

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sebagai makhluk sosial, manusia setiap harinya tidak terlepas dari aktivitas komunikasi. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari *komunikator* selaku penyampai pesan kepada *komunikan* selaku penerima pesan. Aktivitas komunikasi ini dilakukan manusia untuk memperoleh informasi. Pada dasarnya, manusia merupakan makhluk yang selalu ingin tahu dan haus informasi. Mereka akan melakukan pencarian sebagai upaya memperoleh informasi. Proses pencarian informasi ini dapat dilakukan dengan berkomunikasi dengan orang lain atau melalui media massa sebagai saluran komunikasi.

Di era modern seperti saat ini, setiap orang tidak akan pernah lepas dari peran media massa dalam berbagai situasi, baik digunakan untuk memperoleh pengetahuan, wawasan dan informasi atau sebagai hiburan semata. Perkembangan zaman menuntut setiap orang untuk terus memperbaharui pengetahuannya dengan informasi-informasi terbaru. Informasi saat ini merupakan suatu kebutuhan. Media massa merupakan sarana atau saluran yang digunakan dalam proses komunikasi massa, yang banyak digunakan sebagai media pencarian informasi. Terdapat berbagai jenis media massa diantaranya surat kabar, majalah, radio, televisi, dan media internet. Masing-masing jenis media massa tersebut memiliki ciri dan karakteristik yang berbeda-beda. Diantara semua itu, televisi yang mempunyai kelebihan di dalam audio dan visual. Kelebihan inilah yang

memudahkan khalayaknya menerima, memahami dan menangkap pesan serta informasi yang ada.

Televisi memang mempunyai daya tarik tersendiri sebagai media massa. Semua orang dapat menjangkau informasi yang disajikan televisi. Semenjak kehadirannya, pengguna televisi semakin meningkat. Televisi hadir sebagai media yang universal karena dapat menginformasikan secara audio visual. Bahkan televisi bisa menjadi sumber informasi utama yang digunakan karena hampir setiap rumah bahkan memiliki lebih dari satu televisi.

Dalam suatu literatur disebutkan bahwa di Amerika hasil survei secara konsisten menyatakan bahwa sebagian besar orang memiliki televisi sebagai sumber utama berita dan rata-rata dalam setiap rumah televisi menyala tujuh jam setiap harinya.

Kehidupan manusia memang tidak dapat terlepas dari kehadiran televisi. Baik di negara maju atau berkembang sama-sama menjadi konsumen televisi, walaupun di tiap-tiap negara tentunya memiliki tingkat menonton televisi yang berbeda-beda. Akan tetapi setidaknya, mereka masih menjadikan televisi sebagai media utama sumber informasi dan hiburan mereka setiap harinya.

Sebagai negara berkembang, Indonesia termasuk salah satu negara yang mempunyai tingkat menonton televisi yang tinggi. Faktanya, dari data yang dikutip dari Jurnal Komunikasi UNDIP yang berjudul *Pengaruh Intensitas Menonton Televisi dan Komunikasi Orang Tua-Anak terhadap Kedisiplinan anak dalam Mentaati Waktu Belajar* (Arista, 2010:1) diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1.1
Tabel Data Jumlah Jam Menonton Televisi¹

No	Negara	Jam Menonton
1	Indonesia	1.500 jam/tahun
2	Inggris	18 jam/minggu
3	Prancis	17 jam/minggu
4	Swedia	12 jam/minggu
5	Amerika	1,500 jam/tahun

Tingkat menonton televisi yang cukup tinggi, mendorong perkembangan industri pertelevisian Indonesia semakin cepat. Televisi hadir di Indonesia pada tahun 1962 yang dipelopori oleh Televisi Republik Indonesia (TVRI). Perkembangan pertelevisian Indonesia semakin marak ketika pemerintah mulai memberikan izin pada televisi swasta untuk mengudara pada tahun 1989. Stasiun televisi swasta pertama adalah RCTI, kemudian diikuti kemunculan televisi-televisi swasta lain seperti SCTV, TPI (MNC TV), Indosiar, ANTV, Trans TV, Trans 7, TV One, Global TV, NET TV, dan masih banyak televisi swasta lainnya yang terus bermunculan hingga saat ini.

Pertumbuhan industri pertelevisian tentunya menimbulkan persaingan yang cukup kuat diantara masing-masing stasiun televisi. Stasiun televisi berlomba-lomba menyajikan program-program yang dapat menarik perhatian khalayaknya. Idealnya, program-program yang ditayangkan harus bermanfaat

¹ <http://core.ac.uk/download/pdf/11723795.pdf>

bagi para khalayaknya, baik dari segi pengetahuan dan wawasan serta dalam segi hiburan.

Televisi sebagai bagian dari komunikasi massa, tentunya harus senantiasa memegang nilai-nilai dalam fungsi komunikasi massa. Menurut Effendy (1993) terdapat tiga fungsi komunikasi massa yaitu, fungsi informasi, fungsi pendidikan dan fungsi memengaruhi (dalam Ardianto dkk, 2007:18). Fungsi informasi merupakan fungsi paling penting dalam komunikasi massa. Segala kegiatan komunikasi massa, termasuk kegiatan komunikasi massa yang dilakukan melalui media televisi harus terdapat unsur informasi. Sebagai media massa elektronik, televisi mempunyai kekuatan besar dalam mempengaruhi masyarakat. Oleh karena itu televisi sangat diharapkan untuk dapat mempengaruhi masyarakat kedalam hal-hal yang positif.

Trans 7 merupakan salah satu stasiun televisi swasta di Indonesia yang selalu menyajikan program-program tayangan yang informatif dan dikemas secara kreatif dan menarik. Trans 7 hadir dengan komitmen menayangkan tayangan yang informatif dan menghibur di layar kaca Indonesia. Sebagai stasiun televisi masa kini, Trans 7 mengutamakan program-program yang dapat mencerdaskan dan mendidik masyarakat. Ada banyak program-program tayangan unggulan Trans 7 yang disukai para penontonnya. Sejak berada dalam naungan Trans Corp Group, Trans 7 semakin sukses memuaskan hati para khalayaknya dengan terus menyajikan tontonan-tontonan yang berbeda dengan stasiun tv lainnya. Jika kita amati, program-program yang diproduksi Trans 7 memang lebih banyak program-program dalam jenis informasi. Sebagai cermin televisi masa depan, Trans 7

menjadikan dirinya sebagai kekuatan untuk menggiring perubahan masyarakat yang lebih baik. Terdapat banyak prestasi yang diraih Trans 7 dari program-program yang diproduksinya. Prestasi yang diraih terutama dari program-program informasi, inspiratif dan edukasi. Dengan banyaknya prestasi tersebut, peneliti melihat bahwa Trans 7 merupakan stasiun televisi yang berkualitas diantara stasiun televisi lainnya.

Salah satu misi Trans 7 yaitu menjadi wadah ide dan aspirasi guna mengedukasi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Misi tersebut tentunya diwujudkan dengan memberikan tayangan-tayangan terbaik dan mengedukasi. Program-program tayangan edukasi yang diproduksi mencakup segala bidang, diantaranya bidang kebudayaan, pengetahuan anak, serta pengetahuan ibu dan anak. Salah satu program yang informatif dan penuh edukasi adalah Modern Moms Trans 7 (*Moms and Kids*).

Modern Moms merupakan sebuah program tayangan *edutainment* yang dikemas secara menarik dan modern. Program ini mencoba memberikan informasi-informasi yang berkaitan dengan dunia anak, dimana konten-konten acaranya mencoba memberikan tips-tips dan informasi kepada para ibu tentang anak. Tips-tips dan informasi-informasi yang disampaikan disesuaikan dengan perkembangan di era modern seperti saat ini. Sasaran dari program ini adalah para ibu. Dengan dipandu oleh *host-host* yang juga para ibu muda yaitu Dian Ayu Lestari dan Mona Ratuliu, program ini menjadi lebih apik dan menarik. Dari hasil pengamatan peneliti, Trans 7 lah yang masih memproduksi tayangan edukasi *moms and kids* seperti ini.

Di zaman modern seperti saat ini, para ibu membutuhkan tayangan edutainment seperti ini. Dibandingkan membaca buku tentang anak, menonton tayangan seperti ini jauh lebih mudah dipahami. Hal ini karena kelebihan televisi yaitu *audio visual*, sehingga informasi yang disampaikan lebih cepat diserap.

Masyarakat Indonesia khususnya para ibu memang membutuhkan sebuah tayangan edukasi mengenai segala hal yang bersangkutan dengan bagaimana mengurus anak, mendidik, dan memberikan gizi serta asupan yang baik untuk anak, terutama di masa-masa emas pertumbuhan anak yaitu dari 0-5 tahun. Sebagai negara yang mempunyai angka tingkat kelahiran yang tinggi, di Indonesia tentunya banyak para ibu yang membutuhkan pengetahuan tentang anak. Apakah tayangan Modern Moms dapat memenuhi kebutuhan informasi para ibu seputar *Si Kecil*?

Yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah para ibu di lingkungan Posyandu di Kecamatan Margahayu yang menonton tayangan Modern Moms Trans 7. Posyandu di wilayah Kecamatan Margahayu dinilai peneliti dapat mewakili pendapat para ibu tentang tayangan Modern Moms Trans 7. Dari beberapa Kecamatan yang ada di Kabupaten Bandung, Kecamatan Margahayu dipilih sebagai populasi dengan alasan bahwa posyandu-posyandu di lingkungan Kecamatan Margahayu adalah posyandu yang aktif dan memiliki prestasi. Peneliti memandang bahwa lingkup pemenuhan kebutuhan informasi para ibu tentang anak berada dalam lingkup Posyandu. Posyandu dipilih karena kegiatan yang dilakukan di dalam lingkungan posyandu merupakan kegiatan yang

berkaitan dengan pelayanan yang mencakup ibu dan anak. Informasi-informasi yang disampaikan juga mengenai perkembangan anak, gizi anak dll.

Dalam penelitian ini, peneliti menjadikan teori *uses and gratification* sebagai acuan dari penelitian. Teori ini berasumsi bahwa 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).

Maka dari itu, peneliti tertarik untuk meneliti sejauhmana hubungan antara tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu tentang anak. Apakah tayangan Modern Moms Trans 7 mampu memenuhi kebutuhan informasi para ibu tentang anak? Untuk mengetahuinya, diperlukan penelitian yang akan dilakukan peneliti.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian yang telah dibahas sebelumnya maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai hubungan tayangan Modern Moms Trans 7. Yang dijadikan dalam penelitian ini dan dari latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk menarik rumusan masalah, yakni

“Bagaimana Hubungan Antara Menonton Tayangan Modern Moms Trans 7 dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Ibu?”

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan perumusan masalah yang telah penulis kemukakan, maka penulis mengidentifikasi masalah yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan antara intensitas menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu?
2. Apakah terdapat hubungan antara isi pesan tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu?
3. Apakah terdapat hubungan antara hubungan individu dengan isi media pada tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hubungan antara Intensitas menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu.
2. Untuk mengetahui hubungan antara isi pesan dalam tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu.
3. Untuk mengetahui hubungan antara hubungan individu dengan isi media pada tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat memberikan masukan dan dapat memperdalam pengetahuan juga teori yang berhubungan dengan studi ilmu komunikasi secara umum. Penelitian ini juga lebih memberikan wawasan dan pengetahuan baru bagi peneliti terhadap fenomena dan realita sosial yang ada di masyarakat yang menarik untuk diteliti. Penelitian ini juga berguna sebagai pengujian dari suatu teori komunikasi.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Untuk Peneliti

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti adalah untuk mengetahui keterkaitan antara hubungan antara menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan informasi para ibu seputar *Si Kecil* (buah hati).

2. Untuk Universitas

Penelitian ini berguna bagi mahasiswa Universitas Islam Bandung, program Ilmu Komunikasi secara khusus sebagai literatur dan sumber tambahan dalam memperoleh informasi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian yang sama.

3. Untuk Trans 7

Penelitian ini diharapkan berguna bagi Trans 7 sebagai gambaran untuk selalu menyajikan tayangan-tayangan yang berkualitas,

bermanfaat dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Terutama tayangan-tayangan yang dapat mengedukasi masyarakat dan memberi informasi, wawasan dan pengetahuan baru kepada masyarakat.

1.6 Ruang Lingkup dan Pengertian Istilah

1.6.1 Ruang Lingkup

Untuk menghindari kesimpangsiuran dalam pembahasan, maka penulis memberikan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Masalah yang diteliti bagaimana hubungan antara menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu. Bagaimana intensitas menonton tayangan Modern Moms Trans 7, isi pesan (materi) dalam tayangan, dan hubungan individu dengan isi media pada tayangan Modern Moms Trans 7 dapat memenuhi kebutuhan informasi para ibu seputar *Si Kecil* (buah hati).
2. Tayangan televisi yang akan dijadikan bahan penelitian adalah tayangan Modern Moms Trans 7.
3. Populasi dalam penelitian ini adalah para ibu dari lingkungan Posyandu di Kecamatan Margahayu.
4. Pemenuhan kebutuhan informasi yang diteliti meliputi kebutuhan informasi para ibu seputar *Si Kecil* (buah hati).

5. Periode tayangan yang diteliti yaitu tayangan Modern Moms Trans 7 bulan April 2015-Mei 2015
6. Penelitian ini dilakukan dari bulan Maret 2015-Juli 2015

1.6.2 Pengertian Istilah

Untuk mendapatkan pemahaman dalam permasalahan ini, penulis menjelaskan istilah-istilah sebagai berikut:

- a) Hubungan adalah keterkaitan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain.. Dalam hal ini adalah variabel terikat dengan variabel bebas. (Rakhmat, 2009:27)
- b) Informasi adalah data yang diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau masa mendatang. (Davis dalam Kadir, 2003:283)
- c) Televisi merupakan salah satu jenis media massa elektronik yang bersifat audio visual, direct, dan dapat membentuk sikap. (Ardianto,2007:125)
- d) Modern Moms Trans 7 merupakan sebuah program tayangan edukasi yang konten acaranya berisi informasi-informasi dan tips-tips yang berkaitan dengan bagaimana mengurus anak, mendidik, dan memberikan gizi yang baik kepada anak. Informasi yang disampaikan dikemas secara kreatif, menarik serta mudah dipahami oleh para penontonnya.

- e) Kebutuhan Informasi adalah kebutuhan kognitif manusia yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. (Effendy, 2003:294)
- f) Ibu menurut *Kamus Bahasa Indonesia* adalah orang tua perempuan (Suharto, 2004:105).
- g) Posyandu adalah adalah suatu wadah alih teknologi dalam pelayanan kesehatan masyarakat dan Keluarga Berencana dari masyarakat, oleh masyarakat, dan untuk masyarakat dengan dukungan pelayanan serta pembinaan teknis dari petugas kesehatan dan keluarga berencana yang mempunyai nilai strategis untuk pengembangan sumber daya manusia sejak dini. (Seming dalam kajianpustaka.com, diakses Sabtu, 22 Agustus 2015 pukul 20.00)

1.7 Kerangka Pemikiran

Banyaknya jenis media massa menjadikan khalayak mempunyai banyak pilihan media. Khalayak dapat memilih media yang mereka suka 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.

Perkembangan pertelevisian Indonesia yang begitu cepat menimbulkan persaingan yang ketat diantara stasiun-stasiun televisi. Stasiun televisi berlomba-lomba untuk menarik perhatian khalayak dengan menyajikan tayangan-tayangan yang dapat disukai dan dinilai dapat memenuhi kebutuhan khalayaknya. Tayangan yang disajikan tentunya bukan hanya dapat menghibur tetapi juga dapat memberikan informasi, pengetahuan yang dapat mendidik masyarakat.

Penelitian ini bertujuan mengetahui penggunaan media dan pemenuhan kebutuhan informasi. Dalam hal ini, media yang digunakan adalah tayangan *Modern Moms Trans 7* dan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu seputar *Si Kecil* (buah hati)

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Uses and Gratification*. Teori ini mengasumsikan bahwa 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).

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).

Sementara itu, menurut Katz, Blumer dan Guveritch (dalam Ardianto, 2007:74) menjelaskan mengenai asumsi dari teori *Uses and Gratification* yaitu:

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

Sebagai manusia, kita memimiliki banyak kebutuhan. Dari teori ini, dapat dianalisis beberapa kebutuhan manusia. Pertama kebutuhan kognitif, kebutuhan kognitif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan. Kedua, kebutuhan afeksi adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dalam emosional. Ketiga adalah kebutuhan pribadi secara integratif, yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan kredibilitas,

kepercayaan, stabilitas, dan situasi individual. Yang keempat adalah kebutuhan sosial secara integratif, yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan kontak dengan keluarga, teman dan dunia. Kelima, yaitu kebutuhan pelepasan merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan dan hasrat akan keanekaragaman (Nurudin, 2009:194).

Berbicara mengenai penggunaan media, 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).

Variabel X dalam penelitian ini yaitu Menonton Tayangan Modern Moms Trans 7. Berdasarkan penjelasan dari Rosengren mengenai penggunaan media, maka dapat diasumsikan penggunaan media dibagi menjadi tiga indikator yaitu intensitas penggunaan media, isi pesan (informasi media, dan hubungan individu dengan isi media.

a. Intensitas

Intensitas penggunaan media berkaitan dengan jumlah waktu yang digunakan dalam menggunakan media yang terdiri dari frekuensi dan durasi (Effendy, 1989:147).

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).

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*).

Dalam penelitian ini, unsur yang akan diukur adalah seberapa sering dan seberapa lama waktu yang digunakan para ibu untuk menonton tayangan Modern Moms Trans 7.

b. Isi Pesan (materi isi)

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). Isi pesan itu dibagi menjadi dua komponen yaitu kejelasan informasi dan kelengkapan informasi.

Komponen pertama yaitu 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).

Komponen kedua dari isi pesan yaitu kelengkapan isi pesan atau materi media maksudnya, informasi yang disampaikan harus lengkap, tidak hanya satu jenis informasi sehingga tidak menimbulkan keraguan bagi khalayak. Artinya, isi pesan/informasi disajikan secara menyeluruh dan mendetail sehingga isi pesan dapat dipahami dengan baik.

c. Hubungan Individu dengan Isi Media

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 yang menggunakan media tentunya mengharapkan kenyamanan dan kesesuaian dari media tersebut. Jika hal itu sudah didapat, maka individu tersebut akan menggunakan media tersebut dan menggunakan waktunya untuk mengonsumsi isi media. Setelah

menggunakan media tersebut, maka akan timbul hubungan individu dengan isi media.

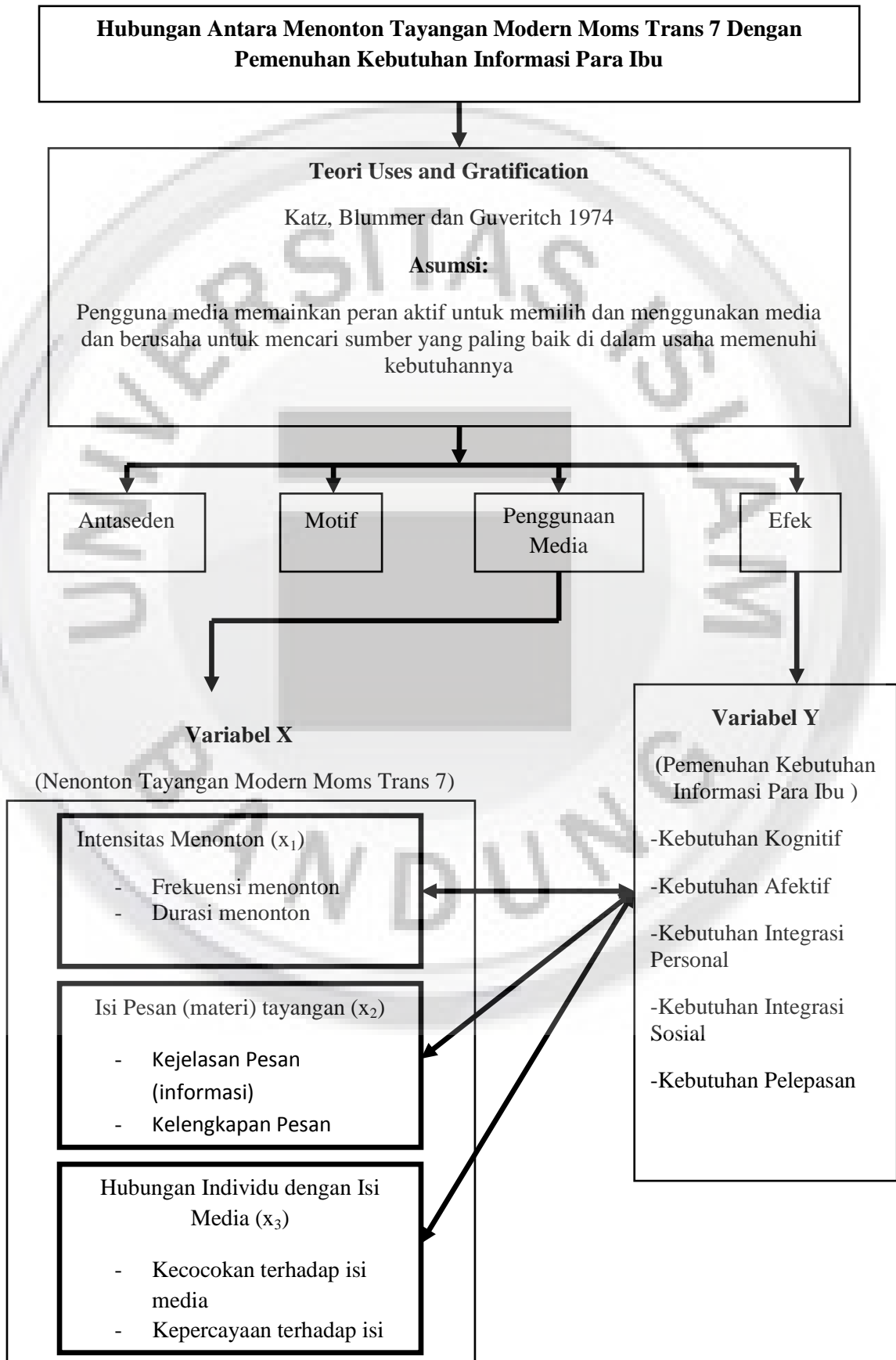
Bila muncul rasa kenyamanan dan kesesuaian setelah menggunakan media tersebut dapat dikatakan bahwa keduanya telah terjalin suatu hubungan yang positif. Begitu pula sebaliknya, jika individu merasa tidak menimbulkan kenyamanan dan kesesuaian setelah menggunakan media maka akan timbul suatu hubungan yang negatif.

Dalam variabel hubungan individu dengan isi media terbagi menjadi dua indikator yaitu kecocokan terhadap informasi dan kepercayaan terhadap informasi dalam tayangan Modern Moms Trans 7.

Variabel Y dalam penelitian ini yaitu pemenuhan kebutuhan informasi. Penggunaan media oleh khalayak adalah untuk memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan individu (*individual needs*) dikelompokkan sebagai *cognitive needs*, *affective needs*, *personal integrative needs*, *social integrative needs*, dan *escapist needs* (Effendy, 2003:294).

Hasil penggunaan media yang diharapkan adalah terpenuhinya kebutuhan informasi. Kebutuhan informasi merupakan aspek kognitif yang berusaha dipenuhi dengan menonton tayangan Modern Moms Trans 7. Tetapi berdasarkan observasi, secara keseluruhan tayangan ini juga dapat memenuhi kebutuhan kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, serta pelepasan para ibu.

Gambar 1.1
Bagan Kerangka Pemikiran



1.8 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara yang memerlukan pengujian secara empiris. Untuk menjawab permasalahan-permasalahan yang telah diidentifikasi dapat disusun hipotesis induk sebagai berikut:

$H_0 : \rho = 0$ Tidak terdapat hubungan antara menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu

$H_1 : \rho \neq 0$ Terdapat hubungan antara menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan para ibu

Sub Hipotesis

$H_0 =$ 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

$H_0 =$ 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

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

