

Motif Dan Kepuasan Penonton Terhadap Program Lapor Pak! di Desa Tanra Tuo, Kabupaten Pinrang

Muhammad Sidiq, Iskandar, Sulvinajayanti dan Wahyuddin

Institut Agama Islam Negeri Parepare

E-mail: muhammadsidiq@iainpare.ac.id, iskandar@iainpare.ac.id,
sulvinajayanti@iainpare.ac.id dan wahyuddin@iainpare.ac.id

Abstract

This study examines the motives and audience satisfaction with the Lapor Pak! program in Tanra Tuo Village, Pinrang Regency, focusing on the dimensions of information, personal identity, social integration, and entertainment. This phenomenon arose due to the high popularity of Lapor Pak! which combines comedy, satirical humor, and social issues, and its influence on rural communities that have not been affected by similar programs. The main objective of this study is to understand the factors that encourage viewers to watch Lapor Pak! and the level of satisfaction they feel related to these dimensions. The research method used was a quantitative approach with a survey design, where data was collected using a questionnaire measured on a 1-5 Likert scale. Validity and reliability tests were conducted to ensure that the instrument used could provide accurate and consistent results, with the validity test results showing all items were valid and reliability was very high (Cronbach's Alpha > 0.9). The findings of the study show that entertainment motives dominate viewer motivation (average 4.275), followed by information motives (4.043), personal identity (3.687), and social integration (3.542). The level of audience satisfaction is also highest in the entertainment dimension (4.197), followed by information (3.965), personal identity (3.629), and social integration (3.588). The significance of this finding lies in Lapor Pak!'s ability to fulfill viewers' emotional and informational needs, although its function in identity formation and social integration is more supportive. The findings have merit in providing insights into how entertainment programs on television can serve as tools to reduce stress, provide social insights, and strengthen personal values among rural audiences, as well as contributing to the study of Uses and Gratification theory in the context of local communities.

Keywords: Motives, Satisfaction, Lapor Pak! Program, Uses and Gratification

Abstrak

Penelitian ini mengkaji motif dan kepuasan penonton terhadap program Lapor Pak! di Desa Tanra Tuo, Kabupaten Pinrang, dengan fokus pada dimensi informasi, identitas pribadi, integrasi sosial, dan hiburan. Fenomena ini muncul karena tingginya popularitas acara Lapor Pak! yang menggabungkan komedi, humor satire, dan isu sosial, serta pengaruhnya terhadap masyarakat pedesaan yang belum banyak merasakan manfaat oleh program sejenisnya. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memahami faktor-faktor yang mendorong penonton untuk menonton Lapor Pak! serta tingkat kepuasan yang mereka rasakan terkait dengan dimensi tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan

kuantitatif dengan desain survei, di mana data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala Likert 1–5. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dapat memberikan hasil yang akurat dan konsisten, dengan hasil uji validitas yang menunjukkan seluruh item valid dan reliabilitas yang sangat tinggi (Cronbach's Alpha > 0,9). Temuan hasil penelitian menunjukkan bahwa motif hiburan mendominasi motivasi penonton (rata-rata 4.275), diikuti oleh motif informasi (4.043), identitas pribadi (3.687), dan integrasi sosial (3.542). Tingkat kepuasan penonton juga tertinggi pada dimensi hiburan (4.197), diikuti oleh informasi (3.965), identitas pribadi (3.629), dan integrasi sosial (3.588). Signifikansi temuan ini terletak pada kemampuan Lapor Pak! untuk memenuhi kebutuhan emosional dan informasi penonton, meskipun fungsinya dalam pembentukan identitas dan integrasi sosial lebih bersifat pendukung. Temuan ini memiliki manfaat dalam memberikan wawasan tentang bagaimana program hiburan di televisi dapat berfungsi sebagai alat untuk mengurangi stres, memberi wawasan sosial, dan menguatkan nilai-nilai pribadi di kalangan penonton di wilayah pedesaan, serta memberi kontribusi pada kajian teori Uses and Gratification dalam konteks masyarakat lokal.

Kata Kunci: *Motif, Kepuasan, Program Lapor Pak!, Uses and Gratification*

A. PENDAHULUAN

Era digital yang semakin terakselerasi, televisi masih memainkan peran penting dalam membentuk preferensi hiburan masyarakat ¹, khususnya di daerah non-metropolitan. Salah satu program televisi yang menonjol dalam beberapa tahun terakhir adalah *Lapor Pak!* yang tayang di Trans 7 ². Program ini memadukan unsur drama, komedi, dan satir hukum dalam format *variety show*. Popularitasnya meroket dengan jutaan penonton per episode, bahkan sempat mencetak rekor tayangan komedi dengan jumlah penonton terbanyak pada tahun 2021. Namun, di balik kepopulerannya, muncul kritik tajam terhadap isi kontennya, khususnya terkait representasi gender dan nilai-nilai sosial yang dibawa. Di sinilah pentingnya mengevaluasi tidak hanya popularitas *Lapor Pak!*, tetapi juga bagaimana masyarakat, khususnya di tingkat desa, memaknai tayangan tersebut dalam kaitannya dengan motif menonton dan tingkat kepuasan yang dirasakan.

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji motif dan kepuasan audiens terhadap program hiburan berbasis teori *Uses and Gratification*, seperti yang dilakukan oleh ³ pada program *Inbox* dan oleh terhadap *Tonight Show*. Hasil-hasil tersebut menunjukkan bahwa penonton tidak selalu terpuaskan secara utuh oleh program yang mereka konsumsi, dan bahwa motif tertentu seperti identitas pribadi

¹ Rhani Febria et al., "Ideologi Kapitalisme Dalam Iklan Susu Anak Di Televisi: Kajian Analisis Wacana Kritis," *Diglosia : Jurnal Pendidikan, Kebahasaan, Dan Kesusastraan Indonesia* 9, no. 1 (2025): 124–38; Deska Yoga Pratama, Ilham Mohamad Iqbal, and Nadiem Attar Tarigan, "Makna Televisi Bagi Generasi Z," *Inter Komunika : Jurnal Komunikasi* 4, no. 1 (2019): 88, <https://doi.org/10.33376/ik.v4i1.292>; Alif Putra Rinidji and Dasrun Hidayat, "Perubahan Perilaku Masyarakat Dalam Menghadapi Transformasi Digital Dalam Penyiaran Televisi (Studi Kasus Mengenai Kebiasaan Baru Masyarakat Di Desa Cincin Dalam Menyikapi Digitalisasi Penyiaran Televisi)," *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik* 11, no. 1 (2024): 167–76, <https://doi.org/10.37676/professional.v11i1.6241>; Defita Khoirunnisa and Badarudin Azarkasyi, "Pengaruh Program Literasi Media KPID Sumatera Selatan Terhadap Peningkatan Minat Masyarakat Dalam Palembang," *Journal Of Social And Political Science* 02, no. 1 (2025): 1–15.

² Ridwan Allam Zhafarry and Amin Shabana, "Pengaruh Tayangan Komedi Lapor Pak! Terhadap Loyalitas Menonton Program Di Trans7," *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora* 1, no. 4 (2023): 203–10, <https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i4.560>; Agus Ardianto, Achmad Tolla, and Amal Akbar, "Karakteristik Percakapan Rayuan Gombal Pada Acara 'Lapor Pak' Trans 7," *Jurnal Konsepsi* 11, no. 1 (2022): 190–201; Afdlu Vikra and Fatmawati, "Campur Kode Dalam Program Acara Lapor Pak! Di Stasiun Televisi Trans 7," *Sajak: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Sastra, Bahasa, Dan Pendidikan* 3, no. 2 (2024): 39–56.

³ D. Pangestu, W; Aritonang, Agusly I; Budiana, "Motif Dan Kepuasan Pemirsas Surabaya Dalam Menonton Program Variety Show 'Inbox' SCTV," *E-Komunikasi* 7, no. 1 (2019): 1–11.

atau hiburan kerap mendominasi. Penelitian lainnya seperti ⁴ dan ⁵ juga menyoroti pentingnya variabel informasi dan interaksi sosial sebagai pendorong konsumsi media digital dan televisi. Penelitian-penelitian ini menekankan kompleksitas pengalaman penonton yang tidak bisa direduksi pada satu motif tunggal.

Penelitian oleh ⁶ mengungkap sisi lain dari *Lapor Pak!* yaitu keberadaan humor seksis yang merendahkan perempuan, mencerminkan ideologi patriarki dalam narasi media. Menggunakan pendekatan semiotika John Fiske, studi tersebut menunjukkan bahwa bahkan hiburan populer dapat mereproduksi kekerasan simbolik yang subtil namun berdampak luas. Namun demikian, masih sedikit penelitian yang menjelaskan bagaimana penonton dari kalangan akar rumput seperti masyarakat pedesaan menafsirkan konten semacam ini. Apakah mereka menyadari dimensi ideologis di balik humor? Ataukah motif hiburan lebih dominan sehingga unsur simbolik cenderung diabaikan?

Meskipun sejumlah studi telah mengulas motif dan kepuasan menonton program televisi, terdapat kesenjangan signifikan dalam konteks komunitas lokal pedesaan. Sebagian besar penelitian sebelumnya dilakukan pada populasi urban, mahasiswa, atau pengguna media digital seperti YouTube. Padahal, karakteristik sosiokultural masyarakat desa berbeda secara signifikan dari masyarakat perkotaan, baik dari segi akses media, latar pendidikan, maupun cara menginterpretasi pesan media. Oleh karena itu, studi mengenai motif dan kepuasan penonton *Lapor Pak!* di Desa Tanra Tuo, Kabupaten Pinrang menjadi penting sebagai upaya memperluas cakupan wacana akademik tentang resepsi media.

Penelitian ini menawarkan kebaruan melalui penerapan pendekatan kuantitatif berbasis teori *Uses and Gratification* dalam konteks masyarakat desa

⁴ Ihsan Mughni Hidayat, Muh Khoyin, and Subagio Budi Prajitno, "Pengaruh Motif Pengguna Media Terhadap Kepuasan Mengakses Konten Youtube Narasi Newsroom," *ANNABA: Jurnal Ilmu Jurnalistik* 9, no. September (2024): 227–48.

⁵ Lidya Crisnanda Diwangsa, Agusly Irawan Aritonang, and Chory Angela Wijayanti, "Motif Dan Kepuasan Subscriber Menonton Program Mata Najwa Di YouTube Channel Narasi TV," *Jurnal E-Komunikasi* 7, no. 2 (2019): 1–11, <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/10301>.

⁶ Adinna Islah Perwita, Eyora Jasmine Nan Kinasih, and Alfian Muhazir, "Analisis Semiotika: Humor Seksis Dalam Acara Komedi 'Lapor Pak!,'" *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 01 (2024): 31–43, <http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>.

yang masih jarang dijadikan fokus dalam studi-studi media televisi kontemporer. Dengan mengadopsi model *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO), penelitian ini akan mengukur secara sistematis kesenjangan antara harapan dan kenyataan kepuasan yang dirasakan penonton. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi motif dominan masyarakat Desa Tanra Tuo dalam menonton program *Lapor Pak!* serta mengukur tingkat kepuasan yang mereka rasakan. Penelitian ini juga berupaya mengungkap apakah terdapat kesenjangan antara motif dan kepuasan, serta menjelaskan dinamika sosial-budaya yang memengaruhi resepsi masyarakat terhadap konten program tersebut. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori *Uses and Gratification* dalam konteks kultural yang lebih luas.

Secara teoritis, penelitian ini berpijak pada pandangan bahwa media tidak hanya sebagai saluran pasif bagi konsumen, tetapi sebagai arena interaktif di mana khalayak secara aktif memilih, menginterpretasi, dan merespon pesan media sesuai kebutuhan dan konteks hidupnya. Berdasarkan pendekatan *Uses and Gratification*, studi ini menguji asumsi bahwa motif tertentu akan menghasilkan kepuasan jika terpenuhi oleh konten media. Namun, dalam konteks program dengan muatan simbolik yang kompleks seperti *Lapor Pak!*, dimungkinkan terjadi disonansi antara hiburan yang dicari dan nilai-nilai yang secara implisit disampaikan. Kontribusi ilmiah dari penelitian ini terletak pada pemetaan motif dan kepuasan penonton dalam konteks rural Indonesia, yang hingga kini kurang dieksplorasi. Sementara kontribusi praktisnya dapat menjadi pertimbangan bagi produser program televisi nasional dalam merancang konten yang lebih sensitif terhadap konteks budaya dan gender. Penelitian ini juga dapat menjadi dasar bagi literasi media di tingkat desa agar masyarakat tidak hanya menjadi konsumen pasif tetapi juga mampu bersikap kritis terhadap isi siaran televisi. Dengan demikian, studi ini menjembatani antara popularitas media, dinamika lokal, dan refleksi kritis terhadap produksi konten hiburan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif.⁷ Pendekatan ini digunakan untuk menjelaskan hubungan antara motif menonton dan kepuasan penonton terhadap program *Lapor Pak!* dengan merujuk pada teori *Uses and Gratification*.⁸ Metode ini memungkinkan peneliti mengidentifikasi dan mengukur secara objektif variabel-variabel yang mempengaruhi pola konsumsi media dalam masyarakat, serta menguji sejauh mana motif awal penonton berkorelasi dengan tingkat kepuasan yang mereka peroleh. Populasi dalam penelitian ini adalah Jumlah Keseluruhan penduduk di Desa Tanra Tuo, Kecamatan Cempa, Kabupaten Pinrang, dengan jumlah total sebanyak 1.891 orang. Teknik penarikan sampel menggunakan metode non-probability sampling jenis purposive sampling, yakni pemilihan responden berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya: (1) laki-laki dan perempuan, (2) tinggal di Desa Tanra Tuo, dan (3) pernah menonton program *Lapor Pak!* minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir. Untuk menentukan ukuran sampel, digunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 10%. Berdasarkan rumus tersebut, diperoleh jumlah sampel sebanyak 95.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu observasi nonpartisipatif, angket/kuesioner, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk mengamati konteks sosial dan kebiasaan menonton televisi di lingkungan domestik maupun komunal masyarakat desa. Teknik ini bersifat deskriptif dan melengkapi pemahaman terhadap realitas sosial yang mempengaruhi perilaku konsumsi media. Angket atau kuesioner merupakan instrumen utama pengumpulan data, disusun berdasarkan dua konsep utama dalam teori *Uses and Gratification: Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO). Kuesioner terdiri atas dua bagian utama, yaitu motif menonton dan tingkat kepuasan, masing-masing mencakup empat indikator: hiburan, informasi, identitas pribadi, dan integrasi sosial. Setiap item pernyataan diukur menggunakan skala Likert 1–5, dengan kategori: 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju. Sementara

⁷ Bambang Sugeng, *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)* (Deepublish, 2022).

⁸ Dimas Assayakurrohman et al., “Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer Metode Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer,” *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer* 3, no. 1 (2023): 1–9.

dokumentasi digunakan untuk memperoleh data sekunder dari sumber resmi seperti Trans7, kanal YouTube Trans7 Official, dan laporan audiens dari Nielsen.

Data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner diolah dan dianalisis menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 25. Tahapan pertama adalah uji validitas dengan teknik korelasi Pearson Product Moment dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel pada taraf signifikansi 0,05 dan reliabel jika nilai $\alpha > 0,6$. Setelah itu, dilakukan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan distribusi skor dari masing-masing indikator serta karakteristik demografis responden. Untuk menganalisis hubungan antara motif dan kepuasan menonton, digunakan uji korelasi, yang sesuai untuk data berskala ordinal. Selanjutnya, uji chi-square (χ^2) digunakan untuk melihat pengaruh karakteristik demografis seperti usia dan tingkat pendidikan terhadap variasi motif dan kepuasan. Terakhir, dilakukan uji *paired samples t-test* untuk mengetahui kesenjangan antara GS dan GO pada masing-masing indikator. Selisih skor tersebut menjadi ukuran untuk menilai sejauh mana program *Lapor Pak!* mampu memenuhi ekspektasi penonton. Melalui pendekatan metodologis ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan temuan yang relevan, sah, dan kontekstual terkait bagaimana laki-laki di wilayah pedesaan memaknai tayangan *Lapor Pak!*, baik dari aspek kebutuhan individual maupun kepuasan sosial-kultural yang mereka alami dalam proses konsumsi media televisi.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Sebelum angket digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur secara akurat dan konsisten. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana butir-butir pertanyaan dalam angket mampu mewakili konstruksi variabel yang diteliti, yakni *motif* dan *kepuasan* penonton terhadap program *Lapor Pak!*. Sedangkan uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi internal antar item dalam satu konstruk. Uji validitas dilakukan menggunakan teknik korelasi Pearson Product

Moment (Pearson Correlation) antara skor setiap item dengan skor total. Kriteria yang digunakan untuk menilai validitas adalah nilai r hitung $>$ r tabel pada taraf signifikansi 5% ($N = 48$, r tabel = 0,334). Apabila nilai korelasi setiap item terhadap skor total melebihi nilai r tabel dan signifikan pada $p < 0,05$, maka item tersebut dinyatakan valid. Berikut ini disajikan hasil uji validitas untuk angket motif dan kepuasan penonton.

Dimensi	Indikator Pernyataan	Nilai r (Pearson)	Keterangan
Informasi	Menonton untuk mengetahui situasi sosial	0.767	Valid
	Menonton untuk memahami isu masyarakat secara ringan dan lucu	0.774	Valid
	Mendapat wawasan baru	0.687	Valid
	Mengetahui kebijakan dan kehidupan sehari-hari	0.707	Valid
	Melihat sudut pandang berbeda tentang peristiwa sosial	0.694	Valid
Identitas Pribadi	Tokoh mencerminkan kepribadian diri	0.439	Valid
	Membantu memahami diri dan nilai pribadi	0.537	Valid
	Mendorong refleksi diri setelah menonton	0.633	Valid
	Memperkuat pandangan hidup pribadi	0.689	Valid
	Sikap dan humor tokoh sesuai dengan pribadi	0.649	Valid
Integrasi Sosial	Sebagai bahan pembicaraan dengan orang lain	0.775	Valid

	Meningkatkan kedekatan dengan keluarga/teman	0.826	Valid
	Merasa dekat dengan sesama penonton	0.776	Valid
	Dijadikan bahan diskusi di media sosial atau grup	0.759	Valid
	Merasa menjadi bagian dari komunitas penonton	0.816	Valid
Hiburan	Menghilangkan stres dan kejenuhan	0.606	Valid
	Menonton karena tayangan menghibur dan lucu	0.648	Valid
	Mengisi waktu luang dengan kegiatan menyenangkan	0.669	Valid
	Memberikan perasaan rileks dan bahagia	0.74	Valid
	Membantu melupakan masalah sementara	0.761	Valid

Tabel 4.1 Uji Validitas Angket Motif

Dimensi	Indikator Pernyataan	Nilai r (Pearson)	Keterangan
Informasi	Tayangan memberi informasi yang bermanfaat	0.826	Valid
	Informasi sesuai dengan kenyataan	0.754	Valid
	Pengetahuan bertambah setelah menonton	0.853	Valid
	Membuka cara pandang baru terhadap isu sosial	0.792	Valid
	Menjawab rasa ingin tahu tentang kehidupan masyarakat	0.872	Valid
Identitas Pribadi	Sesuai dengan nilai dan kepribadian diri	0.778	Valid

	Memperkuat cara melihat diri sendiri	0.763	Valid
	Meningkatkan rasa percaya diri	0.837	Valid
	Memberi inspirasi dalam kehidupan	0.857	Valid
	Membentuk sikap positif dalam diri	0.792	Valid
Integrasi Sosial	Bisa dibicarakan dengan orang terdekat	0.83	Valid
	Meningkatkan keakraban dengan teman atau keluarga	0.77	Valid
	Memberi ruang untuk berbagi pandangan	0.855	Valid
	Membantu merasa terhubung dengan orang lain	0.859	Valid
	Bisa mengikuti percakapan sosial terkait acara	0.872	Valid
Hiburan	Sangat menghibur	0.539	Valid
	Meningkatkan suasana hati	0.74	Valid
	Menikmati waktu menonton	0.83	Valid
	Mengalihkan perhatian dari masalah	0.824	Valid
	Membuat rileks dan senang	0.682	Valid

Tabel 4.2 Uji Validitas Angket Kepuasan

Berdasarkan hasil uji validitas yang disajikan pada Tabel 4.1 dan Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Pearson untuk angket motif dan kepuasan, seluruh item pada kedua angket menunjukkan nilai korelasi Pearson yang lebih besar dari nilai r tabel

(0,334) dengan signifikansi (p-value) $< 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semua item angket memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap skor total, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item dalam angket motif dan kepuasan penonton terhadap program *Lapor Pak!* adalah valid dan layak digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini. Selain uji validitas, reliabilitas instrumen juga diuji untuk mengetahui konsistensi internal antar item dalam satu konstruk. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,60$.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.943	20

Tabel 4.3 Uji Reliabilitas Motif

Hasil uji reliabilitas untuk angket motif penonton menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,943 dengan jumlah item sebanyak 20. Hal ini menunjukkan bahwa angket memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi dan dapat diandalkan sebagai alat ukur.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.969	20

Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Kepuasan

Sementara itu, hasil uji reliabilitas untuk angket kepuasan penonton menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,969 untuk 20 item. Nilai ini juga menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat tinggi, sehingga angket ini layak digunakan dalam penelitian.

Deskripsi Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	47	49.3	49.3	49.3
	Perempuan	48	50.7	50.7	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Tabel 4.5 Deskripsi Jenis Kelamin

Dari hasil olah data IBM SPSS Statistics Versi 25 pada Tabel 4.5, diketahui bahwa dari total 95 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, sebanyak 47 orang (49,3%) adalah laki-laki, dan 48 orang (50,7%) adalah perempuan.

Distribusi ini menunjukkan bahwa jumlah responden antara laki-laki dan perempuan tergolong seimbang, dengan komposisi perempuan sedikit lebih banyak.

Keseimbangan ini penting karena dapat mengurangi bias gender dalam persepsi responden terhadap program *Lapor Pak!*, sehingga data yang diperoleh relatif lebih representatif dari segi jenis kelamin.

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Usia	95	17	58	26.72	8.436
Valid N (listwise)	95				

Tabel 4.6 Deskripsi Usia

Dari hasil olah data IBM SPSS Statistics Versi 25 pada Tabel 4.6, diketahui bahwa responden dalam penelitian ini memiliki rentang usia antara 17 tahun hingga 58 tahun, dengan rata-rata usia sebesar 26,72 tahun dan standar deviasi sebesar 8,436. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada dalam kategori usia produktif muda, dengan variasi usia yang cukup lebar. Rentang usia yang beragam ini mencerminkan bahwa program *Lapor Pak!* ditonton oleh kalangan usia yang luas, mulai dari remaja akhir hingga dewasa. Rata-rata usia yang relatif muda

juga mengindikasikan bahwa minat terhadap program ini lebih dominan muncul dari kelompok usia dewasa awal, yang secara sosiologis berada dalam masa aktif membentuk identitas dan interaksi sosial.

Motif Penonton Terhadap Program Lapor Pak!

Untuk mengetahui alasan atau dorongan penonton dalam menyaksikan program *Lapor Pak!*, peneliti menggunakan pendekatan teori *Uses and Gratifications* yang terdiri dari empat dimensi utama, yaitu: informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, serta hiburan. Setiap dimensi diukur melalui lima item pernyataan dalam angket, dan selanjutnya diolah menjadi skor rata-rata per responden. Berikut ini hasil deskripsi statistik dari keempat dimensi motif penonton:

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
informasi	95	3.0	5.0	4.043	.5707
identitas_pribadi	95	2.4	5.0	3.687	.5886
integrasi_dan_interaksi_sosial	95	2.0	5.0	3.542	.7586
hiburan	95	3.0	5.0	4.275	.5740
Valid N (listwise)	95				

Tabel 4.7 Motif Penonton Terhadap Program Lapor Pak!

Dari hasil olah data pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa dari keempat dimensi motif menonton berdasarkan teori *Uses and Gratifications*, dimensi hiburan menempati posisi tertinggi dengan nilai rata-rata 4.275 dan standar deviasi 0.5740. Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menonton *Lapor Pak!* terutama untuk memenuhi kebutuhan relaksasi emosional, pelepasan stres, serta hiburan yang menyenangkan. Hal ini sejalan dengan format program yang dikemas dalam bentuk komedi, penuh improvisasi, dan ringan, sehingga mampu memberikan efek psikologis positif bagi penonton. Rentang skor minimum dan maksimum yang sama (3.0–5.0) pada dimensi ini juga menunjukkan bahwa tidak

ada responden yang sangat tidak setuju terhadap fungsi hiburan dari tayangan ini. Di posisi berikutnya adalah dimensi informasi, dengan rata-rata 4.043 dan standar deviasi 0.5707, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden juga menonton untuk memperoleh wawasan, mengetahui isu-isu sosial, serta memahami dinamika masyarakat melalui pendekatan yang ringan dan menghibur. Artinya, walaupun disajikan secara komedi, penonton tetap merasakan adanya transfer pengetahuan dan informasi yang relevan dan faktual dalam tayangan *Lapor Pak!*.

Dimensi identitas pribadi memperoleh skor rata-rata 3.687 (SD = 0.5886), menunjukkan bahwa responden cukup merasa bahwa tayangan ini mencerminkan nilai-nilai atau karakter yang sesuai dengan diri mereka. Ini mencerminkan keterkaitan personal antara penonton dan tokoh/isi acara, yang memungkinkan proses identifikasi simbolik, pemaknaan terhadap sikap atau humor tokoh, dan bahkan pengaruh terhadap refleksi diri. Meski rata-ratanya lebih rendah dari dimensi hiburan dan informasi, nilai minimum sebesar 2.4 dan maksimum 5.0 menunjukkan bahwa tayangan ini tetap memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan penguatan nilai-nilai pribadi pada sebagian penonton.

Sementara itu, dimensi dengan skor terendah adalah integrasi dan interaksi sosial, dengan rata-rata 3.542 dan standar deviasi tertinggi di antara semua dimensi, yaitu 0.7586. Meski demikian, nilai rata-ratanya masih berada pada kategori "tinggi", menandakan bahwa program ini tetap memiliki fungsi sosial—seperti menjadi bahan pembicaraan bersama orang lain atau mempererat hubungan sosial—namun tidak sekuat peran hiburan dan informatif. Tingginya standar deviasi pada dimensi ini menunjukkan adanya variasi persepsi yang cukup besar antarresponden, yang mungkin dipengaruhi oleh latar belakang sosial, preferensi komunikasi, atau lingkungan sosial tempat responden berada.

Jika dibandingkan secara menyeluruh, keempat dimensi ini menggambarkan bahwa *Lapor Pak!* tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menjadi media informasi alternatif yang menyampaikan isu sosial secara populer. Aspek identitas dan interaksi sosial memang ada, tetapi lebih bersifat pendukung daripada motivasi utama. Artinya, program ini cenderung dikonsumsi

secara individual untuk kebutuhan emosional dan kognitif, bukan sebagai alat utama dalam membangun identitas kolektif atau interaksi sosial.

Kepuasan Penonton Terhadap Program *Lapor Pak!*

Kepuasan penonton merupakan salah satu indikator penting untuk menilai sejauh mana sebuah program televisi berhasil memenuhi ekspektasi audiensnya. Dalam penelitian ini, kepuasan diukur berdasarkan empat dimensi utama yang merujuk pada kerangka *Uses and Gratifications*, yaitu: informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, serta hiburan. Setiap dimensi terdiri atas lima pernyataan dalam angket, yang kemudian dirata-ratakan menjadi skor kepuasan per dimensi untuk masing-masing responden. Analisis deskriptif dilakukan untuk memperoleh gambaran umum tingkat kepuasan penonton terhadap program *Lapor Pak!* di Desa Tanra Tuo, Kecamatan Cempa, Kabupaten Pinrang. Hasil rekapitulasi skor rata-rata kepuasan penonton ditampilkan pada Tabel 4.8 berikut:

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
informasi	95	3.0	5.0	3.965	.6183
identitas_pribadi	95	2.2	5.0	3.629	.7032
integrasi_dan_interaksi_sosial	95	2.0	5.0	3.588	.7490
hiburan	95	3.0	5.0	4.197	.6521
Valid N (listwise)	95				

Tabel 4.8 Kepuasan Penonton Terhadap Program *Lapor Pak!*

Dari hasil olah data IBM SPSS Statistics Versi 25 Tabel 4.8 menunjukkan tingkat kepuasan penonton terhadap program *Lapor Pak!* yang diukur melalui empat dimensi utama *uses and gratifications*. Dari hasil deskriptif, terlihat bahwa dimensi dengan skor kepuasan tertinggi adalah hiburan, dengan nilai rata-rata sebesar 4.197 dan standar deviasi 0.6521. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa sangat puas dengan kemampuan tayangan ini dalam menghibur,

mengurangi stres, dan menciptakan suasana menyenangkan. Nilai minimum 3.0 dan maksimum 5.0 mengindikasikan bahwa seluruh responden menilai aspek hiburan pada kategori sedang hingga sangat tinggi, tanpa adanya ketidakpuasan ekstrem. Fakta ini menegaskan bahwa *Lapor Pak!* berhasil menjalankan fungsi utamanya sebagai tayangan komedi yang memberi kepuasan emosional.

Dimensi informasi menempati posisi kedua dengan rerata 3.965 ($SD = 0.6183$), menunjukkan bahwa sebagian besar penonton juga merasa puas dengan konten informasi yang disajikan dalam tayangan. Meskipun disampaikan dalam format komedi, program ini dianggap mampu memberikan wawasan sosial, mengenalkan isu-isu masyarakat, serta menjawab rasa ingin tahu penonton terhadap dinamika kehidupan publik. Ini mengindikasikan bahwa *Lapor Pak!* bukan hanya sekadar tontonan ringan, tetapi juga menyelipkan nilai edukatif yang dapat diapresiasi oleh masyarakat, khususnya di lingkungan lokal seperti Desa Tanra Tuo. Sementara itu, dimensi identitas pribadi memiliki rata-rata 3.629 dan standar deviasi tertinggi kedua (0.7032). Skor ini masih berada dalam kategori tinggi, menandakan bahwa cukup banyak penonton merasa bahwa program ini relevan dengan nilai, sikap, atau kepribadian mereka. Namun, nilai minimum yang cukup rendah (2.2) menunjukkan adanya sebagian kecil penonton yang tidak merasa terhubung secara personal dengan isi atau karakter dalam tayangan. Variasi ini kemungkinan disebabkan oleh perbedaan latar belakang budaya, usia, atau pengalaman pribadi penonton yang memengaruhi tingkat identifikasi terhadap tokoh-tokoh atau nilai-nilai dalam acara tersebut.

Dimensi integrasi dan interaksi sosial menunjukkan skor kepuasan terendah, yakni 3.588 ($SD = 0.7490$). Meskipun tetap berada dalam kategori “tinggi”, skor ini menunjukkan bahwa fungsi sosial tayangan *Lapor Pak!* tidak terlalu dominan dibandingkan fungsi hiburan dan informasi. Penonton cukup merasa bahwa tayangan ini dapat menjadi bahan obrolan atau mempererat hubungan dengan orang lain, namun persepsi ini tidak merata. Standar deviasi tertinggi (0.7490) menunjukkan adanya disparitas persepsi sosial antarresponden, yang bisa disebabkan oleh faktor lingkungan sosial, preferensi komunikasi, atau keterlibatan mereka dalam komunitas penonton. temuan ini menunjukkan bahwa

tingkat kepuasan penonton paling tinggi berkaitan dengan hiburan dan informasi, sementara kepuasan dalam aspek identitas dan sosial lebih variatif. Program *Lapor Pak!* terbukti bukan hanya menjadi sumber hiburan, tetapi juga memiliki nilai informatif yang signifikan. Namun demikian, fungsinya sebagai media pembentukan identitas diri dan integrasi sosial memerlukan eksplorasi lebih lanjut, terutama bila dikaitkan dengan peran media dalam membentuk komunitas dan identitas kolektif di era digital.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *Lapor Pak!* memberikan dampak signifikan pada penonton dalam hal hiburan dan informasi, dua dimensi utama dalam teori *Uses and Gratification*. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya, seperti yang ditemukan oleh (Hidayat et al., 2024), yang juga mengungkapkan bahwa motif informasi dan hiburan sangat memengaruhi kepuasan penonton terhadap program televisi. Dalam konteks *Lapor Pak!*, dimensi hiburan menempati posisi tertinggi dengan nilai rata-rata 4.275, menunjukkan bahwa mayoritas penonton menganggap program ini efektif dalam memberikan hiburan, relaksasi emosional, serta pelepasan stres. Sebagai acara komedi dengan format ringan dan improvisasi, *Lapor Pak!* tampaknya berhasil menciptakan efek psikologis positif bagi penonton, yang konsisten dengan asumsi dalam teori *Uses and Gratification* bahwa individu mengonsumsi media untuk memenuhi kebutuhan emosional dan kognitif mereka.

Namun, meskipun hiburan dan informasi menjadi motif utama, dimensi identitas pribadi dan integrasi sosial menunjukkan variasi yang lebih besar dalam tingkat kepuasan. Dimensi identitas pribadi memiliki nilai rata-rata 3.629, menunjukkan bahwa meskipun sebagian penonton merasa terhubung dengan nilai atau kepribadian yang tercermin dalam acara ini, ada juga penonton yang tidak merasa identifikasi secara pribadi dengan karakter atau konten yang disajikan. Hal ini berkaitan dengan penelitian oleh Perwita, dkk (2024), yang mengungkapkan bahwa elemen humor dalam *Lapor Pak!* meskipun menghibur dapat menimbulkan dampak yang berbeda bagi berbagai individu tergantung pada latar belakang

budaya dan pandangan pribadi mereka.⁹ Dalam hal ini, meskipun humor dan konten acara dapat berfungsi sebagai alat untuk memperkuat nilai pribadi, bagi sebagian penonton hal tersebut mungkin tidak seefektif di kalangan kelompok lain.

Dalam perbandingan dengan penelitian oleh Ridwan, dkk (2023), yang menilai persepsi penonton terhadap komedi satire di *Lapor Pak!*, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa frekuensi menonton memengaruhi intensitas pengaruh hiburan dan informasi yang diterima oleh penonton.¹⁰ Sementara dalam penelitian Ridwan, terdapat hubungan signifikan antara durasi dan frekuensi menonton dengan persepsi terhadap satire politik, penelitian ini lebih menekankan bahwa meskipun ada pengaruh hiburan dan informasi, identitas dan integrasi sosial cenderung menjadi faktor pendukung, bukan motivasi utama. Penelitian Hidayat (2024) juga mencatat bahwa motif hiburan dan informasi lebih kuat dalam meningkatkan kepuasan penonton dibandingkan aspek sosial dan identitas pribadi.¹¹ Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun *Lapor Pak!* memiliki fungsi sosial dan dapat mempererat hubungan antar penonton, kehadiran program ini lebih dominan dalam memenuhi kebutuhan individu akan hiburan dan informasi, serta memberikan ruang bagi refleksi pribadi, daripada sebagai sarana utama untuk membangun identitas kolektif atau interaksi sosial yang lebih dalam. Dengan demikian, meskipun *Lapor Pak!* berhasil dalam memberikan hiburan dan informasi yang relevan, fungsinya sebagai alat pembentukan identitas pribadi dan penghubung sosial dalam konteks media massa masih memerlukan penelitian lebih lanjut. Hal ini penting untuk mengeksplorasi lebih dalam bagaimana media hiburan dapat memperkuat ikatan sosial dan identitas kolektif di era digital yang terus berkembang, di mana konten yang disajikan bisa lebih disesuaikan dengan

⁹ Perwita, Kinasih, and Muhazir, "Analisis Semiotika: Humor Seksis Dalam Acara Komedi 'Lapor Pak!'"

¹⁰ Mochamad Ridwan, Yogaprasta Adi Nugraha, and Feri Ferdinan Alamsyah, "Persepsi Penonton Terhadap Unsur Komedi Satire Kepada Pemerintah Dalam Program Acara Lapor Pak Trans 7," *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana* 29, no. 1 (2023): 17–25, <https://journal.unpak.ac.id/index.php/wahana/index>.

¹¹ Hidayat, Khoyin, and Prajitno, "Pengaruh Motif Pengguna Media Terhadap Kepuasan Mengakses Konten Youtube Narasi Newsroom."

preferensi individu, namun tetap mengakomodasi kepentingan sosial yang lebih luas.

D. PENUTUP

Penelitian ini berfokus pada motif dan kepuasan penonton terhadap program *Lapor Pak!* di Desa Tanra Tuo, Kabupaten Pinrang, untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi preferensi penonton dalam mengonsumsi media dan mengevaluasi sejauh mana program ini dapat memenuhi ekspektasi mereka. Berdasarkan temuan penelitian, program *Lapor Pak!* terbukti memiliki peran yang signifikan dalam memenuhi kebutuhan hiburan dan informasi penonton, dengan motif hiburan dan informasi menjadi faktor dominan yang mendorong penonton untuk menonton. Dimensi hiburan, dengan skor rata-rata 4.275, menunjukkan bahwa program ini efektif dalam memberikan relaksasi emosional dan hiburan yang menyenangkan, yang sejalan dengan fungsi hiburan yang diharapkan oleh teori *Uses and Gratification*.

Meskipun dimensi identitas pribadi dan integrasi sosial juga memperoleh nilai yang relatif tinggi, fungsinya sebagai alat pembentukan identitas kolektif dan interaksi sosial cenderung lebih lemah, mencerminkan bahwa program ini lebih dikonsumsi secara individu. Signifikansi temuan ini menunjukkan bahwa *Lapor Pak!* bukan hanya berfungsi sebagai hiburan tetapi juga sebagai media penyebaran informasi sosial yang relevan. Temuan ini berkontribusi pada pemahaman tentang bagaimana program televisi dapat berfungsi dalam konteks masyarakat pedesaan yang lebih luas. Kelemahan dari penelitian ini terletak pada keterbatasan sampel yang hanya mencakup penonton laki-laki dan dari satu wilayah geografi, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasi untuk masyarakat yang lebih luas. Untuk penelitian masa depan, disarankan untuk memperluas cakupan sampel, termasuk penonton perempuan, dan mempertimbangkan variasi sosial dan budaya yang lebih beragam dalam mengkaji pengaruh media hiburan terhadap masyarakat di berbagai wilayah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Agus, Achmad Tolla, and Amal Akbar. "Karakteristik Percakapan Rayuan Gombal Pada Acara 'Lapor Pak' Trans 7." *Jurnal Konsepsi* 11, no. 1 (2022): 190–201.
- Assayakurrohim, Dimas, Dewa Ikham, Rusdy a Sirodj, and M Win Afgani. "Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer Metode Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer." *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer* 3, no. 1 (2023): 1–9.
- Diwangsa, Lidya Crisnanda, Agusly Irawan Aritonang, and Chory Angela Wijayanti. "Motif Dan Kepuasan Subscriber Menonton Program Mata Najwa Di YouTube Channel Narasi TV." *Jurnal E-Komunikasi* 7, no. 2 (2019): 1–11. <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/10301>.
- Febria, Rhani, Fatmawati, Erniwati, and Alber. "Ideologi Kapitalisme Dalam Iklan Susu Anak Di Televisi: Kajian Analisis Wacana Kritis." *Diglosia : Jurnal Pendidikan, Kebahasaan, Dan Kesusastraan Indonesia* 9, no. 1 (2025): 124–38.
- Hidayat, Ihsan Mughni, Muh Khoyin, and Subagio Budi Prajitno. "Pengaruh Motif Pengguna Media Terhadap Kepuasan Mengakses Konten Youtube Narasi Newsroom." *ANNABA: Jurnal Ilmu Jurnalistik* 9, no. September (2024): 227–48.
- Khoirunnisa, Defita, and Badarudin Azarkasyi. "Pengaruh Program Literasi Media KPID Sumatera Selatan Terhadap Peningkatan Minat Masyarakat Dalam Palembang." *Journal Of Social And Political Science* 02, no. 1 (2025): 1–15.
- Pangestu, W; Aritonang, Agusly I; Budiana, D. "Motif Dan Kepuasan Pemirsa Surabaya Dalam Menonton Program Variety Show 'Inbox' SCTV." *E-Komunikasi* 7, no. 1 (2019): 1–11.
- Perwita, Adinna Islah, Eyora Jasmine Nan Kinasih, and Alfian Muhazir. "Analisis Semiotika: Humor Seksis Dalam Acara Komedi 'Lapor Pak!'" *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 01 (2024): 31–43. <http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>.
- Pratama, Deska Yoga, Ilham Mohamad Iqbal, and Nadiem Attar Tarigan. "Makna Televisi Bagi Generasi Z." *Inter Komunika : Jurnal Komunikasi* 4, no. 1 (2019): 88. <https://doi.org/10.33376/ik.v4i1.292>.
- Ridwan Allam Zhafarry, and Amin Shabana. "Pengaruh Tayangan Komedi Lapor Pak! Terhadap Loyalitas Menonton Program Di Trans7." *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora* 1, no. 4 (2023): 203–10. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i4.560>.
- Ridwan, Mochamad, Yogaprasta Adi Nugraha, and Feri Ferdinan Alamsyah. "Persepsi Penonton Terhadap Unsur Komedi Satire Kepada Pemerintah Dalam Program Acara Lapor Pak Trans 7." *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana* 29, no. 1 (2023): 17–25.

<https://journal.unpak.ac.id/index.php/wahana/index>.

Rinidji, Alif Putra, and Dasrun Hidayat. "Perubahan Perilaku Masyarakat Dalam Menghadapi Transformasi Digital Dalam Penyiaran Televisi (Studi Kasus Mengenai Kebiasaan Baru Masyarakat Di Desa Cingcin Dalam Menyikapi Digitalisasi Penyairan Televisi)." *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik* 11, no. 1 (2024): 167–76. <https://doi.org/10.37676/professional.v11i1.6241>.

Sugeng, Bambang. *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Deepublish, 2022.

Vikra, Afdlu, and Fatmawati. "Campur Kode Dalam Program Acara Lapor Pak! Di Stasiun Televisi Trans 7." *Sajak: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Sastra, Bahasa, Dan Pendidikan* 3, no. 2 (2024): 39–56.