

MOTIF DALAM MENONTON PROGRAM VARIETY SHOW RUNNING MAN

Marlia Rahmadhani¹, IisKurniaNurhayati SS., M. Hum²
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi
danBisnis, Universitas Telkom

Jl. Telekomunikasi Terusan Buah Batu, Bandung, Jawa Barat 40257

¹Marliarahmadhani@gmail.com ²Iiskurnian@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan terkait oleh masuknya Korean Wave Trend di Indonesia dimana tidak hanya boyband dan girlband serta drama Korea yang disukai oleh khalayak Indonesia namun program Variety Show Korea juga mulai digemari oleh khalayak Indonesia. Peneliti memilih salah satu program Variety Show Korea yang digemari oleh khalayak Indonesia yaitu program Variety Show Running Man. Hal tersebut dikarenakan program Variety Show Running Man sendiri bahkan sudah melakukan shooting dan fanmeeting di Indonesia. Teori yang melandasi penelitian ini yaitu teori Uses and Gratification. Teori ini mengasumsikan bahwa khalayaklah yang berperan aktif dalam memilih media yang ingin dikonsumsi. Dari teori tersebut muncul variabel motif dan kajian tentang motif pada penelitian ini yaitu menggunakan motif menurut Mc Quail. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode survei dengan tipe analisis deskriptif dan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif informasi, motif identitas pribadi dan motif integrasi dan interaksi sosial termasuk dalam kategori tinggi sedangkan motif hiburan termasuk ke dalam kategori sangat tinggi.

Kata kunci: Motif, Variety Show, Running Man

Abstract

The research was conducted due to the Korean Wave Trend in Indonesia where not only boyband, girlband and Korean dramas favored by the Indonesian audience but these days the Korean Variety Show program also to be favored by Indonesian audience. Therefore, researcher chose one of the Korean Variety Show programs which favored by the Indonesia audience called Running Man Variety Show. It's because that program was taken an Indonesian episode and also organized a fanmeeting in Indonesia. The theory used in this research is Uses and Gratification. The theory assumes that audiences have active role in selecting the media which they want to consume . From this theory there is a variable called motif and the research of the motif in this research used motif according to Mc Quail Theory. The method used in this study is a survey method with the type of descriptive analysis and quantitative approach. According to result of research found that the motif of information , personal identity motif and integration motif and social interaction are in the high category , while entertainment motif is in the very high category.

Key word: Motif, Variety Show, Running Man

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Saat ini keberadaan media massa sudah menjadi sebuah bagian yang tidak bisa dipisahkan dari masyarakat dan media massa sendiri dapat menjangkau massa dengan jumlah yang besar. Salah satu media massa yang sangat dibutuhkan masyarakat adalah televisi. Televisi bersifat audible dan visible yaitu dapat dilihat dan dapat didengar serta terdapat program-program yang dihadirkan televisi mulai dari berita, Talk Show, Reality Show, Infotainment, Variety Show dan program-program lainnya. Program tersebut lalu menyatu untuk menarik perhatian khalayak dan khalayak tersebut yang menentukan program apa yang mereka pilih sesuai dengan kebutuhan masing-masing khalayak tersebut.

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi media massa juga mengalami perkembangan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut. Dengan adanya perkembangan media massa tersebut terjadi integrasi antara satu media dengan media lain yang disebut konvergensi media. Konvergensi media menggabungkan beberapa media tradisional seperti radio, televisi, koran, majalah, dan film yang digabungkan menjadi sebuah paket baru yang disebut new media yaitu internet. New media mengarah pada kehadiran media yang dianggap baru dari sebelumnya yaitu dari era media cetak, seperti majalah sebagai media konvensional menjadi blog sebagai media baru (New Media). Contoh new media lainnya saat ini adalah menonton dengan sambungan internet atau yang disebut video streaming bahkan kini video tersebut dapat diunduh secara gratis. Di Indonesia sendiri telah terdapat teknologi video streaming dan pengunduhan video, pengguna internet di Indonesia yang melakukan pengunduhan dan menonton secara streaming yaitu sebanyak 23%. (sumber: <http://telkomspeedy.com> diakses pada tanggal 2 September pukul 20.59)

Dengan adanya teknologi tersebut kini khalayak dapat menonton tayangan dalam negeri maupun luar negeri. Bersamaan dengan hal itu muncul Hallyu Wave yaitu berkembangnya industri hiburan Korea Selatan ke berbagai negara tidak terkecuali Indonesia. Hallyu Wave tidak hanya meliputi boyband dan girlband serta drama Korea namun saat ini program Variety Show Korea juga sudah mulai mencuri perhatian khalayak di Indonesia. Salah satu program Variety Show Korea adalah program Variety Show Running Man. Di Indonesia sendiri khalayak dapat menonton program Variety Show ini dengan memanfaatkan teknologi yang berkaitan dengan konvergensi media yaitu menggunakan teknologi pay TV (televisi berbayar), streaming dan mengunduh setiap episodenya. Salah satu program Variety Show Korea adalah program Variety Show Running Man, di Indonesia sendiri khalayak menonton program Variety Show ini dengan cara menggunakan teknologi pay TV (televisi berbayar), streaming dan mengunduh setiap episodenya. Peneliti memilih program Variety Show Running Man sebagai objek penelitian hal tersebut disebabkan antara lain Variety Show Running Man menjadi Variety Show Korea pertama dan satu-satunya yang ditayangkan di stasiun televisi nasional Indonesia, saat ini penonton Running Man Indonesia

dapat menonton program Variety Show Running Man yang ditayangkan di salah satu stasiun televisi swasta yaitu Rajawali TV, program tersebut akan tayang setiap hari Sabtu dan Minggu pukul 16.30 WIB.

Selain itu, penonton program Variety Show Running Man sendiri tidak hanya dari Korea saja, terdapat banyak penonton yang berasal dari negara-negara lain. Hal tersebut terlihat ketika para pemain program Variety Show Running Man mengunjungi beberapa negara seperti Thailand, Hongkong, Vietnam, Australia dan tidak terkecuali di Indonesia. Pada episode di luar negeri tersebut, terlihat antusiasme dari para penggemar yang menonton program Variety Show Running Man yang berada di luar negara Korea itu sendiri. Disamping itu, pemain Variety Show Running Man akan datang kembali ke Indonesia untuk melakukan fanmeeting di Indonesia. Subjek penelitian dari penelitian ini yaitu pengikut akun twitter @Rmbdgingonesia dimana jumlah pengikut akun twitter @Rmbdgingonesia sudah berjumlah 3.474 followers. Setiap khalayakpun memiliki motif yang berbeda-beda dalam menggunakan suatu media, hal tersebut juga terjadi pada pengikut akun twitter @Rmbdgingonesia dimana dalam kehomogenan mereka ketika sama-sama menyukai suatu program Variety Show sebenarnya terdapat motif yang heterogen.

Hal tersebut sesuai dengan kategori motif dalam penggunaan media massa yaitu kategori motif menurut Mc Quail yang meliputi motif informasi, identitas personal, integritas dan interaksi sosial dan hiburan. Berdasarkan paparan di atas, motif pengikut akun twitter @Rmbdgingonesia dalam menonton program Variety Show Running Man merupakan fenomena yang layak untuk diteliti. Berdasarkan beberapa hal di atas, peneliti ingin meneliti bagaimana motif dalam menonton Program Variety Show Running Man Pada Pengikut Akun Twitter @Rmbdgingonesia?

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana motif informasi pengikut akun twitter @Rmbdgingonesia dalam menonton program Variety Show Running Man?
2. Bagaimana motif identitas personal pengikut akun twitter @Rmbdgingonesia dalam menonton program Variety Show Running Man?
3. Bagaimana motif integratif dan interaksi sosial pengikut akun twitter @Rmbdgingonesia dalam menonton program Variety Show Running Man?
4. Bagaimana motif hiburan pengikut akun twitter @Rmbdgingonesia dalam menonton program Variety Show Running Man?

Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui motif informasi pengikut akun twitter @RMBdgIndonesia dalam menonton program Variety Show Running Man.
2. Untuk mengetahui motif identitas personal pengikut akun twitter @RMBdgIndonesia dalam menonton program Variety Show Running Man
3. Untuk mengetahui motif integrasi dan interaktif sosial motif informasi pengikut akun twitter @RMBdgIndonesia dalam menonton program Variety Show Running Man.
4. Untuk mengetahui motif hiburan pengikut akun twitter @RMBdgIndonesia dalam menonton program Variety Show Running Man.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei dengan tipe analisis deskriptif dan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. (Sugiyono, 2012:24) Metode survei pada penelitian ini menggunakan alat bantu berupa kuesioner yang dibagikan kepada responden, konsep motif dalam penggunaan media massa dibagi menjadi 4 kategori yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial dan motif hiburan.

Subjek Penelitian

Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengikut akun twitter @RMBdgIndonesia, seperti yang telah dipaparkan pada bab I pendahuluan dalam penelitian ini akun twitter @RmbdgIndonesia telah memiliki pengikut yang berjumlah 3.474 pengikut sehingga para pengikut akun @RMBdgIndonesia tersebut layak dijadikan sebuah subjek penelitian. Pada penelitian ini populasi yang diteliti merupakan pengikut akun twitter @RmbdgIndonesia.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik, pada penelitian ini penulis menggunakan studi deskriptif. Oleh karena itu, penulis menggunakan teknik analisis data statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. (Sugiyono,2012:147)

Data yang telah peneliti kumpulkan dalam penelitian ini kemudian dimasukkan ke dalam tabulasi data yang selanjutnya dimasukkan ke dalam tabel frekuensi. Berdasarkan tabel frekuensi tersebut, data lalu dianalisis secara deskriptif.

2. LANDASAN TEORI

Teori Uses and gratification

Menurut Rakhmat (2009:63), pada teori uses and gratification terdapat asumsi-asumsi dasar, yaitu:

- 1) Khalayak dianggap aktif; artinya sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
- 2) Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak.
- 3) Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan.
- 4) Banyak tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak; artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.
- 5) Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

Dengan adanya lima asumsi diatas dapat diartikan bahwa menurut teori uses and gratifications khalayaklah yang berperan aktif dalam menentukan jenis media massa yang mereka inginkan guna memenuhi kebutuhan-kebutuhan khalayak akan konsumsi media massa, hal tersebut menyebabkan media massa berlomba-lomba untuk dapat memenuhi kebutuhan para khalayak sebagai konsumen media massa.

Dalam teori komunikasi media massa, terdapat empat variabel yaitu variabel antesenden, variabel motif, variabel penggunaan media dan variabel efek. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel motif.

Motif Menurut Mc Quail

Untuk dapat mengetahui motif pengikut akun twitter dalam menonton program Variety Show Running Man, maka peneliti menggunakan jenis-jenis motif oleh McQuail. Menurut McQuail dalam penggunaan media massa, khalayak juga memiliki motif tersendiri. Kategori motif tersebut yaitu (Angkari,2013:40):

1. Motif informasi yaitu kebutuhan akan informasi lingkungan sekitar dan eksplorasi realitas.

2. Motif identitas personal/pribadi yaitu motif yang mendorong seseorang menggunakan media untuk menonjolkan sesuatu yang penting dalam hidupnya sendiri.
3. Motif integrasi dan interaksi sosial yaitu motif yang mendorong seseorang menggunakan media demi kelangsungan hubungannya dengan orang lain.
4. Motif diversifikasi atau hiburan yaitu kebutuhan akan pelepasan dari ketegangan dan kebutuhan akan hiburan.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 . Hasil Penelitian

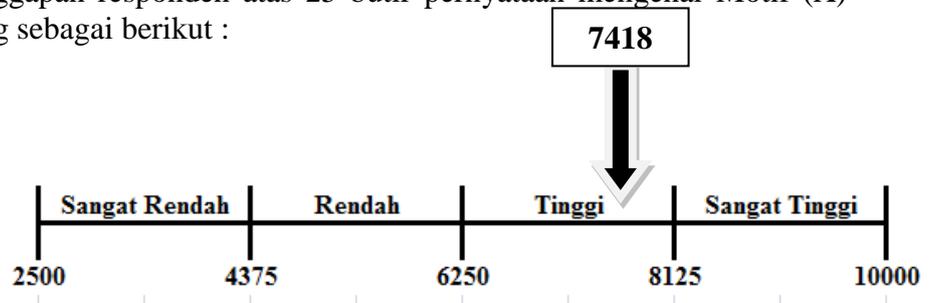
Sub Variabel	Total Skor	Rata-rata	Persentase
Motif Informasi	1335	2,67	66,75%
Motif Identitas Pribadi	1682	2,8	70,08%
Motif integrasi dan Interaksi Sosial	1378	2,76	68,9%
Motif Hiburan	3023	3,36	83,97%
Total	7418	2,9	74,18%

Sumber: Hasil olah data peneliti

Pada variabel Motif (X) dengan jumlah item pernyataan 25 butir dan jumlah responden 100 orang, diperoleh total skor sebesar 7418 atau dengan presentase sebesar 74,18% , maka rentang skor tanggapan responden atas 25 butir pernyataan mengenai motif diperoleh hasil sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{Rentang Skor Kategori} &= \frac{(100 \times 25 \times 4) - (100 \times 25 \times 1)}{4} \\ &= \frac{10000 - 2500}{4} = 1875 \end{aligned}$$

Jadi panjang interval untuk setiap kategori adalah 1875 sehingga dari jumlah skor tanggapan responden atas 25 butir pernyataan mengenai Motif (X) diperoleh rentang sebagai berikut :



Gambar 1. Garis Kontinum Variabel (X) Motif

Pembahasan

Dari hasil data diatas, terlihat bahwa keempat motif termasuk dalam kategori tinggi. Namun yang tertinggi adalah motif hiburan sedangkan yang terendah adalah motif informasi. Skor indikator tertinggi dalam motif hiburan adalah untuk mendapatkan hiburan sedangkan dari motif informasi indikator untuk memperoleh penambahan pengetahuan memiliki skor tertinggi. Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahuirata-rata motif yang paling tinggi adalah motif hiburan yaitu sebesar 3,36 atau dengan presentase 83,97%, diikuti oleh motif identitas pribadi sebesar 2,8 atau dengan presentase 70,08%, kemudian motif integrasi dan interaksi sosial sebesar 2,76 atau dengan presentase 68,9% dan motif informasi sebesar 2,67 atau dengan presentase 66,75%. Terkait motif informasi, terdapat beberapa informasi yang ada pada program tersebut dimana informasi tersebut menimbulkan motif tersendiri bagi responden sebagai khalayak misalnya saja tentang games dan tentang negara Korea Selatan. Berdasarkan indikator penambahan pengetahuan informasi-informasi tersebut membuat timbulnya motif tersendiri bagi khalayak hal tersebut karena responden atau khalayak menonton Program Variety Show Running Man untuk menambah pengetahuan. Untuk motif identitas pribadi, khalayak atau responden menonton program tersebut untuk mendapatkan contoh prilaku yang baik, mendapatkan inspirasi, nilai-nilai dari media dan untuk mengekspresikan diri. Sedangkan untuk motif integrasi dan interaksi sosial, responden sebagai khalayak menonton Program Variety Show Running Man untuk menemukan bahan pembicaraan, untuk dapat lebih bersosialisasi hingga untuk lebih dekat dengan orang lain.

Berdasarkan hasil penelitian, motif responden dalam menonton Program Variety Show Running Man yang mereka cari adalah pelepasan diri dari masalah, melupakan masalah, pelepasan dari kejenuhan, untuk dapat bersantai, mengisi waktu luang, penyaluran emosi, alternatif hiburan dan kesenangan. Konten dari Program Variety Show Running Man yaitu games yang mengundang gelak tawa khalayak, mulai dari bentuk game yang unik, kata-kata yang diucapkan pemain atau bintang tamu serta tingkah laku pemain atau bintang tamu program tersebut. Misalnya saja pada episode 72, games pada episode tersebut menuntun para pemain dapat menyanyikan lagu mandarin dengan pengucapan yang benar walaupun para pemain dan bintang tamu merupakan orang Korea bukan orang cina, hal tersebut tentunya mengundang gelak tawa khalayak mengibgat cara mereka yang sedikit “asal” menyanyikan lagu tersebut. Dengan adanya konten acara yang demikian, timbullah motif tersendiri bagi para khalayak. Khalayak menonton program tersebut agar mereka dapat melupakan dan melepaskan masalah dan kejenuhan yang mereka hadapi ketika melihat bahkan tertawa tingkah laku pemain atau bintang tamu, karena konten program ini juga yang begitu ringan khalayak menonton program inipun untuk bersantai dan mengisi waktu luang. Selain itu, mengingat program ini sering kali menampilkan sesuatu yang lucu hal tersebut membuat tawa khalayak sehingga khalayak dapat menyalurkan emosi yang mereka miliki dengan tertawa, lalu motif responden lainnya dalam menonton Program Variety Show Running Man yaitu untuk menjadi alternatif hiburan dan mendapatkan kesenangan. Menurut Katz,

Gurevitch dan Haas terdapat 35 kebutuhan yang diambil dari literatur dan fungsi-fungsi sosial serta psikologis media massa dan lalu menggolongkan kebutuhan-kebutuhan tersebut menjadi lima kategori (Severin dan Tankard,2009:357). Salah satu dari kebutuhan tersebut merupakan Kebutuhan pelepasan ketegangan-pelarian dan pengalihan, dimana kebutuhan ini merupakan kebutuhan khalayak akan hiburan, pelepasan ketegangan dan pengalihan.

4. KESIMPULAN

Dari hasil analisis dan pengolahan data pada penelitian tentang “Motif Pengikut Akun Twitter @Rmbdgindonesia Dalam Menonton Program Variety Show Running Man”, maka dapat disimpulkan bahwa motif informasi, motif identitas personal dan motif integratif dan interaksi sosial para pengikut akun twitter @Rmbdgindonesia dalam menonton program Variety Show Running Man termasuk dalam kategori “Tinggi”. Sedangkan motif hiburan para pengikut akun twitter @Rmbdgindonesia dalam menonton program Variety Show Running Man termasuk dalam kategori “Sangat Tinggi”.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]Kriyantono, Rachmat. 2012. “Teknik Praktis Riset Komunikasi”. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [2]Rakhmat, Jalaluddin. 2009. ”Metode Penelitian Komunikasi”. Bandung: Rosdakarya.
- [3]Sugiyono. 2012. “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”. Bandung: Alfabeta
- [4]Syamsudin, Munawar. 2013. ”Metode Riset Kuantitatif”. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Jurnal

- [5]Angkari, sherlycin. 2010. “Motif Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Program Good Morning Hard Rockers On SBO”. Jurnal E-komunikasi No.3 Tahun 2013, Hal 37-40, Surabaya, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra.
- [6]Herlina dan Diana Amalia.2009. “Motif Pemirsa Menonton Reality Show Be A Man di Global TV”. Jurnal Ilmu Komunikasi No.2 Tahun 2009, Hal 94-96, Jawa Timur, Ilmu Komunikasi FISIP-UPNV.

Internet:

- [7]<http://telkomspeedy.com> diakses pada tanggal 2 September pukul 20.59
<https://twitter.com/RMbdgindonesia> diakses pada tanggal 20 Agustus 2014 pukul 16.24