah (205,2 – 296,3)
- c. Cukup tinggi (296,4 – 387,5)
- d. Tinggi (387,6 – 478,7)
- e. Sangat tinggi (478,8 - 570)

- Tabel akumulatif:

SS	$5 \times 3 = 15$
S	$4 \times 83 = 332$
KS	$3 \times 28 = 84$

TS	$2 \times 0 = 0$
STS	$1 \times 0 = 0$
Σ	434

Kategori tinggi

Hasil nilai akumulatif menunjukkan nilai 434. Nilai tersebut menunjukkan bahwa intensitas menonton tayangan Modern Moms termasuk kedalam kategori tinggi. Dengan demikian, walaupun tayangan Modern Moms hanya mempunyai frekuensi tayang sebanyak 1 kali dalam seminggu dan durasi tayang selama 45 menit, intensitas menonton para Ibu termasuk kedalam kategori tinggi.

4.2.2 Isi Pesan (Materi) Tayangan Modern Moms (X_2)

Isi pesan (materi) tayangan adalah sub variabel dari variabel X “Menonton Tayangan Modern Moms Trans 7”. Terdapat dua indikator dalam isi pesan (materi) tayangan, yaitu kejelasan dan kelengkapan pesan.

Isi pesan berkaitan dengan bahan atau materi yang hendak disampaikan kepada khalayak. Suatu pesan yang kita komunikasikan, ingin mempunyai kemampuan untuk meramalkan efek yang akan timbul pada komunikan (Effendy,2003:41). Untuk itu isi pesan akan dibahas mengenai kejelasan dan kelengkapan pesan (Wahyudi,1994:15).

- **Kejelasan Pesan**

kejelasan isi atau materi media maksudnya adalah informasi yang disampaikan tidak berbelit-belit dan mudah dicerna, kata-kata yang digunakan biasa, yang sudah diketahui umum (Soemirat & Ardianto, 2002:63). Sebagaimana dikemukakan Effendy, bahwa “Efektifitas komunikasi dilihat dari komponen

pesan salah satunya adalah bahasa” (Effendy, 2003:40). Untuk itu, peneliti mengajukan beberapa pernyataan yang dapat mengukur kejelasan pesan.

Untuk mengetahui bagaimana kejelasan pesan berkenaan dengan isi dalam tayangan Modern Moms, maka peneliti mengungkapkannya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 3 : Saya mengerti setiap informasi seputar Si Kecil yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms.

Tabel 4.8
Kejelasan Pesan Berkenaan Dengan Isi Informasi Seputar Si Kecil

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	13	22.81
Setuju	44	77.19
Kurang Setuju	0	0.00
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian n = 57

Tabel 4.8 adalah hasil jawaban dari pernyataan no.3 untuk mengukur kejelasan informasi yang berkenaan dengan isi. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 77.19% (44 orang) berpendapat setuju bahwa mereka mengerti setiap informasi seputar *Si Kecil* yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms. Bahkan 22.81% (13 orang) responden lainnya berpendapat sangat setuju.

Berdasarkan uraian diatas, maka seluruh responden di lingkungan Posyandu Angrek XI memiliki jawaban yang positif. Artinya, jika para ibu

mengerti setiap informasi seputar *Si Kecil* dalam tayangan Modern Moms, mengindikasikan bahwa informasi yang disampaikan sudah jelas.

Untuk mengetahui bagaimana kejelasan pesan berkenaan dengan isi dari tips-tips dalam tayangan Modern Moms, maka peneliti mengungkapkannya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 4 : Saya mengerti setiap tahap tips-tips seputar *Si Kecil* yang dijelaskan dan dipraktikkan oleh Host

Tabel 4.9
Kejelasan Pesan Berkenaan Tips-Tips Seputar *Si Kecil*

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	20	35.09
Setuju	35	61.40
Kurang Setuju	2	3.51
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian n = 57

Tabel 4.9 menunjukkan hasil jawaban dari pernyataan no. 4 yang mengukur kejelasan informasi berkenaan dengan isi. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 61.40% (35 orang) responden berpendapat setuju bahwa mereka mengerti setiap tahap tips-tips seputar *Si Kecil* yang dijelaskan dan dipraktikkan oleh Host. Kemudian 35.09% (20 orang) responden berpendapat sangat setuju. Hanya 3.51% (2 orang) responden yang berpendapat kurang setuju dari pernyataan itu.

Berdasarkan uraian diatas, hampir seluruh responden berpendapat positif terhadap pernyataan ini. Artinya, para Ibu di lingkungan Posyandu Angrek XI mengerti setiap tahap tips-tips yang dijelaskan dan diperagakan oleh Host. Hal ini berarti mengindikasikan bahwa setiap tahap tips-tips yang disampaikan sudah jelas.

Dalam tayangan Modern Moms, terdapat segmen dimana Host memperagakan dan menjelaskan tips-tips kreatif. Host tentunya harus bisa menjelaskan dengan baik agar informasi yang disampaikan mudah untuk dimengerti, sehingga memungkinkan untuk dipraktikkan kembali di rumah.

Tips-tips kreatif yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms adalah tips-tips yang *simple* dengan tidak menggunakan alat/bahan peraga yang terlalu banyak, sehingga tidak akan menyulitkan para Ibu untuk mengerti dan mengingat tips-tips yang disampaikan. Menurut Wilbur Schramn mengatakan bahwa salah satu syarat pesan yang efektif adalah Jika komunikator menganjurkan menggunakan sesuatu maka hendaknya sesuatu tersebut mudah didapat dengan menggunakan cara tertentu, termasuk misalnya tentang tempatnya (dalam Hamidi, 2007:72).

Untuk mengetahui bagaimana kejelasan pesan berkenaan dengan isi yang tidak berbelit-belit dalam tayangan Modern Moms, maka peneliti mengungkapkannya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 5 : Menurut saya, informasi yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms tidak berbelit-belit

Tabel 4.10
Kejelasan Pesan Berkenaan Dengan Isi Informasi Yang Tidak Berbelit-Belit

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	14	24.56
Setuju	43	75.44
Kurang Setuju	0	0.00
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian n =57

Tabel 4.10 adalah hasil jawaban dari pernyataan no. 5 yang mengukur kejelasan informasi yang berkenaan dengan isi. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 75.44% (43 orang) responden berpendapat setuju bahwa informasi yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms tidak berbelit-belit. Bahkan 24.56% (14 orang) responden lainnya memberikan pendapat sangat setuju dalam pernyataan ini.

Berdasarkan uraian diatas, seluruh responden memberikan pendapat positif bahwa informasi yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms tidak berbelit-belit. Dengan demikian, hal ini dapat mengindikasi bahwa informasi yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms termasuk ke dalam kategori yang jelas. Pesan akan semakin efektif apabila pesan yang disampaikan tidak berbelit-belit dan mudah dicerna, kata-kata yang digunakan biasa, yang sudah diketahui umum (Soemirat & Ardianto, 2002:63).

Untuk mengetahui bagaimana kejelasan pesan berkenaan dengan bahasa yang digunakan dalam tayangan Modern Moms, maka peneliti mengungkapkannya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 6 : Informasi seputar Si Kecil dalam tayangan Modern Moms disampaikan dengan bahasa yang jelas maknanya

Tabel 4.11
Kejelasan Pesan Berkenaan Dengan Kemudahan Bahasa Yang Digunakan

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	10	17.54
Setuju	47	82.46
Kurang Setuju	0	0.00
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian

n = 57

Tabel 4.11 adalah hasil jawaban responden yang mengukur kejelasan pesan yang berkenaan dengan kemudahan bahasa yang digunakan. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 82.46% (47 orang) responden berpendapat setuju bahwa informasi seputar Si Kecil dalam tayangan Modern Moms disampaikan dengan bahasa yang jelas maknanya. Kemudian 17.54% (10 orang) responden lainnya berpendapat sangat setuju.

Berdasarkan uraian diatas, seluruh responden di lingkungan Posyandu Angrek XI memberikan pendapat yang positif terhadap pernyataan no. 6 ini. Artinya, tayangan Modern Moms dalam menyampaikan informasi menggunakan

bahasa yang mudah dimengerti sehingga dapat menimbulkan kejelasan pesan. Apabila terdapat bahasa asing, biasanya diterjemahkan dan dijabarkan kedalam bahasa yang umum sehingga mudah dipahami. Sebagaimana dikemukakan Effendy, bahwa “Efektifitas komunikasi dilihat dari komponen pesan salah satunya adalah bahasa” (Effendy, 2003:40). Pendapat lain juga dikemukakan oleh Widjaja yang mengatakan bahwa “Sejauh mungkin hindarilah menggunakan istilah-istilah yang tidak dipahami oleh audien atau khalayak” (Widjaja,2000:33).

- **Kelengkapan Pesan**

Selanjutnya untuk kelengkapan pesan, Nitisenitro (1982:144) menjelaskan bahwa kelengkapan isi pesan maksudnya adalah komunikasi yang disampaikan harus lengkap sehingga tidak menimbulkan keraguan bagipenerima komunikasi.

Untuk mengetahui bagaimana kelengkapan pesan berkaitan dengan aktualisasi informasi dalam tayangan *Modern Moms*, maka peneliti mengungkapkannya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 7 : Tayangan *Modern Moms* selalu memberikan informasi-informasi dengan tema-tema baru yang *Uptodate*.

Tabel 4.12
Aktualisasi Informasi Yang Disampaikan

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	18	31.58
Setuju	37	64.91
Kurang Setuju	2	3.51

Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian

n = 57

Tabel 4.12 adalah hasil jawaban responden pada pernyataan no. 7 untuk mengukur aktualisasi informasi yang disampaikan. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 64.91% (37 orang) responden berpendapat setuju bahwa tayangan Modern Moms selalu memberikan informasi dengan tema-tema baru yang *Uptodate*. Kemudian 31.58% (18 orang) responden berpendapat sangat setuju, dan hanya 3.51% (2 orang) responden yang berpendapat kurang setuju.

Berdasarkan uraian diatas, maka sebagian besar dari responden yaitu para Ibu di lingkungan Posyandu Angrek XI berpendapat setuju bahwa tayangan Modern Moms selalu memberikan informasi-informasi dengan tema-tema baru yang *Uptodate*. Hal ini mengindikasi bahwa kelengkapan pesan dalam tayangan Modern Moms termasuk kedalam kategori yang lengkap, karena selalu memperbarui informasi yang disampaikan mengikuti perkembangan zaman.

Untuk mengetahui bagaimana kelengkapan informasi secara keseluruhan dalam tayangan Modern Moms, maka peneliti mengungkapnya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 8 : Menurut saya, secara keseluruhan informasi seputar Si Kecil yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms sangat lengkap.

Tabel 4.13
Kelengkapan Informasi Secara Keseluruhan

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	10	17.54
Setuju	45	78.95
Kurang Setuju	2	3.51
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian

n = 57

Tabel 4.13 adalah hasil jawaban responden dari pernyataan no. 8 yang mengukur kelengkapan informasi secara keseluruhan. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 78.95% (45 orang) responden berpendapat setuju bahwa secara keseluruhan informasi seputar Si Kecil yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms sangat lengkap. Kemudian 17.54% (10 orang) responden berpendapat sangat setuju. Hanya 3.51% (2 orang) responden yang berpendapat kurang setuju dalam pernyataan ini.

Berdasarkan uraian di atas, maka hampir seluruh dari responden memberikan pendapat yang positif. Hal ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan informasi yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms termasuk ke dalam kategori lengkap.

Tayangan Modern Moms, setiap episodenya selalu memberikan berbagai jenis informasi seputar Si Kecil termasuk dengan beragam tips yang disampaikan. Melalui tayangan Modern Moms ini, para Ibu dapat mengetahui informasi seputar kesehatan Si Kecil, gizi dan asupan makanan bagi Si Kecil, pendidikan Si Kecil,

fashion Si Kecil, dunia bermain Si Kecil dan seputar *Art* dan kerajinan tangan untuk Si Kecil. Sehingga informasi yang dikatakan lengkap disini adalah informasi seputar Si Kecil yang disampaikan mencakup berbagai tema.

Untuk mengetahui bagaimana kelengkapan informasi dalam tayangan Modern Moms, maka peneliti mengungkapnya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 9 : Saya mendapatkan berbagai jenis informasi seputar Si Kecil dalam tayangan Modern Moms.

Tabel 4.14
Kelengkapan Berbagai Jenis Informasi Seputar Si Kecil

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	13	22.81
Setuju	42	73.68
Kurang Setuju	2	3.51
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian

n = 57

Tabel 4,14 adalah hasil jawaban dari pernyataan no. 9 yang mengukur kelengkapan jenis informasi yang disampaikan. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 73.68% (42 orang) responden berpendapat setuju bahwa mereka mendapatkan berbagai jenis informasi seputar Si Kecil dalam tayangan Modern Moms. Kemudian 22.81% (13 orang) reponden berpendapat sangat setuju. Hanya 3.51% (2 orang) responden yang berpendapat tidak setuju.

Berdasarkan uraian diatas, maka hampir seluruh responden di lingkungan Posyandu Angrek XI memberikan pendapat yang positif dalam pernyataan ini. Hal ini mengindikasi bahwa tayangan Modern Moms memberikan informasi yang lengkap kepada khalayak dengan menyajikan berbagai jenis informasi seputar Si Kecil. Diantaranya informasi mengenai kesehatan, gizi, pendidikan, *fashion* dll.

Untuk mengetahui kategori baik atau tidaknya isi pesan (materi) tayangan Modern Moms Trans 7 dari 57 orang responden, maka peneliti melakukan perhitungan melalui tabel akumulatif berdasarkan norma ideal (perhitungan kuesioner).

Akumulatif Variabel X_2

- Jumlah pernyataan pada variabel X_2 ada 7 pernyataan

Pilihan Jawaban	Skor Jawaban
SS	5
S	4
KS	3
TS	2
STS	1

- Kemungkinan skor terendah : $7 \times 1 \times 57 = 399$
- Kemungkinan skor tertinggi : $7 \times 5 \times 57 = 1995$
- Selisih kemungkinan skor tertinggi – skor terendah : $1995 - 399 = 1596$
- Jumlah kategori yang akan dipakai untuk variabel X_2 : sangat baik, baik, cukup baik, tidak baik, sangat tidak baik.
- Rentang antar kategori : $1596 : 5 = 319,2$

Skor untuk masuk kategori:

- a. Sangat tidak baik (399 – 718,1)
- b. Tidak baik (718,2 – 1037,3)
- c. Cukup baik (1037,4 – 1356,5)
- d. Baik (1356,6 – 1675,7)
- e. Sangat baik (1675,8 – 1995)

Tabel akumulatif:

SS	$5 \times 98 = 490$
S	$4 \times 293 = 1172$
KS	$3 \times 8 = 24$
TS	$2 \times 0 = 0$
STS	$1 \times 0 = 0$
Σ	1686

Kategori sangat baik

Hasil akumulatif menunjukkan nilai 1686. Nilai tersebut menunjukkan bahwa isi pesan (materi) tayangan Modern Moms Trans 7 termasuk kedalam kategori sangat baik. Artinya, tayangan Modern Moms telah memberikan kejelasan dan kelengkapan informasi untuk para Ibu sehingga isi pesan (materi) tayangan termasuk kedalam kategori yang sangat baik.

4.2.3 Hubungan Individu Dengan Isi Media (X_3)

Hubungan individu dengan isi media merupakan sub variabel dari variabel X “Menonton Tayangan Modern Moms Trans 7”. Hubungan individu dengan media menunjukkan keterkaitan individu pengguna media dengan isi media setelah menggunakan media. Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang

digunakan dalam berbagai media, isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (Rosengren, dalam Rakhmat 2009:66). Setiap individu pengguna media tentunya mengharapkan adanya kesesuaian dengan isi media atau media secara keseluruhan. Hubungan individu dengan isi media dibagi menjadi dua indikator yaitu kecocokan terhadap isi media dan kepercayaan terhadap isi media.

- **Kecocokan Terhadap Isi Media**

Untuk mengetahui bagaimana tingkat kecocokan informasi dalam tayangan Modern Moms dengan kebutuhan para ibu, maka peneliti mengungkapkannya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 10 : Informasi seputar Si Kecil dalam tayangan Modern Moms sesuai dengan kebutuhan saya sebagai seorang Ibu.

Tabel 4.15
Tingkat Kecocokan Informasi Dengan Kebutuhan Para Ibu

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	13	22.81
Setuju	43	75.44
Kurang Setuju	1	1.75
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian

n =57

Tabel 4.15 adalah hasil jawaban responden dari pernyataan no. 10 yang mengukur kecocokan terhadap isi media. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 75.44% (43 orang) responden berpendapat setuju bahwa informasi dalam tayangan Modern Moms sesuai dengan kebutuhan mereka sebagai seorang Ibu. Kemudian 22.81% (13 orang) berpendapat sangat setuju. Hanya 1.75% (1 orang) yang berpendapat kurang setuju.

Berdasarkan uraian diatas, maka hampir seluruh dari responden di lingkungan Posyandu Angrek XI memberikan pendapat yang positif. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat kecocokan antara informasi dalam tayangan Modern Moms dengan kebutuhan para Ibu.

Tayangan Modern Moms merupakan tayangan yang berusaha memberikan informasi dan pengetahuan kepada para ibu. Dari hasil wawancara dengan beberapa responden, mayoritas responden mengatakan bahwa alasannya menonton tayangan Modern Moms adalah untuk mencari informasi yang dibutuhkan seputar informasi Si Kecil. Untuk itu, informasi yang disampaikan sudah sesuai dengan apa yang dicari dan dibutuhkan oleh para ibu.

Untuk mengetahui bagaimana tingkat kecocokan *Host* dalam tayangan Modern Moms dengan tema acara, maka peneliti mengungkapkannya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 11 : Menurut saya, *Host* dalam tayangan Modern Moms sudah sesuai dengan tema acara.

Tabel 4.16
Tingkat Kecocokan Host Dengan Tema Tayangan Modern Moms

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	16	28.07
Setuju	41	71.93
Kurang Setuju	0	0.00
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian

n = 57

Tabel 4.16 adalah hasil jawaban responden dari pernyataan no.11 yang mengukur kecocokan terhadap isi media. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 71.93% (41 orang) responden berpendapat setuju bahwa *Host* dalam tayangan Modern Moms sudah sesuai dengan tema acara. Sedangkan 28.07% (18 orang) responden lainnya berpendapat sangat setuju.

Berdasarkan uraian diatas, maka seluruh responden di lingkungan Posyandu Anggrek XI memberikan pendapat yang positif. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat kecocokan *Host* dengan tema acara.

Host dalam sebuah program televisi, terutama untuk jenis-jenis program informasi merupakan bagian yang penting. Kedudukan *Host* adalah sebagai komunikator. Untuk itu, *Host* dalam sebuah program menjadi salah satu penentu pesan komunikasi massa (informasi) dapat tersampaikan dengan baik kepada khalayak. *Host* dalam tayangan Modern Moms adalah Dian Ayu Lestari dan Mona Ratuliu. Keduanya sama-sama memiliki kemampuan yang baik dalam

berkomunikasi. Status keduanya yang sama-sama sebagai Ibu muda, secara psikologis tentu saja memiliki kecocokan dengan khalayak tayangan ini yaitu para Ibu.

Untuk mengetahui bagaimana tingkat kecocokan responden dengan waktu tayang Modern Moms, maka peneliti mengungkapkannya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 12 : Menurut saya, jam tayang Modern Moms sudah sesuai dengan jam menonton saya.

Tabel 4.17
Tingkat Kecocokan Para Ibu Dengan Waktu Tayang Modern Moms

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	8	14.04
Setuju	40	70.18
Kurang Setuju	9	15.79
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian n = 57

Tabel 4.17 adalah hasil jawaban responden dari pernyataan no. 12 yang mengukur kecocokan terhadap isi media. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 70.18% (40 orang) responden berpendapat setuju bahwa jam tayang Modern Moms sesuai dengan waktu menonton mereka. Kemudian 14.04% (8 orang) responden berpendapat sangat setuju. Sedangkan 15.79% (9 orang) responden lainnya berpendapat kurang setuju.

Berdasarkan uraian diatas, maka sebagian besar dari responden berpendapat setuju bahwa jam tayang Modern Moms sesuai dengan waktu menonton mereka. Hal ini mengindikasi bahwa terdapat kecocokan antara jam tayang Modern Moms dengan waktu menonton para Ibu.

Tayangan Modern Moms tayang setiap hari minggu pukul 08.15 pagi. Untuk program seperti ini, cocok untuk ditayangkan pada akhir pekan, karena informasi yang disampaikan ringan tetapi dapat memberikan pengetahuan. Dengan ditayangkan di akhir pekan, tayangan ini juga dapat dinikmati untuk para Ibu yang bekerja.

▪ **Kepercayaan Terhadap Isi Media**

Untuk mengetahui bagaimana kepercayaan terhadap isi media dalam tayangan Modern Moms, maka peneliti mengungkapnya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 13 : Saya percaya atas informasi yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms

Tabel 4.18
Kepercayaan Atas Informasi Yang Disampaikan

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	9	15.79
Setuju	45	78.95
Kurang Setuju	3	5.26
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian

n = 57

Tabel 4.18 adalah hasil jawaban responden dari pernyataan no. 13 yang mengukur kepercayaan terhadap isi media. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 78.95% (45 orang) responden berpendapat setuju bahwa mereka percaya atas informasi yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms. Kemudian 15.79% (9 orang) responden berpendapat sangat setuju. Sedangkan 5.26% (3 orang) responden lainnya berpendapat kurang setuju terhadap pernyataan ini.

Berdasarkan uraian diatas, maka hampir seluruh dari responden memberikan pendapat yang positif. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat kepercayaan terhadap isi media. Artinya, informasi-informasi seputar Si Kecil yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms dapat dipercaya. Untuk beberapa tema tertentu, informasi yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms seringkali diperkuat dengan pendapat para ahli. Misalnya, ketika memberikan informasi mengenai kesehatan Si Kecil disertai juga dengan penjelasan dari Dokter Anak. Kemudian ketika memberikan informasi seputar tumbuh kembang Si Kecil atau pendidikan Si Kecil disertai juga dengan pendapat Psikolog Anak dll. Hal inilah yang meningkatkan kepercayaan khalayak atas informasi yang disampaikan.

Untuk mengetahui kategori baik atau tidaknya hubungan individu dengan isi media dari 57 orang responden, maka peneliti melakukan perhitungan melalui tabel akumulatif berdasarkan norma ideal (perhitungan kuesioner).

Akumulatif Variabel X_3

- Jumlah pernyataan pada variabel X_3 ada 4 pernyataan

Pilihan Jawaban	Skor Jawaban
SS	5
S	4
KS	3
TS	2
STS	1

- Kemungkinan skor terendah : $4 \times 1 \times 57 = 228$
- Kemungkinan skor tertinggi : $4 \times 5 \times 57 = 1140$
- Selisih kemungkinan skor tertinggi – skor terendah : $1140 - 228 = 912$
- Jumlah kategori yang akan dipakai untuk variabel X_3 : sangat baik, baik, cukup baik, tidak baik, sangat tidak baik.
- Rentang antar kategori : $912 : 5 = 182,4$

Skor untuk masuk kategori:

- Sangat tidak baik (228 – 410,3)
- Tidak baik (410,4 – 592,7)
- Cukup baik (592,8 – 775,1)
- Baik (775,2 – 957,5)
- Sangat baik (957,6 – 1140)

Tabel akumulatif:

SS	$5 \times 46 = 230$
S	$4 \times 169 = 676$
KS	$3 \times 13 = 39$
TS	$2 \times 0 = 0$
STS	$1 \times 0 = 0$
Σ	945

Kategori baik

Hasil akumulatif menunjukkan nilai 945. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan individu dengan isi media termasuk kedalam kategori baik. Artinya, antara individu pengguna media (penonton tayangan Modern Moms) dengan isi media tayangan Modern Moms memiliki keterkaitan yang baik. Isi media dalam tayangan Modern Moms dapat memberikan kecocokan dan kepercayaan khalayak pengguna media.

4.2.4 Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Ibu (Y)

Pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu merupakan variabel Y dalam penelitian ini. Pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada responden untuk mengetahui pemenuhan kebutuhan informasi adalah pernyataan yang meliputi pemenuhan kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial dan kebutuhan pelepasan.

- **Kebutuhan Kognitif**

Untuk mengetahui bagaimana terpenuhinya pengetahuan responden atas informasi dalam tayangan Modern Moms, maka peneliti mengungkapnya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 14 : Saya menjadi tahu banyak informasi seputar Si Kecil dari tayangan Modern Moms

Tabel 4.19
Tayangan Modern Moms Memberikan Pengetahuan Kepada Para Ibu

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	11	19.30
Setuju	40	70.18

Kurang Setuju	6	10.53
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian

n =57

Tabel 4.19 adalah hasil jawaban responden dari pernyataan no. 14 yang mengukur pemenuhan kebutuhan kognitif. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 70.18% (40 orang) responden berpendapat setuju bahwa mereka menjadi tahu banyak informasi seputar Si Kecil dari tayangan Modern Moms. Sedangkan 19.30% (11 orang) responden berpendapat sangat setuju. Hanya 10.53% (6 orang) responden yang berpendapat kurang setuju.

Berdasarkan uraian diatas, maka hampir seluruh dari responden memberikan pendapat yang positif. Hal ini mengindikasikan bahwa para Ibu menjadi banyak tahu informasi seputar Si Kecil dari tayangan Modern Moms. Tayangan Modern Moms memperluas wawasan dan pengetahuan para Ibu seputar Si Kecil.

Untuk mengetahui bagaimana tayangan Modern Moms dapat memenuhi kebutuhan pengetahuan responden, maka peneliti mengungkapkannya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 15 : Informasi seputar Si Kecil dalam tayangan Modern Moms memenuhi kebutuhan pengetahuan saya sebagai seorang ibu.

Tabel 4.20
Tayangan Modern Moms Memenuhi Kebutuhan Pengetahuan Para Ibu

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	6	10.53
Setuju	47	82.46
Kurang Setuju	4	7.02
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian

n = 57

Tabel 4.20 adalah hasil jawaban responden dari pernyataan no. 15 yang mengukur pemenuhan kebutuhan kognitif. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 82.46% (47 orang) berpendapat setuju bahwa informasi seputar Si Kecil dalam tayangan Modern Moms dapat memenuhi kebutuhan pengetahuan mereka sebagai seorang Ibu. Kemudian 10.53% (6 orang) responden berpendapat sangat setuju. Hanya 7.04% (4 orang) responden lainnya yang memberikan pendapat kurang setuju.

Berdasarkan uraian diatas, maka hampir seluruh dari responden memberikan pendapat yang positif. Hal ini mengindikasikan bahwa informasi seputar Si Kecil dalam tayangan Modern Moms memenuhi kebutuhan pengetahuan para Ibu.

Untuk mengetahui bagaimana pemahaman responden atas informasi dalam tayangan Modern Moms, maka peneliti mengungkapkannya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 16 : Saya memahami setiap informasi seputar Si Kecil yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms.

Tabel 4.21
Pemahaman Para Ibu Pada Setiap Informasi Seputar Si Kecil

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	0	0.00
Setuju	48	84.21
Kurang Setuju	9	15.79
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100.00

Sumber: Data Hasil Penelitian

n = 57

Tabel 4.21 adalah hasil jawaban responden dari pernyataan no 16 yang mengukur pemenuhan kebutuhan kognitif. Dari Tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 84.21% (48 orang) responden berpendapat setuju bahwa mereka memahami setiap informasi seputar Si Kecil yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms. Sedangkan 15.79% (9 orang) responden lainnya berpendapat kurang setuju terhadap pernyataan ini.

Berdasarkan uraian diatas, maka hampir seluruh dari responden memberikan pendapat yang positif. Hal ini mengindikasi bahwa para Ibu memahami setiap informasi seputar Si Kecil dalam tayangan Modern Moms.

Pernyataan-pernyataan diatas merupakan pernyataan untuk mengukur pemenuhan kebutuhan kognitif. Kebutuhan kognitif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai

lingkungan, kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk menyelidiki kita (Effendy, 2003:294).

- **Kebutuhan Afektif**

Untuk mengetahui bagaimana perasaan responden terhadap informasi dalam tayangan Modern Moms, maka peneliti mengungkapkannya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 17 : Saya menyukai informasi-informasi seputar Si Kecil yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms

Tabel 4.22
Perasaan Suka Terhadap Informasi Yang Disampaikan

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	10	17.54
Setuju	45	78.95
Kurang Setuju	2	3.51
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian

n = 57

Tabel 4.22 adalah hasil jawaban responden dari pernyataan no 17 yang mengukur pemenuhan kebutuhan afektif. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 78.95% (45 orang) berpendapat setuju bahwa mereka menyukai informasi-informasi seputar Si Kecil yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms. Kemudian 17.54% (10 orang) responden berpendapat

sangat setuju. Dan hanya 3.51% (2 orang) yang berpendapat kurang setuju atas pernyataan ini.

Berdasarkan uraian diatas, maka hampir seluruh dari responden berpendapat positif. Hal ini mengindikasikan bahwa para Ibu menyukai informasi-informasi seputar Si Kecil yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms.

Untuk mengetahui bagaimana perasaan responden atas informasi dalam tayangan Modern Moms, maka peneliti mengungkapkannya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 18 : Saya merasa senang bahwa informasi-informasi seputar Si Kecil yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms dapat berguna bagi saya.

Tabel 4.23
Perasaan Senang Terhadap Informasi Yang Disampaikan

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	8	14.04
Setuju	48	84.21
Kurang Setuju	1	1.75
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian

n = 57

Tabel 4.23 adalah hasil jawaban responden dari pernyataan no. 18 yang mengukur pemenuhan kebutuhan afektif. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 84.21% (48 orang) berpendapat setuju bahwa mereka merasa senang dengan informasi-informasi seputar Si Kecil yang

disampaikan dapat berguna bagi mereka. Kemudian 14.04% (8 orang) responden memberikan pendapat sangat setuju. Hanya 1.75% (1 orang) responden yang memberikan pendapat kurang setuju pada pernyataan ini.

Berdasarkan uraian diatas, maka hampir seluruh dari responden memberikan pendapat yang positif. Hal ini mengindikasikan bahwa informasi-informasi seputar Si Kecil yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms dapat menimbulkan perasaan senang para Ibu. Tayangan Modern Moms banyak memberikan informasi-informasi yang berguna bagi para ibu.

Untuk mengetahui bagaimana perasaan responden atas tips-tips yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms, maka peneliti mengungkapkannya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 19 : Saya merasa senang dengan tips-tips kreatif yang dipergunakan dalam tayangan Modern Moms karena mudah untuk dipraktikkan di rumah.

Tabel 4.24
Perasaan Senang Terhadap Tips-Tips Yang Dipergunakan

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	11	19.30
Setuju	41	71.93
Kurang Setuju	5	8.77
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian

n =57

Tabel 2.24 adalah hasil jawaban responden dari pernyataan no 19 yang mengukur pemenuhan kebutuhan afektif. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 71.93% (41 orang) responden berpendapat setuju bahwa mereka merasa senang dengan tips-tips kreatif yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms karena mudah untuk dipraktikkan di rumah. Kemudian 19.30% (11 orang) responden berpendapat sangat setuju. Hanya 8.77% (5 orang) yang memberikan pendapat kurang setuju.

Berdasarkan uraian diatas, maka hampir seluruh dari responden memberikan pendapat yang positif. Hal ini mengindikasikan bahwa tips-tips kreatif yang diperagakan dalam tayangan Modern Moms dapat menimbulkan perasaan senang para Ibu. Dalam tayangan Modern Moms terdapat segmen dimana para *host* memberikan, menjelaskan dan memperagakan tips-tips seputar Si Kecil yang menjadi tema pada episode tersebut. Tips-tips yang diperagakan diantaranya tips-tips membuat makanan untuk Si Kecil dan tips-tips membuat kerajinan. Semua tips-tips yang diberikan adalah tips-tips yang *simple* sehingga dapat dipraktikkan di rumah.

Untuk mengetahui bagaimana kepuasan responden atas informasi dalam tayangan Modern Moms, maka peneliti mengungkapkannya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 20 : Saya puas dengan informasi-informasi seputar Si Kecil yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms.

Tabel 4.25
Kepuasan Terhadap Informasi Yang Disampaikan

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	7.02
Setuju	51	89.47
Kurang Setuju	2	3.51
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian

n = 57

Tabel 4.25 adalah hasil jawaban responden dari pernyataan no. 20 yang mengukur pemenuhan kebutuhan afektif. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 89.47% (51 orang) responden berpendapat setuju bahwa mereka puas dengan informasi-informasi seputar Si Kecil yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms. Kemudian 7.02% (4 orang) responden berpendapat sangat setuju. Hanya 3.51% (2 orang) responden yang memberikan pendapat kurang setuju.

Berdasarkan uraian diatas, maka hampir seluruh dari responden memberikan pendapat yang positif. Hal ini mengindikasikan bahwa tayangan Modern Moms dapat memberikan kepuasan informasi para Ibu.

Pernyataan-pernyataan diatas merupakan pernyataan untuk mengukur pemenuhan kebutuhan afektif. Kebutuhan afektif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional (Effendy, 2003:294).

- **Kebutuhan Integrasi Personal**

Untuk mengetahui bagaimana tayangan Modern Moms meningkatkan kepercayaan diri responden, maka peneliti mengungkapkannya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 21 : Kepercayaan diri saya sebagai seorang Ibu bertambah setelah mendapatkan informasi seputar Si Kecil dalam tayangan Modern Moms.

Tabel 4.26
Tingkat Kepercayaan Diri Para Ibu Setelah Memperoleh Informasi

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	2	3.51
Setuju	42	73.68
Kurang Setuju	13	22.81
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian n = 21

Tabel 4.26 adalah hasil jawaban responden dari pernyataan no. 21 yang mengukur pemenuhan kebutuhan intergrasi personal. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 73.68% (42 orang) responden berpendapat setuju bahwa kepercayaan diri mereka sebagai seorang Ibu bertambah setelah memperoleh informasi seputar Si Kecil dalam tayangan Modern Moms. Sedangkan 22.81% (13 orang) responden memberikan pendapat kurang setuju. Hanya 3.51% (2 orang) responden yang memberikan pendapat sangat setuju.

Berdasarkan uraian diatas, maka sebagian besar dari responden memberikan pendapat yang positif. Hal ini mengindikasikan bahwa tayangan Modern Moms dapat meningkatkan kepercayaan diri para Ibu.

Untuk mengetahui bagaimana ketergantungan responden terhadap informasi dalam tayangan Modern Moms, maka peneliti mengungkapkannya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 22 : Saya hanya bisa mendapatkan informasi seputar Si Kecil dari tayangan Modern Moms.

Tabel 4.27
Ketergantungan Para Ibu Terhadap Informasi

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	1	1.75
Setuju	16	28.07
Kurang Setuju	40	70.18
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian n = 57

Tabel 4.27 adalah hasil jawaban responden yang mengukur pemenuhan kebutuhan integrasi personal. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 70.18% (40 orang) responden berpendapat kurang setuju bahwa mereka hanya bisa mendapatkan informasi seputar Si Kecil dari tayangan Modern Moms. Kemudian 28.07% (16 orang) memberikan pendapat setuju. Hanya 1.75% (1 orang) responden yang berpendapat sangat setuju.

Berdasarkan uraian diatas, maka sebagian besar dari responden berpendapat kurang setuju bahwa mereka hanya bisa mendapatkan informasi seputar Si Kecil dari tayangan Modern Moms. Hal ini mengindikasikan bahwa para Ibu cenderung kurang memiliki ketergantungan terhadap informasi seputar Si Kecil dari tayangan Modern Moms.

Untuk mengetahui bagaimana ketergantungan responden pada tayangan Modern Moms, maka peneliti mengungkapkannya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 23 : Saya hanya mau mendapatkan informasi seputar Si Kecil dari tayangan Modern Moms.

Tabel 4.28
Ketergantungan Para Ibu Terhadap Tayangan Modern Moms

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	0	0.00
Setuju	21	36.84
Kurang Setuju	36	63.16
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian

n = 57

Tabel 4.28 adalah hasil jawaban responden dari pernyataan no. 23 yang mengukur pemenuhan kebutuhan integrasi personal. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 63.16% (36 orang) responden berpendapat kurang setuju bahwa mereka hanya mau mencari informasi seputar Si Kecil dari tayangan Modern Moms. Sedangkan 36.84% (21

orang) responden lainnya berpendapat setuju bahwa mereka hanya mau mencari informasi seputar Si Kecil dari tayangan Modern Moms.

Berdasarkan uraian diatas, maka sebagian besar dari responden berpendapat kurang setuju atas pernyataan ini. Hal ini mengindikasikan bahwa para Ibu kurang cenderung memiliki ketergantungan terhadap tayangan Modern Moms.

Pernyataan-pernyataan diatas adalah pernyataan untuk mengukur pemenuhan kebutuhan integrasi personal. Kebutuhan integrasi personal adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual, hal-hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri (Effendy, 2003;294).

- **Kebutuhan Integrasi Sosial**

Untuk mengetahui bagaimana kontak sosial responden, maka peneliti mengungkapkannya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 24 : Saya dapat berbagi informasi seputar Si Kecil dengan teman lainnya di lingkungan Posyandu.

Tabel 4.29
Para Ibu Dapat Berbagi Informasi Seputar Si Kecil Dengan Teman Di Lingkungan Posyandu

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	2	3.51
Setuju	47	82.46

Kurang Setuju	8	14.04
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian

n = 57

Tabel 4.29 adalah hasil jawaban responden dari pernyataan no. 24 yang mengukur pemenuhan kebutuhan integrasi sosial. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 82.46% (47 orang) responden berpendapat setuju bahwa mereka dapat berbagi informasi seputar Si Kecil dengan teman lainnya di lingkungan Posyandu. Sedangkan 3.51% (2 orang) responden memberikan pendapat sangat setuju. Hanya 14.04% (8 orang) responden yang memberikan pendapat kurang setuju.

Berdasarkan uraian diatas, maka hampir seluruh dari responden memberikan pendapat yang positif. Hal ini mengindikasikan bahwa tayangan Modern Moms dapat memberikan informasi yang menunjang kontak sosial para Ibu dengan orang lain.

Untuk mengetahui bagaimana kontak sosial responden, maka peneliti mengungkapkannya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 25 : Saya dapat berdiskusi mengenai info-info seputar Si Kecil dengan teman lainnya di lingkungan Posyandu.

Tabel 4.30
**Para Ibu Dapat Berdiskusi Mengenai Info-Info Seputar Si Kecil Dengan
Teman Di Lingkungan Posyandu**

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	1	1.75
Setuju	48	84.21
Kurang Setuju	8	14.04
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian n = 57

Tabel 4,30 adalah hasil jawaban responden dari pernyataan no. 25 yang mengukur pemenuhan kebutuhan integrasi sosial. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 84.21% (48 orang) responden berpendapat setuju bahwa mereka dapat berdiskusi mengenai informasi seputar Si Kecil dengan teman lainnya di lingkungan Posyandu. Sedangkan 14.01% (8 orang) responden lainnya berpendapat kurang setuju. Hanya 1.75% (1 orang) responden yang berpendapat sangat setuju.

Berdasarkan uraian diatas, maka hampir seluruh dari responden berpendapat positif. Hal ini mengindikasikan bahwa tayangan Modern Moms dapat memberikan informasi yang menunjang kontak sosial para Ibu dengan orang lain.

Pernyataan-pernyataan diatas adalah pernyataan untuk mengukur pemenuhan kebutuhan integrasi sosial. Kebutuhan integrasi sosial adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan dunia. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi (Effendy, 2003:294).

Sebuah media dikatakan dapat memenuhi kebutuhan integrasi sosial khalayak apabila media tersebut sudah bisa menjadi wadah (tempat) untuk khalayak dapat melakukan interaksi dengan sesama pengguna media atau lingkungan sekitar.

- **Kebutuhan Pelepasan**

Untuk mengetahui bagaimana tayangan Modern Moms dapat memberikan pelepasan ketegangan, maka peneliti mengungkapkannya dalam pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu sebagai berikut:

Pernyataan 26 : Saya dapat memperoleh informasi sekaligus hiburan dalam tayangan Modern Moms.

Tabel 4.31
Tayangan Modern Moms Dapat Menjadi Hiburan Para Ibu

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	12	21.05
Setuju	37	64.91
Kurang Setuju	8	14.04
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	57	100

Sumber: Data Hasil Penelitian

n = 57

Tabel 4.31 adalah hasil jawaban responden dari pernyataan no. 26 yang mengukur pemenuhan kebutuhan pelepasan. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 57 orang responden, mayoritas 64.91% (37 orang) responden berpendapat setuju bahwa mereka dapat memperoleh informasi sekaligus hiburan dalam tayangan Modern Moms . Sebanyak 21.05% (12 orang) responden lainnya

berpendapat sangat setuju. Sedangkan 14.04% (8 orang) responden memberikan pendapat kurang setuju.

Berdasarkan uraian diatas, maka hampir seluruh dari responden berpendapat positif. Hal ini mengindikasikan bahwa tayangan Modern Moms dapat menjadi hiburan bagi para Ibu. Kebutuhan pelepasan adalah kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman (Effendy, 2003:294). Salah satu upayanya adalah dengan mencari hiburan.

Tayangan Modern Moms merupakan jenis tayangan *edutainment*. Selain dapat memberikan informasi dan mengedukasi khalayaknya, sekaligus memberikan hiburan karena tayangan informasi ini dikemas secara ringan dan menarik.

Untuk mengetahui kategori baik atau tidaknya pemenuhan kebutuhan informasi dari 57 orang responden, maka peneliti melakukan perhitungan melalui tabel akumulatif berdasarkan norma ideal (perhitungan kuesioner).

Akumulatif Variabel Y

- Jumlah pernyataan untuk variabel Y ada 13 pernyataan

Pilihan Jawaban	Skor Jawaban
SS	5
S	4
KS	3
TS	2
STS	1

- Kemungkinan skor terendah : $13 \times 1 \times 57 = 741$
- Kemungkinan skor tertinggi : $13 \times 5 \times 57 = 3705$
- Selisih kemungkinan skor tertinggi – skor terendah : $3705 - 741 = 2964$
- Jumlah kategori yang akan dipakai untuk variabel Y : sangat tinggi, tinggi, cukup tinggi, rendah, sangat rendah.
- Rentang antar kategori : $2964 : 5 = 592,8$

Skor untuk masuk kategori:

- a. Sangat rendah (741 – 1333,7)
- b. Rendah (1333,8 – 1926,5)
- c. Cukup tinggi (1926,6 – 2519,3)
- d. Tinggi (2519,4 – 3112,1)
- e. Sangat tinggi (3112,2 - 3705)

Tabel akumulatif:

SS	$5 \times 68 = 340$
S	$4 \times 531 = 2124$
KS	$3 \times 134 = 402$
TS	$2 \times 0 = 0$
STS	$1 \times 0 = 0$
Σ	2866

Kategori tinggi

Hasil akumulatif menunjukkan nilai 2866. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu termasuk kedalam kategori tinggi. Artinya, Tayangan Modern Mom dapat memenuhi kebutuhan informasi para Ibu.

4.3 Analisis Statistik Inferensial (Pengujian Hipotesis Penelitian)

4.3.1. Hubungan antara Intensitas Menonton Tayangan Modern Moms Trans 7 (X_1) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Ibu (Y)

H_0 : Tidak terdapat hubungan antara intensitas menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu

H_1 : Terdapat hubungan antara intensitas menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu

Untuk mengetahui adanya hubungan antara Intensitas Menonton Tayangan Modern Moms Trans 7 (X_1) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Ibu (Y), maka dilakukan perhitungan koefisien korelasi dengan menggunakan koefisien korelasi Rank Spearman.

Tabel 4.32
Nilai Koefisien Korelasi Variabel X_1 dan Y

Keterangan	Hasil	Interpretasi
Hubungan antara Intensitas Menonton Tayangan Modern Moms Trans 7 (X_1) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Ibu (Y)	R_s hitung = 0.535 Nilai signifikan = 0.00 $\alpha = 0.05$	Terdapat hubungan antara intensitas menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan bantuan dari program SPSS, maka korelasi antara intensitas menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu didapat nilai

koefisien korelasi sebesar 0.535. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan yang ada, dapat dilihat dari pedoman koefisien korelasi sebagai berikut:

Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2012:184

Nilai koefisien korelasi sebesar 0.535 menunjukkan hubungan yang sedang antara intensitas menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu. Karena nilai koefisien korelasi positif (tanda +) artinya jika intensitas menonton tayangan Modern Moms Trans 7 naik, maka pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu pun akan naik. Begitu pula sebaliknya jika intensitas menonton tayangan Modern Moms Trans 7 menurun maka pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu pun akan menurun.

Statistik uji dalam analisis ini yaitu nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil korelasi intensitas menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu didapat 0.000 dan α yaitu 0.05. Dengan kriteria uji yaitu tolak H_0 jika nilai signifikansi (sig) < α sehingga $0.000 < 0.05$

artinya tolak H_0 dan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara intensitas menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu.

4.3.2 Hubungan antara Isi Pesan (Materi) Dalam Tayangan Modern Moms Trans 7 (X_2) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Ibu (Y)

H_0 : Tidak terdapat hubungan antara Isi pesan (materi) dalam tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu

H_1 : Terdapat hubungan antara isi pesan (materi) dalam tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu

Untuk mengetahui adanya hubungan antara ISI Pesan (materi) Dalam Tayangan Modern Moms Trans 7 (X_2) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Ibu (Y), maka dilakukan perhitungan koefisien korelasi dengan menggunakan koefisien korelasi Rank Spearman.

Tabel 4.33
Nilai Koefisien Korelasi Variabel X_2 dan Y

Keterangan	Hasil	Interpretasi
Hubungan antara Isi Pesan (materi) Dalam Tayangan Modern Moms Trans 7 (X_2) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Ibu (Y)	Rs hitung = 0.540 Nilai signifikan = 0.00 $\alpha = 0.05$	Terdapat hubungan antara isi pesan (materi) dalam tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan bantuan dari program SPSS, maka korelasi antara isi pesan (materi) dalam tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu didapat nilai koefisien korelasi sebesar 0.540. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan yang ada, dapat dilihat dari pedoman koefisien korelasi sebagai berikut:

Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2012:184.

Nilai koefisien korelasi sebesar 0.540 menunjukkan hubungan yang sedang antara isi pesan (materi) dalam tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu. Karena nilai koefisien korelasi positif (tanda +) artinya jika isi pesan (materi) dalam tayangan Modern Moms Trans 7 naik, maka pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu pun akan naik. Begitu pula sebaliknya jika isi pesan (materi) dalam tayangan Modern Moms Trans 7 menurun, maka pemenuhan kebutuhan informasi para ibu pun akan menurun.

Statistik uji dalam analisis ini yaitu nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil korelasi isi pesan (materi) dalam tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu didapat 0.000 dan α yaitu 0.05. Dengan kriteria uji yaitu tolak H_0 jika nilai signifikansi (sig) < α sehingga $0.000 < 0.05$ artinya tolak H_0 dan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara isi pesan (materi) dalam tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu.

4.3.3 Hubungan antara Hubungan Individu Dengan Isi Media Pada Tayangan Modern Moms Trans 7 (X_3) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Ibu (Y)

H_0 : Tidak terdapat hubungan antara hubungan individu dengan isi media pada tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu

H_1 : Terdapat hubungan antara hubungan individu dengan isi media pada tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu

Untuk mengetahui adanya hubungan antara Hubungan Individu Dengan Isi Media Pada Tayangan Modern Moms Trans 7 (X_3) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Ibu (Y), maka dilakukan perhitungan koefisien korelasi dengan menggunakan koefisien korelasi Rank Spearman.

Tabel 4.34
Nilai Koefisien Korelasi Variabel X_3 dan Y

Keterangan	Hasil	Interpretasi
Hubungan antara Hubungan Individu Dengan Isi Media Pada Tayangan Modern Moms Trans 7 (X_3) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Ibu (Y)	Rs hitung = 0.515 Nilai signifikan = 0.00 $\alpha = 0.05$	Terdapat hubungan antara hubungan individu dengan isi media pada tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan bantuan dari program SPSS, maka korelasi antara hubungan individu dengan isi media pada tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu didapat nilai koefisien korelasi sebesar 0.515. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan yang ada, dapat dilihat dari pedoman koefisien korelasi sebagai berikut:

Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2012:184.

Nilai koefisien korelasi sebesar 0.515 menunjukkan hubungan yang sedang antara hubungan individu dengan isi media pada tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu. Karena nilai koefisien korelasi positif (tanda +) artinya jika hubungan individu dengan isi media pada tayangan Modern Moms Trans 7 naik maka pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu pun akan naik. Begitu pula sebaliknya jika hubungan individu dengan isi media pada tayangan Modern Moms Trans 7 menurun maka pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu pun akan menurun.

Statistik uji dalam analisis ini yaitu nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil korelasi hubungan individu dengan isi media pada tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu didapat 0.000 dan α yaitu 0.05. Dengan kriteria uji yaitu tolak H_0 jika nilai signifikansi (sig) < α sehingga $0.000 < 0.05$ artinya tolak H_0 dan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara hubungan individu dengan isi media pada tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu.

4.3.4 Hubungan antara Menonton Tayangan Modern Moms Trans 7 (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Ibu (Y)

H_0 : Tidak terdapat hubungan antara menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu

H_1 : Terdapat hubungan antara menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu

Untuk mengetahui adanya hubungan antara Menonton Tayangan Modern Moms Trans 7 (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Ibu (Y), maka dilakukan perhitungan koefisien korelasi dengan menggunakan koefisien korelasi Rank Spearman.

Tabel 4.35
Nilai Koefisien Korelasi Variabel X dan Y

Keterangan	Hasil	Interpretasi
Hubungan antara Menonton Tayangan Modern Moms Trans 7 (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Ibu (Y)	Rs hitung = 0.636 Nilai signifikan = 0.00 $\alpha = 0.05$	Terdapat hubungan antara menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan bantuan dari program SPSS, maka korelasi antara menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu didapat nilai koefisien korelasi sebesar 0.636. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan yang ada, dapat dilihat dari pedoman koefisien korelasi sebagai berikut:

Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang

0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2012:184.

Nilai koefisien korelasi sebesar 0.636 menunjukkan hubungan yang kuat antara menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu. Karena nilai koefisien korelasi positif (tanda +) artinya jika menonton tayangan Modern Moms Trans 7 naik, maka pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu pun akan naik. Begitu pula sebaliknya jika menonton tayangan Modern Moms Trans 7 menurun, maka pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu pun akan menurun.

Statistik uji dalam analisis ini yaitu nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil korelasi menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu didapat 0.000 dan α yaitu 0.05. Dengan kriteria uji yaitu tolak H_0 jika nilai signifikansi (sig) < α sehingga $0.000 < 0.05$ artinya tolak H_0 dan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu.

4.4 Interpretasi Hasil Penelitian

Pada hakikatnya, manusia tidak bisa terlepas dari aktivitas komunikasi. Aktivitas komunikasi dilakukan manusia untuk memperoleh informasi, karena pada dasarnya manusia merupakan makhluk yang selalu ingin tahu dan haus akan

informasi. Mereka akan melakukan segala upaya dalam memperoleh informasi yang diinginkan dan dibutuhkan. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan komunikasi, baik dengan komunikasi antarpersonal, komunikasi kelompok atau dengan komunikasi massa.

Upaya yang cukup sering dilakukan manusia dalam memperoleh informasi adalah dengan komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan media tertentu sebagai saluran komunikasi. Terdapat berbagai jenis media massa yang digunakan, yaitu media elektronik dan media cetak.

Banyaknya jenis media massa menjadikan khalayak mempunyai banyak pilihan media. Khalayak dapat memilih media yang mereka sukai dan dinilai dapat memenuhi kebutuhannya. Televisi merupakan salah satu media yang digunakan sebagai fungsi hiburan dan informasi. Dengan karakteristiknya yaitu audi visual, televisi menjadi media yang dapat menjangkau segala usia dan segala lapisan masyarakat. Dengan karakteristik televisi itulah menjadikan komunikasi yang disampaikan melalui media televisi dapat lebih mudah diterima oleh khalayak sebagai komunikan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori *Uses and Gratifications*. Teori *Uses and Gratification* milik Blumer dan Katz ini menyatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses

komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya (Nurudin, 2009:192).

Teori ini memfokuskan perhatian pada audien sebagai konsumen media dan bukan pada pesan-pesan yang disampaikan. Teori ini menilai bahwa audien dalam menggunakan media berorientasi pada tujuan, bersifat aktif, sekaligus diskriminatif. Audien mengetahui kebutuhan mereka dan mengetahui serta bertanggung jawab terhadap pilihan mereka yang dapat memenuhi kebutuhan mereka tersebut. (Morissa, 2010:77)

Khalayak memiliki kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhi oleh media. Kebutuhan tersebut dikategorikan kedalam lima kategori kebutuhan yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.36
Kategori Kebutuhan Yang Dipenuhi Oleh Media

Tipe Kebutuhan	Deskripsi
Kognitif	Memperoleh informasi, pengetahuan dan pemahaman
Afektif	Pengalaman emosional, menyenangkan, atau estetis
Integrasi Personal	Meningkatkan kredibilitas, percaya diri, dan status
Integrasi Sosial	Meningkatkan hubungan dengan keluarga, teman dan lainnya
Pelepasan Ketegangan	Pelarian dan pengalihan

Sumber: Katz, Gurevitch & Haas, 1973 (dalam West & Turner, 2008:105)

Kebutuhan kognitif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan; juga

memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk menyelidiki kita. Kebutuhan afektif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan penegasan pengalaman-pengalaman yang estatis, menyenangkan, dan emosional. Kebutuhan integrasi personal adalah kebutuhan yang berkaitan dengan penegasan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri. Kebutuhan integrasi sosial adalah Kebutuhan yang berkaitan dengan penegasan kontak dengan keluarga, teman, dan dunia. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi. Kebutuhan pelepasan adalah kebutuhan yang berkaitan dalam upaya menghindarkan tekanan, ketegangan dan hasrat akan keanekaragaman.

Penggunaan media akan dilakukan khalayak untuk memenuhi kebutuhannya tersebut. Menurut Yusuf (1995:5) menyatakan bahwa kebutuhan informasi dapat diperoleh dengan penggunaan media massa. Dalam hal ini, penggunaan media massa yang dilakukan para Ibu adalah dengan menonton tayangan Modern Moms Trans 7 untuk memenuhi kebutuhan informasi seputar Si Kecil.

Rosengren menyatakan bahwa penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara khalayak dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (dalam Rakhmat, 2009:66).

Jumlah waktu yang digunakan berkaitan dengan intensitas menonton tayangan Modern Moms Trans 7. Jenis isi media berkaitan dengan isi pesan

(materi) dalam tayangan Modern Moms Trans 7. Hubungan individu dengan isi media berkaitan dengan keterkaitan antara para Ibu sebagai pengguna media dengan isi media dalam tayangan Modern Moms Trans 7.

Jika dilihat dari konten acaranya, tayangan Modern Moms Trans 7 adalah tayangan yang edukatif, namun dikemas secara menarik dan ringan sehingga informasi-informasi yang disampaikan mudah diterima oleh khalayaknya yaitu para Ibu. Informasi yang disampaikan merupakan informasi-informasi seputar Si Kecil yang disesuaikan dengan kebutuhan para Ibu.

Untuk itu, penelitian ini berusaha untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara menonton tayangan Modern Moms dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu.

4.4.1. Pembahasan Hubungan Antara Intensitas Menonton Tayangan Modern Moms Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Ibu

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai koefisien korelasi r_s sebesar 0.535. Hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan yang sedang antara intensitas menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu. Hubungan yang dihasilkan merupakan hubungan yang positif. Artinya, semakin tinggi intensitas menonton tayangan Modern Moms Trans 7 maka semakin tinggi pula pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu. Sebaliknya, semakin rendah intensitas menonton tayangan Modern Moms maka semakin rendah pula pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu. Intensitas menonton dengan pemenuhan kebutuhan informasi berjalan secara beriringan. Dari nilai

akumulatif perhitungan angket yang telah disebarakan kepada 57 orang responden, intensitas menonton para Ibu termasuk kedalam kategori tinggi.

Sesuai dengan teori *Uses and Gratifications* yang mengatakan bahwa khalayak memiliki peran aktif dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian, intensitas menonton merupakan salah satu wujud dari peran aktif khalayak untuk memenuhi kebutuhannya. orang mempunyai kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan yang dapat dipenuhi dengan (salah satu caranya), menggunakan (berlangganan, membaca, menonton atau mendengarkan) media massa (Hamidi, 2007:77). Seberapa besar kebutuhan khalayak, yang mengetahui adalah khalayak itu sendiri. Jadi, intensitas penggunaan media oleh khalayak pasti disesuaikan dengan seberapa besar kebutuhan yang ingin dipenuhi.

Intensitas menonton tayangan *Modern Moms* yang tinggi mengartikan bahwa kebutuhan informasi para Ibu terhadap informasi seputar Si Kecil merupakan kebutuhan yang besar. Intensitas menonton adalah sebagai upaya untuk memperoleh informasi sebagai pemenuhan kebutuhan.

4.4.2. Pembahasan Hubungan Antara Isi Pesan (Materi) Dalam Tayangan *Modern Moms* Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Ibu

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai koefisien korelasi r_s sebesar 0.540. Hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan yang sedang antara isi pesan (materi) dalam tayangan *Modern Moms Trans 7* dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu. Hubungan yang dihasilkan merupakan hubungan yang positif.

Artinya, semakin baik isi (kejelasan dan kelengkapan) pesan (materi) dalam tayangan Modern Moms, Trans 7 maka semakin tinggi pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu. Sebaliknya, semakin tidak baik isi (kejelasan dan kelengkapan) pesan (materi) yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms Trans 7, maka semakin rendah juga pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu. Isi pesan (materi) dan pemenuhan kebutuhan informasi berjalan beriringan. Dari nilai akumulatif perhitungan angket yang telah disebarakan kepada 57 orang responden, isi pesan (materi) dalam tayangan Modern Moms termasuk kedalam kategori sangat baik.

Pesan merupakan unsur penting dalam proses komunikasi. Dalam proses komunikasi massa, pesan yang disampaikan harus sejalan dengan fungsi komunikasi massa dan media massa, dimana pesan-pesan yang disampaikan kepada khalayak merupakan pesan yang informatif, mendidik dan dapat memengaruhi khalayak. Pesan itu terdiri dari dua aspek yaitu isi pesan dan lambang (Effendy, 2003:312).

Menurut Wahyudi (1994:15), pesan dapat dilihat dari kejelasan dan kelengkapan pesan. Kejelasan isi atau materi media maksudnya adalah informasi yang disampaikan tidak berbelit-belit dan mudah dicerna, kata-kata yang digunakan biasa, yang sudah diketahui umum (Soemirat & Ardianto, 2002:63). Untuk kelengkapan pesan, Nitisenitro (1982:144) menjelaskan bahwa kelengkapan isi pesan maksudnya adalah komunikasi yang disampaikan harus lengkap sehingga tidak menimbulkan keraguan bagi penerima komunikasi.

Tayangan Modern Moms Trans 7 sejauh ini telah menyampaikan pesan (informasi) dengan jelas dan lengkap. Hal ini dibuktikan dari hasil akumulatif jawaban dari responden yang menghasilkan pesan (informasi) tayangan Modern Moms Trans 7 kedalam kategori sangat baik. Informasi-informasi seputar Si Kecil yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms sudah jelas, karena disampaikan dengan tidak berbelit-belit dan bahasa yang digunakan mudah untuk dimengerti. Informasi-informasi yang disampaikan juga sudah lengkap karena dalam setiap episodenya, tayangan Modern Moms memberikan berbagai jenis informasi seputar Si Kecil dari kesehatan Si Kecil, gizi atau asupan makanan untuk Si Kecil, pendidikan Si Kecil, *Fashion* untuk Si Kecil dan info penting lainnya yang disertai dengan tips-tips yang diperagakan oleh *Host*. Isi pesan (materi) tayangan Modern Moms yang baik akan dapat memenuhi kebutuhan informasi para Ibu.

4.4.3. Pembahasan Hubungan Antara Hubungan Individu Dengan Isi Media Pada Tayangan Modern Moms Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Ibu

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai koefisien korelasi r_s sebesar 0.515. Hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan yang sedang antara hubungan individu dengan isi media dpada tayangan Modern Moms Trans 7 engan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu. Hubungan yang dihasilkan merupakan hubungan yang positif. Artinya, semakin baik hubungan individu dengan isi media pada tayangan Modern Moms Trans 7, maka semakin tinggi juga pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu. Sebaliknya, semakin tidak baik

hubungan individu dengan isi media pada tayangan Modern Moms maka semakin rendah juga pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu. Hubungan individu dengan isi media dengan pemenuhan kebutuhan informasi berjalan beriringan. Dari nilai akumulatif perhitungan angket yang telah disebarakan kepada 57 orang responden, hubungan individu dengan isi media pada tayangan Modern Moms Trans 7 termasuk kedalam kategori baik.

Hubungan individu dengan isi media merupakan keterkaitan berbagai hubungan antara individu pengguna media dengan isi media atau media secara keseluruhan. Setiap individu pengguna media tentunya mengharapkan kesesuaian dari isi media atau media tersebut. Setelah kesesuaian itu didapat, maka pengguna media akan memilih media tersebut sebagai media yang digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Kesesuaian ini dapat dilihat dari kecocokan terhadap isi media dan kepercayaan terhadap isi media.

4.4.4. Pembahasan Hubungan Antara Menonton Tayangan Modern Moms Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Ibu

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai koefisien korelasi r_s sebesar 0.636. Hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu. Hubungan yang dihasilkan merupakan hubungan yang positif. Artinya, semakin sering para Ibu menonton tayangan Modern Moms Trans 7, maka semakin tinggi pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu. Sebaliknya, semakin jarang para Ibu menonton tayangan Modern Moms Trans 7 maka semakin rendah

juga pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu. Menonton tayangan dengan pemenuhan kebutuhan informasi berjalan beriringan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Teori *Uses and Gratifications* yang tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri khalayak, tetapi tertarik pada apa yang dilakukan orang pada media, serta khalayak dianggap aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dari sini timbul istilah *uses and gratifications*, penggunaan dan pemenuhan kebutuhan. Dalam asumsi ini tersirat pengertian bahwa komunikasi massa berguna (*utility*), bahwa konsumsi media diarahkan oleh motif (*intentionality*), bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*), dan bahwa khalayak sebenarnya kepala batu (*stubborn*). Penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi. (Blumler dalam Rakhmat, 2009:65)

Menonton tayangan Modern Moms adalah wujud dari peran aktif para ibu guna memperoleh informasi-informasi seputar Si Kecil. Para ibu merupakan khalayak aktif dimana mereka selalu mencari informasi-informasi yang dibutuhkan. Terdapat alasan-alasan (motif) mengapa para ibu menonton tayangan ini.

Tayangan Modern Moms Trans 7 memberikan kontribusi sebesar 40.45% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu. Besar kontribusi tersebut diperoleh dari $r^2 \times 100\% = (0.636)^2 \times 100\% = 40.45\%$. Sedangkan 59.5% sisanya kontribusi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para Ibu diberikan

oleh variabel lain selain variabel yang terdapat dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini semakin memberikan kekuatan kepada teori *Uses and Gratifications*. Terujinya teori *Uses and Gratifications* di dalam penelitian ini dan beberapa penelitian sebelumnya yang telah peneliti bahas dalam studi penelitian terdahulu, menunjukkan kekuatan dari teori ini. Teori *Uses and Gratifications* telah melekat kepada aktivitas komunikasi masyarakat.

