

EFEKTIVITAS TAYANGAN KICK ANDY DI METRO TV DALAM MEMBERIKAN MOTIVASI PADA WARGA KELURAHAN GUNUNG ELAI KECAMATAN BONTANG UTARA

CHAIRIL ANWAR¹

Abstrak

Chairil Anwar, efektivitas tayangan Kick Andy di Metro TV dalam memberikan motivasi pada warga Kelurahan Gunung Elai Kecamatan Bontang Utara, di bawah bimbingan Bapak Drs. Sugandi M.Si., dan Ibu Diah Rahayu, S.Psi., M.Si.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas tayangan Kick Andy di Metro TV dalam memberikan motivasi dan agar masyarakat mampu mengambil dan memilih nilai-nilai motivasi yang diberikan oleh narasumber pada tayangan Kick Andy. Jenis penelitian yang dilakukan termasuk deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian diperoleh gambaran yaitu warga di Kelurahan Gunung Elai Kecamatan Bontang Utara. masing-masing memiliki tanggapan yang berbeda terhadap program tayangan Kick Andy di Metro TV, tergantung dari intensitas mereka dalam menonton acara tersebut.

Dan dari hasil penelitian dan pengamatan yang peneliti lakukan pada 30 responden yang telah menonton program tayangan Kick Andy di Metro TV secara keseluruhan menunjukkan bahwa warga Kelurahan Gunung Elai Kecamatan Bontang Utara menilai efektif terhadap acara tersebut sebagai media informasi yang mampu memberikan motivasi.

Hasil penelitian dapat disimpulkan yaitu adalah bahwa tayangan Kick Andy di Metro TV memiliki nilai pesan moral yang ditujukan dengan penyayangan yang bersifat memotivasi kepada warga/audiens untuk dapat mendidik dan menghibur. Program acara ini efektif dalam memberikan motivasi belajar yang mampu memberikan inspirasi berupa semangat untuk sukses bagi warga Kelurahan Gunung Elai Kecamatan Bontang Utara.

Kata Kunci : *Efektivitas, tayangan Kick Andy, motivasi.*

PENDAHULUAN

Di zaman era globalisasi saat ini, tentunya media massa sangat dibutuhkan sekali oleh masyarakat guna meng up-date berbagai berita serta informasi yang ada. Berbagai macam bentuk media massa baik berupa media massa cetak, elektronik ataupun on-line tentu sudah menjadi sesuatu yang penting untuk memperoleh berbagai informasi yang dibutuhkan bagi seluruh kalangan masyarakat karena memberikan manfaat bagi khalayak media, baik berupa

¹Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: chairilanwar771@gmail.com

pengetahuan baru, berita-berita terkini, menambah wawasan ataupun sekedar hiburan bagi khalayak media tersebut.

Begitu banyaknya media massa yang ada saat ini membuat khalayak harus pintar-pintar dalam memilih serta memilah mana yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Tentunya juga dapat memberikan manfaat dan pengetahuan serta wawasan lebih terhadap khalayaknya yang sesuai dengan fungsi media massa yaitu memberikan informasi, edukasi, hiburan dan persuasif.

Secara garis besar media massa dapat dibedakan menjadi dua, yakni media massa cetak dan media massa elektronik. Media massa cetak maupun elektronik merupakan media massa yang banyak digunakan oleh masyarakat di berbagai lapisan sosial, terutama di masyarakat kota. Media massa elektronik adalah suatu media massa yang statis dan menggunakan pesan-pesan visual. Ragam media massa pada masyarakat modern sangat banyak, namun kehadiran media yang paling kontroversial sejak dahulu hingga sekarang adalah televisi (Cahyana, 1996:17).

Televisi saat ini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak orang yang menghabiskan waktunya lebih lama di depan pesawat televisi dibandingkan dengan waktu yang digunakan untuk mengobrol dengan keluarga atau pasangan mereka. Selama menyaksikan televisi orang dapat melakukan berbagai kegiatan sambil menonton televisi. Selain itu juga yang paling penting adalah pemirsa akan mendapatkan pengetahuan yang luas terhadap sesuatu yang disajikan oleh televisi. Tidak mengherankan televisi memiliki daya tarik yang luar biasa apabila sajian program dapat menyesuaikan dengan karakter televisi dan manusia yang sudah terpengaruh oleh televisi.

Televisi merupakan salah satu media komunikasi massa yang sangat penting dan menjadi salah satu kebutuhan hidup masyarakat. Hampir di seluruh rumah-rumah penduduk baik di Indonesia maupun di Negara lainnya, telah memiliki televisi. Ini menunjukkan televisi adalah salah satu kebutuhan hidup manusia. Program acara yang ditayangkan juga bervariasi yang membuat masyarakat menjadi kecanduan untuk selalu berada di depan televisi hingga maraknya acara hiburan yang selalu tayang setiap hari menghampiri para pecinta televisi.

Banyak masyarakat menjadikan media televisi sebagai sumber utama informasi mereka terhadap berbagai hal. Pilihan ini disebabkan media televisi mampu menyajikan informasi jauh lebih cepat menarik dari pada media massa lainnya. Masalah muncul karena televisi tidak hanya menyiarkan hiburan dan informasi yang bermanfaat, melainkan juga sinetron, drama seri, film, acara musik, kekerasan, kejahatan yang tidak ada kaitannya dengan kehidupan mereka. Kondisi dimana peran vital televisi selaku media hiburan, tak dapat di pungkiri bahwa hampir di seluruh stasiun televisi berlomba-lomba menayangkan hiburan yang membuat masyarakat tertarik untuk ditonton.

Televisi sebagai salah satu media elektronik dalam komunikasi massa dianggap telah berhasil dalam menjalankan fungsinya untuk memberikan siaran informasi, hiburan, dan pendidikan kepada masyarakat luas. Kemajuan teknologi

televisi membuat semuanya menjadi dekat, mudah dilihat dan didengar. Media televisi mampu membuat dunia menjadi kecil yang di kemas dalam sebuah kotak, dengan kata lain mampu memberikan berbagai informasi dari berbagai belahan dunia yang cepat, aktual dan tepat ke pemirsa. Selain itu dampak dihasilkan televisi dapat berpengaruh positif dari acara televisi merupakan suatu alat yang menarik dalam upaya-upaya yang sadar atau tidak bagi pemenuhan akan informasi yang akan diterima, tergantung pada penerimaan informasinya. Sedangkan pengaruh negatif yang dapat mempengaruhi dari acara televisi berupa perubahan perilaku, adegan kekerasan, sex bebas, pembunuhan dan lainnya.

Seiring dengan bertambahnya jumlah stasiun televisi di Indonesia, dunia pertelevisian di Indonesia menjadi semakin berkembang, menawarkan berbagai macam acara seperti musik, film, informasi khusus, acara kuis, talkshow, atau sinetron yang memberikan suguhan hiburan yang menarik untuk ditonton.

Banyaknya program acara yang ditawarkan ditelvisi, talkshow merupakan salah satu tayangan televisi yang bisa dikatakan lengkap bukan hanya hiburan, talkshow juga memberikan banyak informasi persuasif yang sifatnya edukatif yang efektif memberikan motivasi pada khalayak atau pemirsa yang menyaksikan tayangan talkshow tersebut.

Berbeda dengan tayangan talkshow yang menjamur ditelvisi Indonesia saat ini, tayangan talkshow Kick Andy mampu mencuri banyak perhatian khalayak dengan menyuguhkan kisah kehidupan nyata yang memotivasi serta informatif, edukatif dan inspiratif. Tamu atau narasumber yang diundang dari kalangan manapun, tidak ada batasan tertentu sehingga banyak cerita seru dan tak terduga seputar kehidupan masyarakat seluruh Indonesia yang dibagi dalam acara tersebut. Dalam pembawaannya, Andy F. Noya selaku host mempunyai karakter dan gaya bahasa yang unik dan khas yang membuat siapa saja selalu berdecak kagum saat menyaksikan tayangan talkshow Kick Andy. Salah satunya adalah wakil presiden Indonesia Jusuf Kalla yang terkesan dan menyatakan bahwa "Kick Andy merupakan acara yang menarik, humanistik, dan penuh humor. Acara-acaranya selalu menginspirasi, memotivasi dan mendatangkan simpati. Banyak hal yang kita belum pernah tahu akhirnya terungkap disana. Saya ingat saat menonton kisah Suster Apung yang hebat mengobati warga pedalaman. Hal ini memberi semangat bagi semua orang untuk bergerak. Saya juga sangat senang ketika Kick Andy mengangkat soal kesadaran masyarakat untuk donor darah dan menjadikannya sebagai gaya hidup." Terbukti tayangan talkshow Kick Andy yang dipandu host Andy F Noya ini terpilih sebagai program talkshow terbaik dan program terbaik dari semua program yang ada ditelvisi oleh hasil riset rating publik II (Oktober 2008) yang dilakukan Yayasan SET bekerjasama dengan IJTI, Yayasan Tifa, dan Jaringan Masyarakat Pemerhati Televisi. Penelitian ini menunjukkan ada perbedaan antara program yang bernilai berkualitas dengan program ber-rating/share tinggi yang dikeluarkan AGB-Nielsen Media Research. (sumber : kompas.com)

Kick Andy yang tayang setiap akhir pekan yaitu hari Jumat pukul 20:05 WIB dan tayangan ulangnya pada hari Minggu pada pukul 13:30 WIB ini selalu

ditunggu-tunggu oleh para penonton setianya, tentu dengan tema dan narasumber serta keseruan didalamnya yang berbeda pula tiap minggunya. Tidak ketinggalan warga Kelurahan Gunung Elai Kecamatan Bontang Utara yang notabene lebih banyak menghabiskan waktu akhir pekan dengan menyaksikan acara televisi dirumah bersama keluarga, mengaku bahwa yang menjadi salah satu tayangan atau program acara televisi favorit atau kesukaan warga kelurahan Gunung Elai kecamatan Bontang Utara adalah tayangan talkshow Kick Andy yang setiap minggunya mereka tunggu-tunggu. Alasannya karena tayangan ini penuh informasi dan edukasi, tentunya dengan cerita atau kisah yang memotivasi. Selain itu tayangan ini juga bisa dinikmati santai bersama keluarga tanpa terhalang waktu jam tayang yang larut malam.

Dari permasalahan diataslah yang menjadi pertimbangan penulis untuk mengangkat judul “Efektivitas Tayangan Kick Andy di Metro TV Dalam Memberikan Motivasi Pada Warga Kelurahan Gunung Elai Kecamatan Bontang Utara” Penulis ingin mengetahui bagaimana efektivitas tayangan Kick Andy di Metro TV dalam memberikan motivasi, dimana bahwasanya tayangan Kick Andy mampu memberikan motivasi melalui kisah-kisah dan pengalaman hidup langsung dari narasumber terpercaya yang bisa diterapkan untuk sebagai motivasi dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

Dikatakan efektif karena tayangan ini memiliki banyak kelebihan dibandingkan dengan tayangan talkshow sejenisnya, dengan mengusung tema yang menarik, dengan tamu atau narasumber yang terpercaya membuat tayangan ini semakin ditunggu-tunggu oleh pemirsa setia Kick Andy. Dengan jam tayang prime time membuat tayangan ini juga bisa dinikmati diwaktu santai, dengan segala jenis umur pemirsa yang ingin menyaksikan.

Selain efektif tayangan Kick Andy juga merupakan tayangan yang penuh motivasi dengan suguhan kisah-kisah yang disampaikan langsung oleh narasumber dan dibantu oleh pembawa acaranya Andy F Noya yang memiliki kemampuan untuk menggali informasi yang di sembunyikan narasumber dengan pertanyaan-pertanyaan kritis namun tetap disampaikan dengan gayanya yang santai. Dengan harapan penonton atau pemirsa Kick Andy banyak mengambil pelajaran yang disampaikan oleh narasumber untuk memotivasi mereka menjadi lebih baik dari pada sebelumnya.

Selain masalah sosial, ada pula topik yang menentengahkan kekuatan cinta. Bersama Andy F Noya di acara itu di gambarkan seorang calon pilot yang mengalami kecelakaan dan hampir seluruh bagian tubuhnya rusak, namun kekasihnya masih setia mendampingi hingga mereka menikah dan hidup bahagia sampai sekarang. Maka bisa dipahami jika dari waktu ke waktu, Kick Andy semakin digemari pemirsa. Program ini masuk peringkat tertinggi pada dua puluh besar top program di Metro TV. Dengan tetap mengedepankan semangat idealisme, tayangan ini ternyata juga laku dijual, sponsor dan iklan lumayan banyak.

Dengan meraih prestasi berupa penghargaan diajang bergengsi Panasonic Gobel Award sebanyak dua kali, membuat tayangan talkshow Kick Andy di

Metro TV ini semua kalangan menonton tayangan tersebut, hal ini juga yang membuat tayangan ini semakin memiliki tempat dihati penonton sebagai salah satu tayangan televisi yang memberikan motivasi.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Efektivitas Tayangan Kick Andy di Metro TV Dalam Memberikan Motivasi pada Warga Kelurahan Gunung Elai Kecamatan Bontang Utara. maka hal- hal yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Efektivitas tayangan, meliputi :
 - a) Pemirsa, berkaitan dengan pengkategorian tayangan sesuai usia audiens (anak-anak, remaja, dewasa, dan orang tua)
 - b) Waktu, berkaitan dengan waktu penayangan dengan minat dan kebiasaan pemirsa. Faktor waktu menjadi bahan pertimbangan, agar setiap acara dapat ditayangkan secara proporsional dan dapat diterima oleh audiens sasaran.
 - c) Durasi, berkaitan dengan waktu, yakni jumlah menit dalam setiap tayangan acara. Karena suatu acara tidak akan mencapai sasaran karena durasi terlalu singkat atau terlalu lama.
 - d) Metode Penyajian, berkaitan dengan pengemasan tayangan agar tetap diminati audiens.
2. Motivasi, meliputi :
 - a) Kebutuhan, timbulnya dalam diri individu yang merasa adanya kekurangan dalam dirinya (ada ketidakseimbangan antara apa yang dimiliki dengan apa yang menurut persepsi si-individu harus dimiliki).
 - b) Dorongan, untuk mengatasi ketidakseimbangan tersebut, dalam diri individu akan timbul dorongan berupa usaha pemenuhan kebutuhan secara terarah.
 - c) Tujuan, pencapaian tujuan berarti mengembangkan keseimbangan dalam diri individu.

Penelitian ini bertempat lokasi di Provinsi Kalimantan Timur tepatnya di Kelurahan Gunung Elai Kecamatan Bontang Utara dan penelitian dilaksanakan dalam jangka waktu kurang lebih 2 bulan untuk observasi, wawancara dan pengumpulan data melalui pustaka dokumentasi. Dalam penelitian ini, peneliti tidak mengambil semua objek yang dijadikan pengamatan, melainkan hanya sebagian dari objek yang diamati.

Informan menurut Moleong (2004:90) adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Informan berkewajiban secara sukarela menjadi anggota tim dengan penelitian walaupun bersifat informal. Pemanfaatan informan bagi peneliti ialah agar dalam waktu yang relative singkat banyak informasi yang diperoleh, karena informan dimanfaatkan untuk berbicara, bertukar fikiran atau membandingkan suatu kejadian yang ditemukan dari subjek lain. penunjukan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik-teknik Purposive Sampling dan Accidental Sampling. Sebagaimana yang dinyatakan Kriyantono (2006:156) bahwa Proposive Sampling mencakup orang-orang yang diseleksi atau dasar kriteria-kriteria yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset. Sedangkan orang-orang dalam populasi yang

tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel. Sebagaimana yang dinyatakan Kriyantono (2006:158) bahwa Accidental Sampling adalah teknik yang memilih siapa saja yang kebetulan dijumpai untuk dijadikan sampel.

Untuk memperoleh data primer peneliti memilih beberapa warga masyarakat yang terlibat langsung atau yang pernah menonton program tayangan Kick Andy di Kelurahan Gunung Elai Kecamatan Bontang Utara.

Jenis data dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh dari narasumber dengan cara melakukan wawancara yang sesuai dengan focus penelitian yang dipersiapkan sebelumnya oleh peneliti.
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui beberapa sumber informasi, yaitu dokumen-dokumen yang berkaitan dengan efektivitas tayangan tentang sebuah program talkshow.

Teknik pengumpulan data penelitian lapangan berupa wawancara observasi, kuesioner dan penelitian kepustakaan. Teknik analisis yang digunakan model interaktif Miles dan Huberman yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

KERANGKA TEORI DAN KONSEP

Teori Uses and Gratifications

Herbert Blumer dan Elihu Katz adalah orang yang pertama mengenalkan teori ini. Teori uses and gratifications (kegunaan dan kepuasan) ini dikenalkan pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communications : Current perspectives on Gratification Research*. Teori Uses and Gratifications milik Blumer dan Katz ini mengatakan 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 media yang paling baik di dalam memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori Uses and Gratifications mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.

Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bitner (Rahmat, 2003:188), yakni : komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (masscommunication is message communicated through a mass medium to a large number of people). Dari definisi inilah diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media.

Efek Komunikasi Massa

Carl I Hovland dan Deffleur secara terpisah menyebutkan bahwa efek atau dampak yang timbul oleh komunikasi massa dapat dilihat dari perubahan yang terjadi pada diri khalayak pada umumnya, dibedakan dalam :

- a. Efek Kognitif

Berhubungan dengan pengetahuan dan opini yaitu perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipercaya oleh khalayak. Dampak ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi. Contoh pesan komunikasi melalui media massa yang menimbulkan efek kognitif antara lain : berita, tajuk rencana, acara penerangan, acara pendidikan, dan sebagainya.

b. Efek Afeksi

Berhubungan dengan sikap dan perasaan, yaitu perubahan apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Dampak ini ada hubungannya dengan emosi, sikap dan nilai. Misalnya: perasaan marah, benci, kesal, kecewa, penasaran, gemes, sinis dan sebagainya.

c. Efek Behavior

Berhubungan dengan perilaku. Dampak ini merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, meliputi pola-pola tindakan kegiatan atau kebiasaan yang berlaku.

Media Massa

Dalam bukunya Hafied Cangara yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi (2006:21-27) menjelaskan jika khalayak tersebar tanpa diketahui di mana mereka berada, maka biasanya digunakan media massa. Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.

Televisi

Menurut Effendy (1989:361) television atau televisi merupakan media jarak jauh dengan menayangkan gambar dengan pendengaran suara, baik melalui kawat maupun secara elektro magnetic tanpa kawat.

Efektivitas

Efektivitas memiliki arti berhasil atau tepat guna. Efektif merupakan kata dasar, sementara kata sifat dari efektif adalah efektivitas. Menurut Effendy (1989) mendefinisikan efektivitas sebagai berikut: "Komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan sesuai dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan dan jumlah personil yang ditentukan" (Effendy, 1989:14).

Tayangan

Menurut Wahyudi (1996:12) Tayangan adalah sesuatu yang ditayangkan (dipertunjukkan). Tayangan merupakan kegiatan, informasi atau isi pesan dari seseorang atau produser kepada khalayak melalui proses pemancar gelombang elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi, pertunjukan (film, dan sebagainya) persembahan. Televisi adalah sistem elektronik yang mengirimkan gambar diam dan gambar hidup bersama suara melalui kabel dan ruang. Sistem ini menggunakan peralatan yang mengubah cahaya dan suara ke dalam

gelombang elektrik dan mengkorvesinya kembali ke dalam cahaya dan suara yang dapat di dengar.

Kick Andy

Kick Andy adalah sebuah program talkshow yang disiarkan oleh Metro TV yang di pandu oleh seorang juranlis terkenal Andy F Noya. Acara Kick Andy di Metro TV merupakan acara yang bersifat memberikan inspirasi kepada orang lain atau memberikan hal yang positif yang berguna bagi orang banyak. Dengan sekian banyak acara yang ditayangkan oleh televisi-televisi swasta lainnya Kick Andy banyak mendapatkan decak kagum oleh para pemirsa yang menontonnya, memberikan motivasi untuk melakukan hal yang lebih baik karena kurang bukan suatu alasan untuk menyerah. Dengan mengundang para narasumber menceritakan kisah-kisah yang nyata dapat mengetuk hati kita untuk melakukan hal yang baik.

Motivasi

Motivasi merupakan faktor penggerak maupun dorongan yang dapat memicu timbulnya rasa semangat dan juga mampu merubah tingkah laku manusia atau individu untuk menuju pada hal yang lebih baik untuk dirinya sendiri. Menurut Oemar Hamalik (2004: 173) menjelaskan motivasi dapat berupa dorongan-dorongan dasar atau internal dan intensif diluar individu atau hadiah. Motivasi adalah proses membangkitkan, mempertahankan, dan mengontrol minat-minat. Pendapat lain mengenai motivasi juga dikemukakan oleh Dimiyati dan Mudjiono (2009: 80) yang mengatakan bahwa motivasi dipandang sebagai dorongan mental yang menggerakkan dan mengarahkan perilaku manusia, termasuk perilaku belajar. Berdasarkan pengertian mengenai motivasi di atas dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan suatu dorongan yang dimiliki seseorang untuk melakukan sesuatu, dan juga sebagai pemberi arah dalam tingkah lakunya, salah satunya dorongan seseorang untuk belajar.

Teori S-O-R

Teori S-O-R sebagai singkatan dari Stimulus-Organism-Response ini semula berasal dari psikologi. Jika kemudian menjadi teori komunikasi, tidaklah mengherankan karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi.

Teori Individual Differences Theory (Teori Perbedaan Individu)

Nama Teori yang diketengahkan oleh Melvin D. Defleur (Uchjana 2003:275) ini lengkapnya adalah "Individual Differencs Theory of Mass Communication Effect". Jadi teori ini menelaah perbedaan-perbedaan di antara individu-individu sebagai sasaran media massa ketika diterpa sehingga menimbulkan efek-efek tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan disajikan hasil penelitian yang di dapatkan dari wawancara dengan responden. Dari hasil wawancara yang dibuat pertanyaan tertutup dengan pilihan “Ya” dan “Tidak”, pertanyaan seperti ini digunakan untuk mempermudah responden dalam memberikan penilaian atau jawaban. Selanjutnya untuk mendapatkan data lebih deskriptif, peneliti menggunakan pertanyaan terbuka pada setiap pertanyaan yang berhubungan dengan fokus penelitian.

Penelitian dilakukan dalam kurun waktu dua bulan, yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah warga Kelurahan Gunung Elai Kecamatan Bontang Utara sebanyak 30 orang warga.

Dari 30 responden yang terpilih secara accidental, didapatkan informasi yang dapat menggambarkan bagaimana efektivitas tayangan Kick Andy di Metro TV dalam memberikan motivasi.

Tayangan Kick Andy

Kick Andy diminati banyak orang karena tayangan ini dianggap memberikan suasana yang segar dan berbeda dengan tayangan talkshow serupa dipandu dengan pembawa acara Andy F Noya yang memiliki gaya khas yang unik serta narasumber yang diundang mampu memberikan suguhan kisah penuh motivasi membuat tayangan ini semakin menarik. Jadi bukan mengherankan jika banyak sekali orang menantikan tayangan ini, dan memberikan informasi yang baik serta memiliki pesan yang baik.

Sebelum ingin mengetahui efektivitas tayangan Kick Andy di Metro TV dalam memberikan motivasi pada warga Kelurahan Gunung Elai Kecamatan Bontang Utara, peneliti memberikan pertanyaan pada setiap wawancara tentang “Apakah anda pernah menonton tayangan Kick Andy di Metro TV?” dan dari 30 responden 100% jawabanya dari responden penelitian ini menjawab “Ya”, dari pernah tidaknya responden yang pernah menonton tayangan Kick Andy ini dapat disimpulkan apabila responden pernah menonton tayangan Kick Andy maka mereka pasti bisa menjawab pertanyaan seputar tentang tayangan Kick Andy.

Efektivitas tayangan

- a) Pemirsa, berkaitan dengan pengkategorian tayangan sesuai usia audiens (anak-anak, remaja, dewasa, dan orang tua)
- b) Waktu, berkaitan dengan waktu penayangan dengan minat dan kebiasaan pemirsa. Faktor waktu menjadi bahan pertimbangan, agar setiap acara dapat ditayangkan secara proporsional dan dapat diterima oleh audiens sasaran.
- c) Durasi, berkaitan dengan waktu, yakni jumlah menit dalam setiap tayangan acara. Karena suatu acara tidak akan mencapai sasaran karena durasi terlalu singkat atau terlalu lama.
- d) Metode Penyajian, berkaitan dengan pengemasan tayangan agar tetap diminati audiens.

Motivasi pada tayangan Kick Andy

Motivasi pada tayangan Kick Andy yang diberikan oleh para narasumber dengan membahas tema yang berbeda-beda setiap episode pasti memiliki suguhan kisah yang memberikan motivasi yang berbeda pula. Ada tiga komponen utama dalam motivasi yaitu :

- a) Kebutuhan
- b) Dorongan
- c) Tujuan

Teori Uses and Gratifications

Teori Uses and Gratifications lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya, manusia itu mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Blumer dan Katz percaya bahwa tidak hanya ada satu jalan bagi khalayak untuk menggunakan media. Sebaliknya, mereka percaya bahwa ada banyak alasan khalayak untuk menggunakan media. Menurut pendapat ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Teori ini juga menyatakan bahwa media dapat mempunyai pengaruh jahat dalam kehidupan. Pengguna teori ini bisa dilihat dalam kasus selektifitas music personal. Kita menyeleksi music tidak hanya karena cocok dengan lagunya, tetapi juga untuk motif-motif yang lain, misalnya untuk gengsi diri, kepuasan batin, atau sekedar hiburan. (Nurudin, 2007:191).

Model S-O-R

Menurut stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah : Pesan (Stimulus, S), Komunikasi (Organisme, O), Efek (Response, R)

ANALISIS KRITIS

Segi Acara

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan, dapat diperoleh gambaran yakni ditinjau dari segi program acara, tayangan Kick Andy di Metro TV sebuah acara talkshow yang menghadirkan para bintang tamu dari berbagai lapisan sosial sebagai narasumber untuk membahas kisah hidup untuk dijadikan sebagai motivasi. Acara talkshow yang syarat akan pesan moral dan memberikan banyak motivasi. Program acara yang menyajikan sebuah berita dengan sajian yang ringan dengan kemasan tanya jawab yang menarik, mendidik, dan menghibur. Dengan memberikan penekanan pada fakta-fakta yang dianggap mampu menggugah emosi, menghibur, memunculkan empati dan keharuan. Berdasarkan data yang diperoleh dari media internet (detik.com), menunjukkan bahwa program acara Talkshow Kick Andy pernah memperoleh beberapa penghargaan bergengsi

di Tanah Air, diantaranya pernah memenangkan penghargaan Panasonic Gobel Award pada tahun 2009 dengan kategori Program Talkshow. Pada tahun 2011, Kick Andy kembali dinominasikan dalam penghargaan yang sama dengan kategori Program Talkshow Berita. Setahun kemudian, Kick Andy akhirnya meraih penghargaan dalam ajang Panasonic Gobel Award dengan kategori Program Talkshow Berita terbaik. Acara Kick Andy yang diproduksi Rachmayanto memberikan efek yang positif dan tujuan acara ini sendiri adalah untuk memberikan informasi serta pesan moral yang mendidik sekaligus menghibur dan tentunya memberikan hal yang dapat memotivasi pada masyarakat.

Segi Motivasi

Setelah penulis melakukan penelitian pada 30 warga di daerah Kelurahan Gunung Elai Kecamatan Bontang Utara, dapat disimpulkan bahwa tanggapan mereka setelah menonton acara tersebut sudah baik. Tayangan Kick Andy menjadi salah satu kebutuhan masyarakat dan warga yakni dalam hal informasi dan hiburan kepada penonton. Selain itu, acara ini memberikan stimuli atau pesan yang diterima oleh penonton kemudian diproses sehingga menghasilkan interpretasi yang berbeda-beda. Seseorang memiliki rasa ingin tahu, dari proses tersebut seseorang dapat mempersepsikan stimuli yang dia tangkap, oleh karenanya dalam hal ini warga mengerti, menata dan menduga serta memahami stimuli yang diterima dari acara tersebut.

Dalam pemilihan acara, seseorang mampu menilai dan menyeleksi acara-acara yang baik serta memberikan pesan yang bermanfaat bagi penikmat acara televisi. Acara tersebut dapat diterima penonton sebagai kebutuhan akan informasi yang mendidik dan menghibur mereka karena mengandung nilai yang baik dan memotivasi bagi penonton.

Sebagian warga Kelurahan Gunung Elai Kecamatan Bontang Utara telah menonton acara tersebut dan mendapatkan sebuah informasi menarik yang mendidik dan menghibur serta mendapat pesan moral setiap kali tayangan tersebut disiarkan dan mampu memberikan motivasi pada warga berupa semangat dan kedisiplinan untuk mengubah hidup mereka kearah yang lebih positif. Selain itu juga bermanfaat sangat baik bagi psikologi seseorang dengan ini warga lebih semangat dan memiliki rasa tanggung jawab dalam hal apapun, sesuai dengan hasil penelitian, maka penulis dapat menyimpulkan efektivitas tayangan Kick Andy di Metro dalam memberikan motivasi pada warga Kelurahan Gunung Elai Kecamatan Bontang Utara ialah efektif dalam memberikan motivasi yang baik.

Kesimpulan

Dilihat dari hasil penelitian mengenai efektivitas tayangan Kick Andy di Metro TV dalam memberikan motivasi pada warga Kelurahan Gunung Elai Kecamatan Bontang Utara dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Warga Kelurahan Gunung Elai Kecamatan Bontang Utara tidak terlepas dari media massa terutama media televisi. Warga daerah Kelurahan Gunung Elai

membutuhkan media informasi dan hiburan dilingkungan hidup mereka. Program tayangan Kick Andy telah mampu menjadi obat penawar kebutuhan warga khususnya dalam mencari informasi yang mendidik dan memotivasi.

2. Tayangan ini telah memberikan pesan yang baik bagi warga. Dalam acara ini bagaimana menanggapi suatu masalah kehidupan dengan cara yang positif dan tayangan ini sangat memotivasi dengan kisah-kisah kehidupan yang disampaikan narasumber pada setiap episode.
3. Sebagai program acara yang telah menjadi bagian kehidupan warga Kelurahan Gunung Elai, tentu hal ini efektif dalam memberikan motivasi pada warga akan program tersebut. Program acara ini telah memberikan banyak pesan yang baik dan mampu memberikan motivasi berupa semangat, kedisiplinan serta rasa tanggung jawab kearah yang lebih baik dan positif bagi warga Kelurahan Gunung Elai Kecamatan Bontang Utara.

Dan dari kesimpulan 30 warga Kelurahan Gunung Elai Kecamatan Bontang Utara di ambil kesimpulan bahwa tayangan Kick Andy adalah tayangan yang dapat menghibur dan memberikan banyak informasi seputar kehidupan yang sifatnya memotivasi untuk dijadikan contoh dan pembelajaran di kehidupan sebenarnya, jadi peneliti menarik kesimpulan bahwa tayangan Kick Andy efektif dalam memberikan motivasi.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disebutkan diatas, maka di bawah ini penulis menyajikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait, sebagai berikut :

1. Untuk program acara yang ditayangkan oleh stasiun televisi khususnya untuk acara Kick Andy di Metro TV yang memberikan informasi dan hiburan serta memiliki pesan moral yang bermanfaat dan memotivasi agar dapat memperhatikan dan mengatur jam tayang acara tersebut.
2. Jika dilihat dari kualitas penayangan, cukup memenuhi kebutuhan yang dicari responden. Warga (audience) dapat mempergunakan media massa ini dengan bijaksana sehingga dapat bermanfaat bagi kehidupan mereka.

Dengan demikian, diharapkan dapat memberi keseimbangan media massa sebagai sumber informasi dan hiburan masyarakat serta media komunikasi. Akhirnya, penulis mengharapkan agar penelitian dapat ditindak lanjuti di masa yang akan datang dan penulis sadar penelitian ini sangat jauh dari kesempurnaan. Tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

Nurudin. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Bungin, Burhan. 2006. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komuniiasi*. Jakarta: PT Raja grafindo Persada.
- Uchjana, Onong Effendy. 2001. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Uchjana, Onong Effendy. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Ardianto, Elvianaro dkk. 2009. *Komuniakasi massa Suatu PengantarEdisi Revisi*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Deddy Mulyana. 2005.*Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori &Praktik*.Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Kriyantono, Rachmat. 2006.*Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Perdana Media Grup.
- Rahmat, Jalaludin. 1985. *Psikologi Komunikasi*.Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Uchjana, Onong Effendy. 1992. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Pskologi Komunikasi*.Bandung : PT Remaja Rosda Karya
- Sobur, Alex. 2011. *Psikologi Umum*. Bandung : Pustaka Setiap.
- Walgito,Bimo. 2002. *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar)*. Jogyakarta : CV. Andi Offset.
- Wiryanto. 2006. *Teori Komunikasi Massa*.Jakarta : PT Grasindo.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Iskandar Muda, Deddy. 2008. *Jurnalistik Televisi (Media Reporter Profesion)*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Perdana Media Grup.
- Bungin, Burhan. 2011. *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Sumber Internet :

- “pengertian media massa menurut para ahli”. <http://www.E-jurnal.com>. Diakses tanggal 13 Juli 2014.
- Wikipedia “metro tv”. <http://www.google.com>. Diakses tanggal 13 Juli 2014.
- Kumpulan artikel news “pengertian televise dari pakar ahli”. <http://www.google.com>. Diakses tanggal 13 Juli 2014..

<http://m.kompasiana.com/post/read/678899/1/inilah-talkshow-televisi-yang-masih-aman-ditonton.html>. Diakses tanggal 02 Januari 2015.

<http://www.tonfeb.com/2014/04/kick-andy-talkshow-inspiratif-dan-terbaik.html>. Diakses tanggal 02 Januari 2015.

http://id.wikipedia.org/wiki/Kick_Andy. Diakses tanggal 02 Januari 2015.

<http://malukueyes.com/global/kick-andy?start=10>. Diakses tanggal Januari 2015.

Dokumen-dokumen :

Monografi Kelurahan Gunung Elai Kecamatan Bontang Utara.