

Saufika Enggar edukasinya ialah seorang ibu rela menjual ginjalnya untuk membelikan sang anak HP dan laptop, akan tetapi sang anak memberontak terlebih dahulu karena sang ibu yang dulunya hanya orang susah. Ketika sang anak mengetahui bahwa sang ibu menjual ginjalnya kemudian si anak meminta maaf dan menangis ke sang ibunda.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

a. KESIMPULAN

1. *Interviewee* menjawab kebutuhan menonton sebagai hiburan, kesenangan, menggali informasi dari permasalahan bintang tamu (mendapatkan pengalaman), *update* informasi masa kini.
2. Kegunaan dalam menonton Rumah Uya ialah untuk mengimplikasikan dan menghubungkan isi tayangan program ke kehidupan di masyarakat, menyukai *Reality Show*, melihat dampak positif isi tayangan Rumah Uya.
3. Kesimpulan pada penelitian ini menjawab bahwa dari sebelas *interviewee* memaknai kegunaan dan kebutuhan mahasiswa Ilmu Komunikasi pada isi tayangan Rumah Uya berbeda-beda. Sekalipun *interviewee* sama-sama mampu menjawab dari semua pertanyaan peneliti, tetapi dalam pemaknaannya terdapat berbeda.

b. SARAN

1. Peneliti mengakui keterbatasan pada *interviewee* yang kurang lengkap dalam memilih *interviewee*. Sebaiknya memilih *interviewee* yang lebih aktif menonton Rumah Uya bukan hanya mengetahui Rumah Uya saja. Dari

sebelas *interviewee* terdapat delapan yang menonton aktif sedangkan ketiganya tidak aktif.

2. Keterbatasan selanjutnya ialah peneliti ini hanya mengetahui kegunaan dan kebutuhan, penilaian, dan minat menonton. Penelitian ini sebaiknya dilakukan dengan metode kuantitatif.



Daftar Pustaka

BUKU

- Faisal, Sanapiah. 1990. *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar dan Aplikasi*. Malang: Yayasan Asah Asih Asuh Malang
- GS Gumilang, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Bidang Bimbingan Dan Konseling* . Jurnal Fokus Konseling Volume 2 No. 2, Agustus 2016 Hlm 155.
- Herdiansyah, Hans.2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, Salemba Humanika, Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Penerbit Prenada Media Group
- Mar'at. 1981. *Sikap Manusia: 'Perubahan Serta Pengukurannya'*. Bandung: Ghalia Indonesia.
- Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Analisis Isi dan Analisis Data*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- McQuail, Denis. 1987. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. (2006) *Metode Penelitian Kualitatif*, Penerbit PT Rosdakarya Offset, Bandung
- Mulyana, Deddy dan Solatun. 2007. *"Metode Penelitian Komunikasi contoh-contoh penelitian kualitatif dengan pendekatan praktis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset Bandung
- Narbuko, Cholid. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Nurudin. (2007) *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada

Pujileksono, Sugeng. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Malang: Penerbit Kelompok Intrans Publishing

Purwanto (2008). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi dan Pendidikan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar Offset

Richard, dkk (2010). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.

Romli, Khomsahrial. (2016). *Komunikasi Massa*, Jakarta: Penerbit PT Grasindo.

Ruslan, Rosady (2010). *Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: Penerbit PT RajaGrafindo Persada.

Shoemaker, J Pamela and Reese, D Sthephen, 1991. *Mediating The Message : Theories of Influences on Mass Media Content*. Longman, USA

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta

INTERNET

etd.repository.ugm.ac.id/.../D3-2017-370393-introduction.pdf

<http://ekbis.harianjogja.com/read/2018/06/07/502/920858/jumlah-penonton-tv-pendengar-radio-pacu-pertumbuhan-belanja-iklan>

https://banpt.or.id/direktori/prodi/pencarian_prodi diakses 11/11/18 pukul

[21:00](#)

LAMPIRAN
 PEDOMAN WAWANCARA
 (INTERVIEW GUIDE)

TEORI	SUB TEORI	PERTANYAAN
USES AND GRATIFICATION	 <p style="text-align: center;">Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah anda pernah menonton Rumah Uya? 2. Seberapa aktif anda menonton Rumah Uya (sangat aktif seminggu 4-5kali), aktif (3-2kali), tidak aktif (0).berikan alasannya 3. Mengapa anda aktif menonton acara rumah uya? Berikan alasannya 4. Jelaskan tujuan anda menonton.
	<p>Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan dan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat pada anggota khalayak</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa anda puas dengan tayangan rumah uya? Berikan alasannya

		<p>2. Apakah menonton rumah uya menjawab kebutuhan anda?sebutkan dan jelaskan.</p>
	 <p>Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan</p>	<p>1. Apakah anda menonton acara yang serupa (rumah uya) di media lain? Jika ada, sebutkan.</p> <p>2. Berikan alasan mengapa anda membutuhkan media lain? apakah media tersebut (selain rumah uya) menjawab kebutuhan yang anda cari?</p>
	<p>Orang mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat, dan motif sehingga dapat</p>	<p>1. Apakah anda minat atau tertarik menonton rumah uya?</p> <p>2. Apa motif atau tujuan adan menonton rumah uya?</p>

	<p>memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut kepada para peneliti</p>	<p>3. Menurut anda apakah program TV rumah uya memberikan edukasi yang akurat atau tepat?</p>
	<p>Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak</p> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut anda bagaimana sikap bintang tamu ketika program TV rumah uya berjalan? 2. Menurut anda bagaimana sikap Uya Kuya ketika program TV rumah uya berjalan? 3. Menurut anda bagaimana sikap Ibu Qurrota A'ayun ketika program TV rumah uya berjalan? 4. Apakah tayangan rumah uya memberikan edukasi tentang budaya atau

		kebiasaan orang Indonesia pada umumnya?
--	--	---

