

# HUBUNGAN ANTARA TAYANGAN KOMEDI OPERA VAN JAVA DI TRANS 7 DENGAN TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MULAWARMAN

Abdul Wahid<sup>1</sup>

## *Abstrak*

*Artikel ini berisi tentang hubungan antara tayangan komedi Opera Van Java dengan tingkat kepuasan mahasiswa. Metode penelitian yaitu korelasional kuantitatif dengan populasi penelitian mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2011,2012, dan 2013 kemudian yang menjadi sampel yaitu 10 % dari seluruh jumlah populasi. Teknik pengukuran data menggunakan skala ordinal dengan kriteria system skor; Sangat Setuju, Setuju, Tidak Tahu/ Netral, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju. Kemudian teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis korelasi dengan rumus Rank Spearman dan pengujian hipotesisnya menggunakan uji t. Berdasarkan uji statistik Rank Spearman yang digunakan diketahui bahwa nilai  $r_s$  yaitu 0,651. Untuk menentukan diterima atau tidaknya hipotesis maka digunakan uji t yang menghasilkan nilai 6,809 dimana  $t$  empiris lebih besar dari  $t$  tabel 2,000 ( $t_{hitung} = 6,809 > t_{tabel} = 2,000$ ). Sehingga dapat disimpulkan  $H_1$  diterima ini berarti terdapat hubungan antara tayangan komedi opera van java di trans 7 dengan tingkat kepuasan mahasiswa ilmu komunikasi universitas mulawarman pada tingkat signifikansi 0,05.*

**Kata Kunci:** *Tayangan Komedi, Opera Van Java, Kepuasan Mahasiswa.*

## **Pendahuluan**

Seiring berkembangnya media komunikasi modern saat ini membuat orang dari seluruh dunia bisa berkomunikasi dengan mudah dan cepat. Media yang digunakan untuk berkomunikasi bermacam- macam seperti melalui media elektronik, media cetak dan langsung bertatap muka. Seiring berjalannya waktu begitu banyak muncul media- media yang berkompetisi misalnya televisi.

Televisi merupakan bagian dari industri media massa yang paling digemari dan dicari orang saat ini. Sebagai media massa yang paling digemari, kelebihan televisi terletak pada kemampuan menghasilkan gambar dan suara secara bersamaan dan serempak. Media ini pun menjangkau daerah dan khalayak yang luas secara cepat dan menembus batas ruang dan waktu, menjadikan media

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: wahid\_920206@yahoo.co.id

ini menjadi sangat potensial untuk mendorong terbentuknya efek-efek komunikasi pada khalayak seperti yang diharapkan komunikator pada proses komunikasi efektif.

Televisi telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kebutuhan manusia dan menjadi salah satu sarana hiburan untuk melepaskan diri dari rutinitas yang melelahkan dan terkadang membosankan. Hal inilah yang mendorong stasiun televisi berlomba untuk menyajikan acara yang dapat menghibur, mendidik, sekaligus memberikan informasi. Masing-masing stasiun televisi bersaing untuk membuat program bermutu yang dapat menarik *audience* sebanyak mungkin.

Pesatnya teknologi juga memiliki andil yang cukup besar dalam dunia industri penyiaran. Program-program penyiaran pada masa lalu hanya sedikit ragamnya, seperti berita, kuis, dan sinetron. Namun, seiring dengan perkembangan kebutuhan manusia akan hiburan, maka jenis dari format acara-acara televisi pun semakin bertambah, seperti *reality show*, *variety show*, *talkshow*, *infotainment*, dan *edutainment*.

Pada saat ini industri pertelevisian semakin marak dengan tayangan-tayangan yang bergenre komedi, baik yang berupa Sketsa, Sitkom, dan lain-lain bahkan acara-acara *talkshow*, *reality show*, dan yang lainnya banyak yang membuat dengan nuansa komedi, antara lain adalah program acara Opera Van Java yang ditayangkan di Trans7.

Opera van java adalah salah satu program tayangan Trans7 yang pernah menduduki rating tertinggi selama beberapa tahun yaitu tahun 2008 sampai 2013 juga sempat meraih penghargaan di Panasonic Gobel Award ditahun 2010, 2011, dan 2012 setelah itu sempat masuk dinominasinya pada tahun selanjutnya yaitu 2013 dan 2014 dan sempat masuk nominasi NET. ONE Choice Awards 2014.

Penelitian dilakukan di kalangan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman, angkatan 2011, 2012 dan 2013 dengan alasan bahwa populasi tersebut dianggap memiliki pemahaman yang baik tentang media sebagai salah satu bentuk pencarian informasi dan hiburan. Selain itu ada banyak episode Opera Van Java dihadiri oleh mahasiswa sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan dari sudut pandang mahasiswa.

Berangkat dari latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian “Hubungan antara Tayangan Komedi Opera Van Java di Trans 7 Dengan Tingkat Kepuasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman”.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas maka perumusan masalahnya adalah :

Apakah terdapat hubungan antara tayangan Komedi Opera Van Java dengan Tingkat Kepuasan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman.

### **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara tayangan komedi Opera Van Java dengan tingkat kepuasan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman.

### **Kerangka Dasar Teori**

#### ***Teori Uses and Gratification***

Teori *uses and gratification* (Kegunaan dan Kepuasan) dikemukakan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz, menurut mereka individu dalam menggunakan 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 didalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori ini mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.

Teori *Uses and Gratification* 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. Menurut pendapat teori 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, penggunaan teori ini dapat dilihat dalam kasus selektivitas music personal. Kita menyeleksi musik tidak hanya karena cocok dengan lagunya, tetapi juga untuk motif- motif yang lain, misalnya untuk gengsi diri, kepuasan batin, atau sekedar hiburan.

Kita bisa memahami interaksi orang dengan media melalui pemanfaatan media. Khalayak akan menggunakan media massa yang berguna bagi dirinya dan cenderung akan menghindar jika media massa tersebut kurang berguna bagi dirinya, sehingga studi dalam teori ini memusatkan perhatiannya pada penggunaan (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratifications*) atas kebutuhan khalayak.

#### ***Media Exposure***

*Media Exposure* atau terpaan media menurut Rosengren (1974), adalah penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media, media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Terpaan media dapat diukur melalui frekuensi, durasi, dan atensi dari individu (Rakhmat, 2009 :207).

(Rakhmat, 2009 :206-207) Elemen”pola terpaan media yang berlainan” pada teori *Uses and Gratifications* berkaitan dengan *media exposure* atau terpaan media, karena mengacu pada kegiatan menggunakan media. Adapun batasan *exposure* menurut shore :

“Exposure is more complicated than access because its deal not only with what a person is within physically (range of the particular mess medium) but also wether a person is actually expose no message. Expose is hearing, seeing, reading, or most generally, experiencing, with at least a minimal amount of interest, the mass media message. This exposure might occure at an individual or group level”. (Shore;1985,26).

Sehingga *exposure* lebih dari sekedar mengakses media. *Exposure* merupakan kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan- pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang terjadi pada individu atau kelompok.

### **Komunikasi Massa**

Komunikasi massa yang paling sederhana dirumuskan oleh Bittner (Rakhmat, 2009:188), yakni : “*Mass communication is message communicated through a mass medium to a large number of people*”(komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang).

Definisi lain mengenai komunikasi massa menurut Joseph A. Devito (dalam Onong Uchjana Effendy, 2013:21) yaitu:

- a. Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar didefinisikan.
- b. Komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio, surat kabar, majalah, film, dan buku.

Komunikasi massa sebagai salah satu proses komunikasi memiliki ciri-ciri khusus yang disebabkan oleh sifat- sifat komponennya yaitu: (1) komunikasi massa berlangsung satu arah, (2) komunikator pada komunikasi massa melembaga, (3) pesan pada komunikasi massa bersifat umum, (4) media komunikasi massa menimbulkan keserempakan, (5) komunikan komunikasi massa bersifat heterogen (Onong Uchjana Effendy 2013:21).

Adapun ciri- ciri atau karakteristik komunikasi massa dalam buku Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala, Siti Karlina, (2009:6) yakni :

1. Komunikator Terlembagakan.

2. Pesan Bersifat Umum.
3. Komunikannya Anonim dan Heterogen.
4. Media Massa Menimbulkan Keserempakan.

Selain itu ada pula fungsi komunikasi massa Menurut Harold D. Lasswell (dalam Nurudin, 2007:64), fungsi komunikasi massa meliputi: (1) *surveillance of the environment* (fungsi pengawasan); (2) *correlation of the part of society in responding to the environment* (fungsi korelasi); (3) *transmission of the social horitage from one generation to the next* (fungsi pewarisan sosial). Sama seperti pendapat Lasswell, Charles Robert Wright menambah fungsi *entertainment* (hiburan) dalam fungsi komunikasi massa.

### ***Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa***

Televisi, radio dan film dapat digolongkan pada media massa elektronik. Kehadiran media massa tersebut di tengah- tengah masyarakat dapat memberikan manfaat yang cukup besar bagi penyampaian informasi. Media televisi sebagai media massa memiliki keunggulan dibandingkan media massa lainnya karena sifatnya yang *audio visual* dan penyampaian pesan secara langsung. Menurut Deddy Iskandar Muda (2008:4), televisi merupakan perkembangan medium berikutnya setelah radio yang diketemukan dengan karakternya yang *spesifik* yaitu *audio visual*. Televisi terdiri dari istilah *tele* dan *vision*. *Tele* berarti jauh dan *vision* berarti penglihatan. Jadi televisi berarti penglihatan dari jauh. Penglihatan dari jauh ini diartikan sebagai gambar dan suara yang dibuat disuatu tempat dan dapat dilihat dari tempat yang lain melalui perangkat pemancar.

Televisi adalah paduan radio (*broadcast*) dan film (*moving picture*). Para penonton di rumah- rumah tidak mungkin menangkap siaran televisi kalau tidak ada unsur- unsur radio. Dan tak mungkin dapat melihat gambar- gambar yang bergerak pada layar pesawat televisi, jika tidak ada unsur- unsur film” (Onong Uchjana Effendy, 2013: 174). Dengan adanya perpaduan tersebut maka televisi biasa disebut sebagai media *audio visual*. Sebagai media yang *audio visual*, televisi mampu memberikan informasi melalui gambar yang divisualisasikan oleh unsur- unsur film dan suara yang ditransmisikan ke pemancar melalui unsur- unsur radio pada televisi. Inilah keunggulan yang dimiliki oleh televisi dibandingkan dengan media komunikasi lainnya.

Perkembangan televisi berlangsung cepat dari massa ke massa sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih. Televisi sangat efektif digunakan dalam penyampaian pesan kepada khalayak yang jumlahnya banyak dan tersebar luas. Keberadaan televisi ditengah- tengah masyarakat dapat pula mempengaruhi persepsi masyarakat dan memiliki peran yang besar dalam pembentukan perilaku masyarakat.

### ***Kepuasan Penggunaan Media Massa***

Menurut Kotler (1997:36), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap hasil dan harapan- harapannya. Dalam menggunakan media massa, kepuasan diartikan oleh Onong (1993:294) sebagai situasi atau perasaan puas (enak) pada individu ketika tujuannya didalam menggunakan media tersebut tercapai. Menurut Jalaluddin Rakhmat (2007:67), efek yang berupa kepuasan menyajikan informasi perihal kemampuan media untuk memberikan kepuasan.

Dalam penelitian ini, kepuasan yang digunakan oleh penulis yaitu berdasarkan pada operasionalisasi Dennis McQuail. Dennis McQuail (1989:72) mengatakan, “ sejumlah daftar inventarisasi menyangkut kepuasan, kesenangan, dan pemakaian terhadap khalayak media atau teori *uses and gratifications* yang mencerminkan tingkat keteraturan dan prediksibilitas yang meyakinkan. Hal tersebut sekurang- kurangnya sudah cukup untuk dijadikan sebagai kerangka dasar kepuasan individu”. Berikut operasionalisasi kepuasan menurut Dennis McQuail dan kawan- kawan:

1. Informasi (*Surveillance*)
2. Identitas Pribadi (*Personal Identity*)
3. Integrasi dan Interaksi Sosial (*Personal Relationship*)
4. Hiburan (*Entertainment*)

### ***Hipotesis***

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat hubungan antara Tayangan Komedi Opera Van Java dengan tingkat Kepuasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman.

H<sub>1</sub> : Terdapat hubungan antara Tayangan Komedi Opera Van Java dengan tingkat Kepuasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman.

### **Metode Penelitian**

#### ***Jenis Penelitian***

Jenis penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini bersifat korelasional dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen dalam mengumpulkan data penelitian.

#### ***Populasi dan Sampel***

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik suatu kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman Samarinda dengan alasan bahwa mahasiswa merupakan kaum terpelajar yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi. Dengan tingkat pendidikan yang tinggi

tersebut, tentu membuat mahasiswa memiliki intelektualitas yang memadai. Hal ini diharapkan akan berpengaruh pada proses pemilihan acara serta mampu mengkritisi program acara yang disajikan oleh media massa khususnya dalam penelitian ini adalah televisi. Selain itu populasi tersebut dianggap memiliki pemahaman yang baik tentang media sebagai salah satu bentuk pencarian informasi dan hiburan dikarenakan telah menyelesaikan pembelajaran dibidang komunikasi massa dan media. Adapun yang menjadi sampel yaitu mahasiswa angkatan 2011, 2012, dan 2013 sebanyak 65 responden yaitu 10% dari jumlah seluruh mahasiswa angkatan tersebut.

### ***Teknik Pengumpulan Data***

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data melalui literatur ataupun bahan pendukung dalam penelitian, observasi, serta pengisian kuesioner oleh responden.

### ***Alat Pengukur Data***

Pada penelitian ini alat ukur data yang digunakan adalah skala ordinal dengan metode likert. Skala ordinal adalah skala yang berdasarkan ranking atau urutan dari jenjang yang paling tinggi ke rendah atau sebaliknya sedangkan metode likert untuk mengukur sikap seseorang tentang suatu objek dengan kriteria sistem skor yaitu meminta kepada responden sebagai individu untuk menjawab suatu pertanyaan dengan jawaban sangat setuju (SS), setuju (S), tidak bisa memutuskan (N), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Masing-masing jawaban dikaitkan dengan angka atau nilai, misalnya SS = 5, S = 4, N = 3, TS = 2, STS = 1 bagi suatu pernyataan yang mendukung sikap positif dan nilai-nilai sebaliknya yaitu SS = 1, S = 2, N = 3, TS = 4, STS = 5 bagi pernyataan yang mendukung sikap *negative*.

### ***Teknik Analisis Data***

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data koefisien korelasi *Rank Spearman*.

Uji Korelasi Rank Spearman menggunakan rumus :

$$r_s = \frac{\Sigma X^2 + \Sigma Y^2 - \Sigma d_i^2}{2\sqrt{\Sigma X^2 \times \Sigma Y^2}} \quad \text{Sidney Siegel (2011 : 256- 257)}$$

Keterangan:

$r_s$  = Koefisien Korelasi *Rank Spearman*

$\Sigma d_i^2$  = Jumlah keseluruhan  $d_i^2$  dimana  $d_i$  merupakan harga masing-masing objek yang diperoleh dari selisih antara rangking X dan Y.

X = *Independent Variabel* yaitu tayangan Opera Van Java

- Y = *Dependent Variabel* yaitu kepuasan  
N = Jumlah responden  
t = Banyaknya himpunan yang berangka sama  
T = Faktor korelasi  
12 = Bilangan Konstan

$$T = \frac{t^3 - t}{12}$$

Dimana untuk mencari  $\Sigma X^2$  dan  $\Sigma Y^2$  yaitu;

$$\Sigma X^2 = \frac{N^3 - N}{12} - \Sigma T_x$$

$$\Sigma Y^2 = \frac{N^3 - N}{12} - \Sigma T_y$$

Untuk melihat seberapa kuat korelasi antar variabel digunakan koefisien korelasi menurut Sugiyono (2009: 184) sebagai berikut :

- 0,00 – 0,199 : hubungan sangat rendah  
0,20 – 0,399 : hubungan rendah  
0,40 – 0,599 : hubungan sedang  
0,60 – 0,799 : hubungan kuat  
0,80 – 1,000 : hubungan sangat kuat

Selanjutnya untuk pengujian signifikansi  $r_s$  yang kita hasilkan dapat di uji menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t = r_s \sqrt{\frac{N-2}{1-r_s^2}}$$

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka hubungannya signifikan

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka hubungannya tidak signifikan

## Pembahasan

Dari hasil penelitian yang dilakukan tentang hubungan antara tayangan dengan kepuasan, terdapat indikator variabel Tayangan Opera Van Java (X) yang digunakan penulis dalam penelitian ini, diuraikan sebagai berikut :

### Terpaan Media

Terpaan media diukur melalui frekuensi, durasi dan atensi dari individu. Sub-variabel atau indikator terpaan media diuraikan dalam 7 pernyataan. Dari ketujuh item pernyataan yang telah diajukan kepada responden tentang terpaan media (*media exposure*) dapat diketahui bahwa terpaan media cukup tinggi, hal ini dapat dilihat dari hasil jawaban responden. Dari ketiga klasifikasi yang digunakan dalam mengukur terpaan media rata-rata yang menjawab sangat setuju



dan setuju selalu lebih besar persentasenya dibandingkan dengan yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju. Dari uraian pada indikator ini responden memilih kategori jawaban setuju dengan presentase terbesar dalam salah satu pernyataan mengenai atensi yaitu 70,8%. Hal ini mengindikasikan bahwa tayangan ini mendapat perhatian yang besar. Namun secara keseluruhan pada indikator ini responden memilih kategori jawaban dengan persentase terbesar adalah setuju dengan persentase 44,4% . Hal ini mengindikasikan bahwa terpaan media cukup besar.

Kemudian indikator pada variabel kepuasan (Y) yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Informasi

Kepuasan Informasi diuraikan dalam 4 pernyataan. Dari keempat item pernyataan yang telah diajukan kepada responden tentang kepuasan informasi dapat diketahui bahwa kepuasan akan informasi terpenuhi, hal ini dapat dilihat dari hasil jawaban responden yang rata- rata lebih banyak menjawab setuju. Jika dilihat secara keseluruhan pada indikator ini responden memilih kategori jawaban dengan persentase terbesar adalah setuju dengan persentase 63,8%.

b. Identitas Pribadi

Kepuasan Identitas diuraikan dalam 5 pernyataan. Dari kelima item pernyataan yang telah diajukan kepada responden tentang kepuasan identitas pribadi dapat diketahui bahwa kepuasan akan identitas pribadi melalui tayangan ini tidak terpenuhi, hal ini dapat dilihat dari hasil jawaban responden yang rata-rata lebih banyak menjawab tidak setuju. Jika dilihat secara keseluruhan pada indikator ini responden memilih kategori jawaban dengan persentase terbesar adalah tidak setuju dengan persentase 39,7%.

c. Integrasi dan Interaksi Sosial

Integrasi dan interaksi sosial diuraikan dalam 4 pernyataan. Dari keempat item pernyataan yang telah diajukan kepada responden tentang kepuasan integrasi dan interaksi sosial dapat diketahui bahwa kepuasan akan integrasi dan interaksi sosial melalui tayangan ini terpenuhi, hal ini dapat dilihat dari hasil jawaban responden yang rata- rata lebih banyak menjawab setuju. Jika dilihat secara keseluruhan pada indikator ini responden memilih kategori jawaban dengan persentase terbesar adalah setuju dengan persentase 37,3%.

d. Hiburan

Kepuasan hiburan diuraikan dalam 5 pernyataan. Dari kelima item pernyataan yang telah diajukan kepada responden tentang kepuasan hiburan dapat diketahui bahwa kepuasan akan hiburan melalui tayangan ini terpenuhi, hal ini dapat dilihat dari hasil jawaban responden yang rata- rata lebih banyak menjawab setuju. Jika dilihat secara keseluruhan pada indikator ini responden memilih kategori jawaban dengan persentase terbesar adalah setuju dengan persentase 56%.

Dari data tersebut tayangan opera van java jika dihubungkan dengan kepuasan mahasiswa ilmu komunikasi hubungan kedua variabel ini masuk dalam

kategori kuat. Hal ini terlihat dari hasil  $r_s$  hitung sebesar 0,651 dalam koefisien korelasi menurut sugiyono masuk dalam kategori hubungan kuat.

Adapun menurut tabel B nilai kritis  $t$  untuk tingkat signifikansi 0,05 dan  $df = N - 2 = 63$  pada uji dua arah adalah 2.000. Karena nilai  $t$  hasil pengamatan lebih besar dari 2.000 maka dapat disimpulkan hubungan antara tayangan komedi opera van java dengan tingkat kepuasan mahasiswa adalah signifikan yaitu  $t_{hitung} = 6.809 > t_{tabel} = 2.000$ . Ini berarti  $H_1$  diterima yang artinya terdapat hubungan antara variabel X dengan variabel Y.

Hasil penelitian ini membuktikan dan mendukung teori pendekatan penggunaan dan kepuasan (*Uses and gratification*) menunjukkan bahwa yang menjadi masalah utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak yang aktif sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan tertentu. Orang – orang yang memiliki kesenangan akan tayangannya masing-masing akan memanfaatkan dan mencari kepuasan pada media yang bisa memberikan kebutuhannya daripada media yang lain. Hal ini berarti pemirsa menjadi pihak aktif dalam memanfaatkan media massa (Nurudin, 2007:191-194).

Selanjutnya jika melihat hasil penelitian maka responden merupakan pihak aktif dalam memanfaatkan media massa. Hal ini terlihat dari hasil penelitian yang menunjukkan hubungan yang kuat dan signifikan antara kedua variabel yaitu tayangan komedi Opera Van Java (X) dengan kepuasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman(Y). Dengan melihat rutinitas mahasiswa yang cukup banyak tentu mereka membutuhkan media sebagai pendukung dalam rutinitas tersebut. Mereka bebas memilih media mana yang dianggap bisa memuaskan kebutuhan mereka.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa antara tayangan komedi opera van java dengan tingkat kepuasan mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Mulawarman terdapat hubungan yang kuat, hal ini dibuktikan dari hasil  $r_s$  hitung sebesar 0,651 yang masuk dalam kategori hubungan kuat dalam koefisien korelasi menurut Sugiyono (2009: 184) sebagai berikut :

0,00 – 0,199	: hubungan sangat rendah
0,20 – 0,399	: hubungan rendah
0,40 – 0,599	: hubungan sedang
0,60 – 0,799	: hubungan kuat
0,80 – 1,000	: hubungan sangat kuat

kemudian diperkuat dengan hasil uji  $t$  sebesar 6,809, karena nilai  $t$  hasil pengamatan lebih besar dari 2.000 maka dapat disimpulkan hubungan antara tayangan komedi dengan kepuasan adalah signifikan yaitu  $t_{hitung} = 6,809 > t_{tabel} =$

2.000 ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti bahwa terdapat hubungan antara tayangan komedi opera van java dengan tingkat kepuasan mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Mulawarman.

### Saran

Setelah peneliti melakukan, mencermati, dan menarik kesimpulan dari penelitian ini, peneliti memiliki saran sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian ini diharapkan tim kreatif Opera Van Java mampu memberikan ide- ide yang segar dengan nuansa yang lebih baru misalnya untuk merekrut beberapa pelawak baru untuk menambah variasi dalam karakter pemeran Opera Van Java.
2. Dari hasil penelitian ini juga diharapkan kepada stasiun televisi Trans 7 agar mampu kembali memberikan sajian tayangan- tayangan komedi berkualitas ditengah persaingan banyaknya kompetitor tayangan komedi di Indonesia.
3. Dari hasil penelitian ini juga diharapkan bagi kaum akademisi agar dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya sehingga diperoleh hasil yang lebih baik.

### Daftar Pustaka

- Ardianto, Komala, Karlinah, 2009. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*.SRM.PT, Bandung
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, Burhan. 2008. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- De Fleur, Melvin. 1983. *Theories of Mass Communication*. New York: Logman
- Effendy, Onong Uchjana. 2013 . *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya,
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. "*Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi*" . Bandung: Citra Aditya Bakti
- Kriyantono. Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana. Prenada Media Group.
- McQuail, Denis. 1994, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Jakarta: Erlangga.
- Muda, Deddy Iskandar. 2008. *Jurnalistik Televisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurudin, 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta :Raja Grafindo Persada
- Rakhmat, Jalaludin. 2009. *Psikologi Komunikasi*, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. 2012. *Metode Penelitian Komunikasi di Lengkapi Contoh Analisis Statistik*, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2009. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Siegel, Sidney. 2011. *Statistik Nonparametrik Untuk Ilmu- Ilmu Sosial*. Jakarta: PT.Gramedia.

**Sumber lain :**

(online).([http://id.wikipedia.org/wiki/Opera\\_Van\\_Java](http://id.wikipedia.org/wiki/Opera_Van_Java)) diakses tanggal 16 februari 2014

(online).(<http://www.agbnielsen.co.id>), diakses tanggal 21 September 2013).

Rating peringkat pertama acara komedi TV , Opera Van Java (TRANS7) dengan 4.89 (online).([www.indorating.com](http://www.indorating.com)) , di akses tanggal 13 November 2013)

Luhukay, Edward. 2010. “Overa Van Java “teratas”. (online) (<http://www.gatra.com>), diakses tanggal 23 September 2013).

(online).(<http://www.gatra.com>), Diakses tanggal 23 September 2013)

(online).([http://id.wikipedia.org/wiki/Opera\\_Van\\_Java](http://id.wikipedia.org/wiki/Opera_Van_Java)) (diakses pada tanggal 2 april 2015 Pukul 22.15)