

ABSTRAK

Saat ini stasiun televisi di tanah air banyak menayangkan acara *infotainment*. Salah satu tayangan *infotainment* yang terkenal di Indonesia adalah “Insert (Informasi Selebritis)”. Penelitian ini berjudul Hubungan Antara Tayangan Gosip Selebritis Insert Dengan Pemenuhan Kebutuhan Mahasiswa (Studi Korelasional di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara intensitas, isi tayangan, dan kredibilitas media Insert Dengan pemenuhan kebutuhan kognitif, diversifikasi (pelepasan) dan identitas personal mahasiswa. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Terpaan Media Rosengreen dan Teori *Uses & Gratifications* Model Blumler.

Metode penelitian yang digunakan yakni korelasional, yang bertujuan untuk meneliti hubungan diantara variabel-variabel dan sejauh mana variabel satu berkaitan dengan variabel lain. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fikom Unisba angkatan 2008, 2009, dan 2010. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yakni Sampling Berstrata (*Stratified Sampling*), dengan mengambil batas kesalahan 10%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 56 orang.

Hasil penelitian menunjukkan nilai korelasi sebesar 0.767 yang berarti adanya hubungan kuat yang berarti (*reliable*) antara tayangan gosip selebritis Insert Dengan pemenuhan kebutuhan mahasiswa. Semua indikator yang saling berhubungannya memiliki nilai korelasi dengan tingkatan yang cukup berarti.

Kata Kunci: Infotainment, Terpaan Media, Pemenuhan Kebutuhan

ABSTRACT

*Nowadays the TV stations often show tv program called infotainment. One of the famous infotainment program in Indonesia is Insert which is shorten words of “Informasi and Selebritis”. The title of this research is *The Relationship Between Insert an Infotainment Program and The Fulfillment of Student’s Need (A Correlational Study of The Student of Faculty of Communication Science of Bandung Islamic University)*. The aim of this research is to know the correlation between the intensity, the content of message, and media’s credbility of Insert and the fulfillment needs of cognitive, diversion, and personal identity. Media Exposure Theory From Rosengreen and Uses & Gratification From Blumler used in this research.*

The method used in this research is correlational, which has purpose to examine the relationship among some variables of the research. The population of this research are the students of Faculty of Communication Science of Bandung Islamic University which were in taked in 2008, 2009 and 2010. The sampling technique used is Stratified Sampling with 10% failure limit, so the sample are 56 students.

The result was that the correlation’s score was 0.767 which meant that there’s a strong / reliable relationship between Insert an infotainment program and the fulfillment of student’s needs. All of indicators from variable X and Y were related each other with a good score.

Keywords: *Infotainment, Media Exposure, Fulfillment Needs*