

Id : 16122

Call Number : 070.1 PRI m

Judul : **Motivasi Dan Kesenjangan Kepuasan Audiens Dalam Menyaksikan Program Televisi "Happy Song" Indosiar/Pricilla**

Pengarang : Pricilla

Nim : 905070137

Kota : Jakarta

Tahun Terbit : 2011

Deskripsi Fisik : xx + 133 hlm ; 65 tabel ; 2 bagan :14 lampiran

Pembimbing : 1.Drs. Widayatmoko, MM

Bidang : 1.Ilmu Komunikasi

Subjek : 1.JURNALISTIK

Abstrak : **Media massa merupakan perantara yang digunakan dalam proses komunikasi massa. Televisi merupakan salah satu media massa elektronik yang sudah sangat digemari oleh seluruh lapisan masyarakat. Hal ini dikarenakan televisi merupakan media yang mampu menampilkan dalam bentuk suara maupun gambar sehingga lebih mudah dinikmati. Seiring dengan perkembangan yang terjadi, industri televisi semakin diramaikan oleh munculnya berbagai stasiun televisi dimana masing-masing berlomba-lomba untuk menyajikan tayangan yang menarik bagi pemirsanya. Namun ketatnya persaingan menyebabkan banyak program yang disajikan hanya demi menaikkan rating semata sehingga mengesampingkan kebutuhan khalayaknya. Indosiar merupakan salah satu stasiun televisi swasta dengan jangkauan nasional ditantang untuk dapat memenuhi kebutuhan dan mampu memuaskan kebutuhan yang dicari oleh khalayaknya melalui program-program yang ditayangkan salah satunya melalui program kuis musik "Happy Song". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif yang mendorong audiens dalam menyaksikan sebuah program dan kesenjangan antara kepuasan yang dicari dengan kepuasan yang diperoleh audiens yang nantinya akan mencerminkan "Happy Song" memenuhi kebutuhan bagi khalayaknya atau tidak. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif dan menggunakan pendekatan survey dimana data didapat dari kuisioner yang disebarkan kepada 100 responden di wilayah DKI Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki motif diversion yakni kebutuhan**

akan hiburan sebesar 36,63% dan responden menyaksikan tayangan "Happy Song" dengan alasan agar suasana hati terhibur. Dalam penelitian ini juga terlihat bahwa media mampu memenuhi kepuasan yang dicari oleh khalayaknya dimana mean Gratification Sought (GS) 73,71 dan mean Gratification Obtained (GO) sebesar 75,38.