



UNIVERSITAS INDONESIA

**POLA PENGGUNAAN MEDIA TELEVISI
DAN MOTIVASI KEPUASAN PEMIRSA**

(Studi mengenai pola menonton
pemirsa siaran televisi melalui
antena parabola di Kotamadya Padang
Sumatera Barat)

Oleh

Nurul Haniza
NIM : 399 101 220B

T
621.388
Han
P

PROGRAM PASCASARJANA BIDANG ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
JAKARTA
1995



S.



UNIVERSITAS INDONESIA

**POLA PENGGUNAAN MEDIA TELEVISI
DAN MOTIVASI KEPUASAN PEMIRSA**

**(Studi mengenai pola menonton
pemirsa siaran televisi melalui
antena parabola di Kotamadya Padang
Sumatera Barat)**

Tesis

**Diajukan sebagai salah satu syarat
memperoleh Gelar Magister Ilmu Komunikasi**

Oleh

**Nurul Haniza
NIM : 399 101 220B**

**PROGRAM PASCASARJANA BIDANG ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
JAKARTA
1995**

UNIVERSITAS INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
BIDANG ILMU SOSIAL

PENGESAHAN

Nama : Nurul Haniza
N I M : 399 101 220B
Prog. Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Tesis:

Pola Penggunaan Media Televisi
Dan Motivasi Kepuasan Pemirsa
Studi Mengenai Pola Menonton
Pemirsa Siaran Televisi Melalui
Antena Parabola Di Kota Madya Padang
Sumatera Barat

Telah dipertahankan di hadapan
Sidang Panitia Penguji Tesis
Program Pascasarjana Bidang Ilmu Sosial
Universitas Indonesia
pada:

H a r i : Sabtu
J a m : 13.30 - 14.30
Tgl/Bln/Thn: 14 Oktober 1995

dan telah dinyatakan LULUS

PANITIA PENGUJI TESIS:

Ketua Sidang
DR. Martani Huseini

Pembimbing I
DR. Sasa Djuarsa Sendjaja

Pembimbing II
Drs. Edward Lukman, MA

Pembaca Tesis
Drs. Pinkey Triputra, MSc

Ketua Program Studi
DR. Sasa Djuarsa Sendjaja

Sekretaris Bidang Studi
Drs. Johannes Sutoyo, MA

PERSETUJUAN TESIS

Judul Tesis

POLA PENGGUNAAN MEDIA TELEVISI
DAN MOTIVASI KEPUASAN PEMIRSA

Studi Mengenai Pola Menonton Pemirsa
Siaran Televisi Melalui
Antena Parabola Di Kota Madya Padang
Sumatera Barat

Nama : Nurul Haniza
N I M : 399 101 220B
Prog. Studi : Ilmu Komunikasi
Tgl/Bln/Thn/ : 1 November 1995

Mengetahui :

Pembimbing I

Pembimbing II



DR. Sasa Djuarsa Sendjaja

Drs. Edward Lukman, MA

ABSTRAK

UNIVERSITAS INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA BIDANG ILMU SOSIAL
TESIS, OKTOBER 1995

NURUL HANIZA
NIM. 399 101 220B
ILMU KOMUNIKASI

POLA PENGGUNAAN MEDIA TELEVISI DAN MOTIVASI KEPUASAN PEMIRSA, STUDI MENGENAI POLA MENONTON PEMIRSA SIARAN TELEVISI MELALUI ANTENA PARABOLA DI KOTA MADYA PADANG SUMATERA BARAT (Lima Bab, xvii + 114 Halaman, 45 Tabel, 2 Bagan, dan 1 Lampiran)

Menonton siaran televisi dapat dipandang sebagai aktivitas mempergunakan media televisi dalam rangka pemenuhan kepuasan pemirsa. Terbentuknya pola menonton siaran televisi seperti terjadi pada pemirsa pemilik antena parabola di Kota Madya Padang pada dasarnya berhubungan dengan pola penggunaan media televisi.

Analisis mengenai pola penggunaan media televisi yang ditinjau dari aspek pilihan stasiun televisi, pilihan program siaran televisi, jam menonton siaran televisi, dan durasi menonton siaran televisi menemukan bahwa pemirsa siaran televisi, baik domestik maupun asing, memiliki pola menonton yang secara dominan mengarah pada pemenuhan kepuasan akan hiburan dan pola menonton demikian terutama berasal dari kalangan pemirsa yang berusia remaja dan berpendidikan sekolah menengah atau lebih rendah.

Analisis mengenai kepuasan pemirsa menonton siaran televisi, baik domestik maupun asing, melalui pemanfaatan antena parabola berdasarkan faktor-faktor karakteristik individual pemirsa seperti umur, pekerjaan, dan pendidikan menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan sehingga muncul kecenderungan bahwa responden pemirsa yang paling banyak menonton siaran televisi, baik domestik maupun asing, adalah responden pemirsa yang berusia remaja dan berpendidikan sekolah menengah atau lebih rendah.

Analisis mengenai pola penggunaan media televisi, baik domestik maupun asing, melalui antena parabola dalam rangka pemenuhan kepuasan pemirsa ini secara umum menunjukkan bahwa responden pemirsa lebih mempercayai televisi sebagai sumber informasi, baik untuk masalah-masalah politik, ekonomi, dan sosial-budaya maupun untuk masalah-masalah nasional dan internasional. Di samping itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa media televisi domestik ternyata masih dapat diandalkan sebagai sarana penyebarluasan informasi khususnya untuk masalah-masalah nasional, baik politik, ekonomi, maupun sosial-budaya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur patut dihaturkan kepada Allah Yang Maha Pengasih karena dalam kasih-Nya penulis telah dapat menyelesaikan penulisan tesis ini dengan memberikan kekuatan lahir dan batin serta memberikan penerangan akal budi.

Penulisan tesis ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Program Pasca Sarjana Universitas Indonesia tentunya mendapat dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu patut disampaikan rasa terima kasih yang mendalam. Pertama-tama penulis patut sampaikan terima kasih kepada Bapak Dr. Sasa Djuarsa Sendjaja dan Bapak Drs. Edward Lukman, MA sebagai pembimbing yang dengan ikhlas merelakan waktu dan memberikan masukan-masukan penting dalam penulisan tesis ini.

Ucapan terima kasih juga patut penulis haturkan kepada:

1. Universitas Indonesia yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melanjutkan studi pada Program Pasca Sarjana.
2. Bidang Ilmu Sosial dan Program Studi Ilmu Komunikasi Program Pasca Sarjana Universitas Indonesia, jajaran pimpinan, staf pengajar, dan staf administrasi, yang telah menyiapkan substansi materi perkuliahan untuk membekali penulis dan yang telah memberikan pelayanan administrasi dalam rangka memperlancar penyelesaian studi.

3. Departemen Penerangan khususnya Puslitbang Media Massa yang telah memberi ijin untuk menganalisis ulang data penelitian yang dilakukan di Padang.

Akhirnya penulis sadar bahwa keikutsertaan sejumlah pihak berikut ini dalam proses penyelesaian tesis tersebut juga memiliki makna tersendiri, maka melalui kesempatan ini penulis merasa berhutang budi untuk mengucapkan rasa syukur kepada:

1. Kedua orang tuaku, Drs. Papa Kosky, Zakaria, MA dan Mama Dra. Meiyetti yang telah melahirkan, mengasuh, dan membesarkan penulis serta anakku tercinta Alky yang selalu mendorong agar cepat menyelesaikan perkuliahan.
2. Teman-teman kuliah, terutama Program Studi Ilmu Komunikasi Pasca Sarjana Universitas Indonesia, Nanang, Mbak Ika, Endah, Cholifah, Hadi, Mbak Dwi dan Goris yang selalu memberikan masukan-masukan berarti dalam memperkaya khazanah pengetahuan penulis.
3. Dekan Fakultas Komunikasi Universitas Sahid, Drs. H. Ton Kertapati dan rekan-rekan kerja di Fikom USAHID Jakarta, Pak Mirza, Pak Sardjono, Pak Untung, Ibu Ririn, Pak Muntaha, Pak Rosnandar, Pak Arief, Pak Supriadi, Pak Bambang, Mbak Poppy, Mbak Juju, Mbak Dewi, Mbak Manik, Mbak Herta, Mbak Titi, Pak Wahono, Pak Indra, Pak Sis, Mbak Farah, Pak Ahmadi dan Pak Uus.

4. Sekretariat Pascasarjana ISIP Universitas Indonesia, Mbak Siti, Mbak Titi dan Pak Taslim, serta Taram.



DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|-----------|
| Judul | i |
| Pengesahan | ii |
| Persetujuan Tesis | iii |
| Abstrak | iv |
| Kata Pengantar | v |
| Daftar Isi | vii |
| Daftar Tabel | xi |
| Daftar Bagan | xvii |
| Daftar Lampiran | xviii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1. Latar Belakang Masalah | 1 |
| 2. Perumusan Masalah | 7 |
| 3. Tujuan Penelitian | 7 |
| 4. Kegunaan Penelitian | 8 |
| | |
| BAB II KERANGKA PEMIKIRAN | 10 |
| 1. Tinjauan Kepustakaan Mengenai Motivasi Kepuasan Pemirsa dan Pola Penggunaan Media Televisi | 10 |
| 1. 1. Motivasi Kepuasan Pemirsa | 12 |

| | |
|--|-----------|
| 1. 2. Pola Penggunaan Media Televisi | 16 |
| 2. Tinjauan Mengenai Hubungan Pola Penggunaan Media Televisi dan Motivasi Kepuasan Pemirsa | 20 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 25 |
| 1. Sifat penelitian | 25 |
| 2. Populasi dan Sampel | 26 |
| 3. Operasionalisasi Konsep | 27 |
| 4. Teknik Pengumpulan Data | 29 |
| 5. Teknik Analisis Data | 29 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN | 32 |
| 1. Karakteristik Responden Penelitian | 32 |
| 1. 1. Karakteristik Sosio-demografis | 32 |
| 1. 2. Karakteristik Kepemilikan Televisi, Antena Parabola, dan Media Komunikasi Lain | 38 |
| 2. Pola Penggunaan Media Televisi Domestik | 44 |
| 2. 1. Pilihan Stasiun Televisi, Program Acara, Jam Menonton, dan Durasi Menonton | 45 |

| | |
|--|------------|
| 2. 2. Kepuasan Penggunaan Media Televisi Domestik | 59 |
| 3. Pola Penggunaan Media Televisi Asing | 64 |
| 3. 1. Pilihan Stasiun Televisi, Program Acara, Jam Menonton, dan Durasi Menonton | 65 |
| 3. 2. Kepuasan Penggunaan Media Televisi Asing | 77 |
| 4. Persepsi Terhadap Kredibilitas Media Televisi Sebagai Sumber Informasi | 84 |
| BAB V PENUTUP | 93 |
| 1. Kesimpulan | 93 |
| Daftar Kepustakaan | 98 |
| Lampiran | 102 |

DAFTAR TABEL

Halaman

| | | |
|---------|--|----|
| Tabel 1 | Stasiun Televisi Yang Dapat Dimonitor Melalui Antena Parabola | 4 |
| Tabel 2 | Responden Menurut Kelompok Umur | 33 |
| Tabel 3 | Responden Menurut Jenis Pekerjaan | 34 |
| Tabel 4 | Responden Menurut Pendidikan | 35 |
| Tabel 5 | Responden Menurut Penguasaan Bahasa Asing | 36 |
| Tabel 6 | Responden Menurut Jumlah Anggota Keluarga | 37 |
| Tabel 7 | Responden Menurut Rata-rata Pengeluaran Per Bulan | 38 |
| Tabel 8 | Responden Menurut Jumlah Televisi | 39 |

| | | |
|----------|---|----|
| Tabel 9 | Responden Menurut Kepemilikan Antena Parabola | 40 |
| Tabel 10 | Tahun Pemasangan Antena Parabola | 41 |
| Tabel 11 | Ukuran Antena Parabola | 42 |
| Tabel 12 | Arah Pemasangan Antena Parabola | 43 |
| Tabel 13 | Responden Menurut Jumlah Kepemilikan Radio | 44 |
| Tabel 14 | Stasiun Televisi Domestik Yang Sering Ditonton | 46 |
| Tabel 15 | Pilihan Stasiun Televisi Domestik Menurut Ukuran Antena Parabola | 48 |
| Tabel 16 | Pilihan Stasiun Televisi Domestik Menurut Arah Pemasangan Antena Parabola | 49 |
| Tabel 17 | Program Siaran Televisi Domestik Yang Ditonton | 50 |

| | | |
|----------|--|----|
| Tabel 18 | Jam Menonton Siaran Televisi Domestik | 52 |
| Tabel 19 | Durasi Menonton Siaran Televisi Domestik Sehari | 54 |
| Tabel 20 | Durasi Menonton Siaran Televisi Domestik Menurut Kelompok Umur | 55 |
| Tabel 21 | Durasi Menonton Siaran Televisi Domestik Menurut Jenis Pekerjaan | 56 |
| Tabel 22 | Durasi Menonton Siaran Televisi Domestik Menurut Jenjang Pendidikan | 58 |
| Tabel 23 | Penggunaan Media Televisi Domestik Menurut Motivasi Kepuasan Pemirsa | 60 |
| Tabel 24 | Perbedaan Kepuasan Pemirsa Menonton Siaran Televisi Domestik Menurut Kelompok Umur | 61 |
| Tabel 25 | Perbedaan Kepuasan Pemirsa Menonton Siaran Televisi Domestik Menurut Jenis Pekerjaan | 62 |

| | | |
|----------|---|----|
| Tabel 26 | Perbedaan Kepuasan Pemirsa Menonton Siaran Televisi Domestik Menurut Jenjang Pendidikan | 63 |
| Tabel 27 | Stasiun Televisi Asing Yang Sering Ditonton | 65 |
| Tabel 28 | Stasiun Televisi Asing Yang Sering Ditonton Menurut Ukuran Antena Parabola | 66 |
| Tabel 29 | Stasiun Televisi Asing Yang Sering Ditonton Menurut Arah Pemasangan Antena Parabola | 67 |
| Tabel 30 | Program Televisi Asing Yang Ditonton | 69 |
| Tabel 31 | Jam Menonton Siaran Televisi Asing | 71 |
| Tabel 32 | Durasi menonton Siaran Televisi Asing Sehari | 72 |
| Tabel 33 | Durasi Menonton Siaran Televisi Asing Menurut Kelompok Umur | 73 |

| | | |
|----------|--|----|
| Tabel 34 | Durasi Menonton Siaran Televisi Asing Menurut Jenis Pekerjaan | 75 |
| Tabel 35 | Durasi Menonton Siaran Televisi Asing Menurut Jenjang Pendidikan | 76 |
| Tabel 36 | Penggunaan Media Televisi Asing Menurut Motivasi Kepuasan Pemirsa | 78 |
| Tabel 37 | Perbedaan Kepuasan Pemirsa Menonton Siaran Televisi Asing Menurut Kelompok UMur | 79 |
| Tabel 38 | Perbedaan Kepuasan Pemirsa Menonton Siaran Televisi Asing Menurut Jenis Pekerjaan | 81 |
| Tabel 39 | Perbedaan Kepuasan Pemirsa Menonton Siaran Televisi Asing Menurut Jenjang Pendidikan | 82 |
| Tabel 40 | Perbandingan Kredibilitas Antara Media Televisi dan Media Komunikasi Lain Sebagai Sumber Infomrasi | 84 |

| | | |
|----------|--|----|
| Tabel 41 | Perbandingan Kredibilitas Media Televisi Domestik dan Asing Mengenai Masalah Nasional | 85 |
| Tabel 42 | Perbandingan Kredibilitas Media Televisi Domestik dan Asing Mengenai Masalah Internasional | 86 |
| Tabel 43 | Perbedaan Persepsi Pemirsa Tentang Kredibilitas Media Televisi Menurut Kelompok Umur | 88 |
| Tabel 44 | Perbedaan Persepsi Pemirsa Tentang Kredibilitas Media Televisi Menurut Jenis Pekerjaan | 89 |
| Tabel 45 | Perbedaan Persepsi Pemirsa Tentang Kredibilitas Media Televisi Menurut Jenjang Pendidikan | 91 |

DAFTAR BAGAN

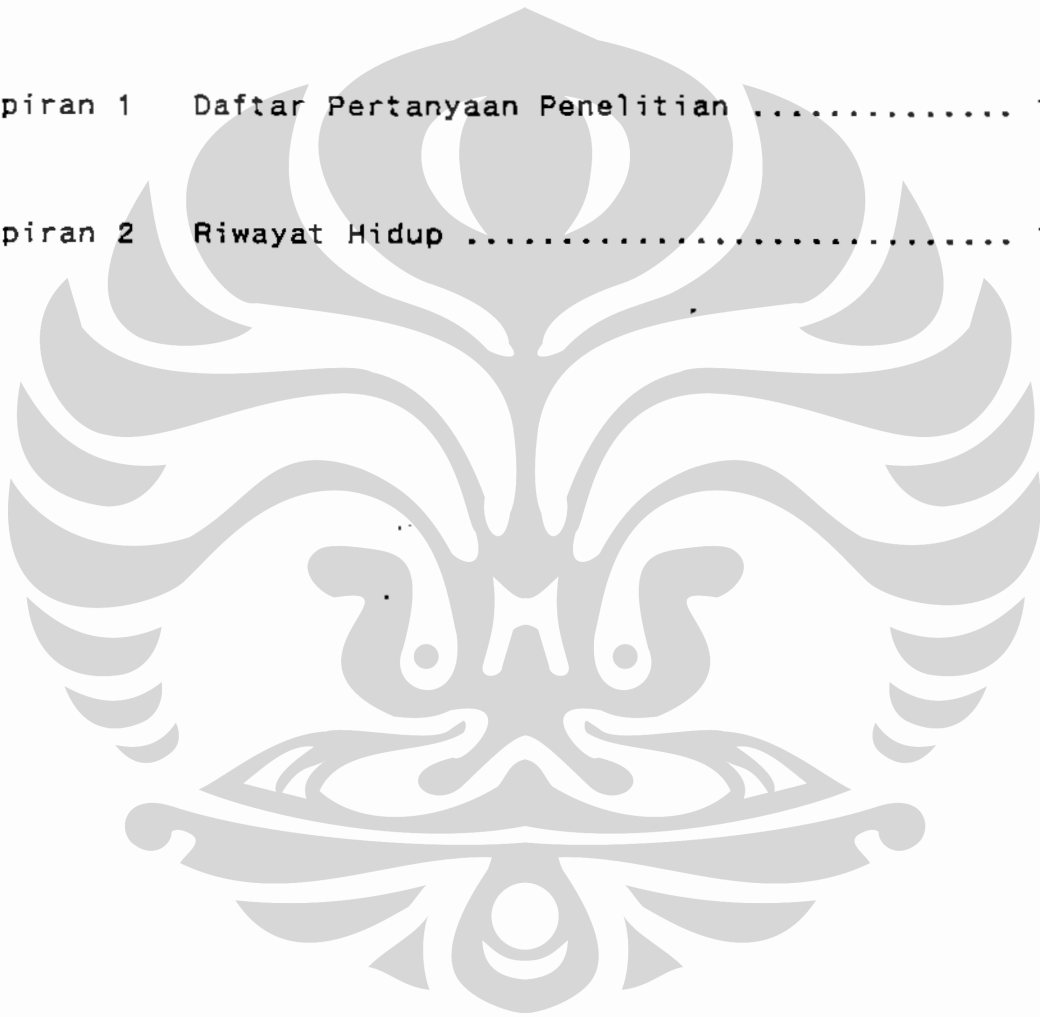
Halaman

Bagan 1 EV Model of GS and GO 22



DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|---|---------|
| Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Penelitian | 102 |
| Lampiran 2 Riwayat Hidup | 114 |



BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Abad kedua puluh ini ditandai dengan lompatan dan kejutan besar dalam perjalanan sejarah peradaban umat manusia. Salah satunya terjadi dalam bidang ilmu dan teknologi yang dewasa ini mengalami kemajuan dan perkembangan yang pesat. Munculnya teknologi komunikasi audio-visual semisal teknologi video atau sinema elektronik yang diperkuat dengan pengembangan dan kemajuan teknologi televisi dan sistem satelit komunikasi menandai kemajuan dan perkembangan pesat dalam bidang ilmu dan teknologi tersebut.

Di Indonesia, pengembangan teknologi komunikasinya baru terjadi pada pertengahan dekade 1970-an yang ditandai dengan peluncuran SKSD (Sistem Komunikasi Satelit Domestik) PALAPA pada tahun 1976. Peluncuran SKSD PALAPA ini awal mula hanya berfungsi untuk melayani kepentingan resmi pemerintah sebagai sarana signal transmission bagi RRI dan TVRI dari pusat ke daerah dan sebagai sarana telekomunikasi (Alfian, Chu, dan Abdullah 1981: 1-2). Dalam perkembangan selanjutnya, yaitu pada tahun 1983, dilakukan peluncuran SKSD PALAPA generasi B dengan daya pancar yang lebih besar sehingga

memungkinkan digunakannya antena parabola yang berukuran kecil dengan diameter 2,50 - 3,00 meter.

Peluncuran SKSD PALAPA generasi B sehingga dapat memungkinkan penggunaan antena parabola tersebut mendorong penduduk dan kalangan swasta untuk mulai mempergunakan teknologi komunikasi ini. Pada tahun 1986, penduduk Indonesia mulai memonitor siaran televisi secara langsung dari SKSD PALAPA melalui penggunaan antena parabola. Semenjak itu, pemilikan antena parabola di kalangan masyarakat dirasakan setiap tahun semakin meningkat seiring dengan semakin meningkatnya pertumbuhan ekonomi masyarakat sehingga dapat memperkuat daya beli (purchasing power) masyarakat. Menurut Dokumentasi Deppen RI, saat ini diperkirakan sekitar 600.000 antena parabola sudah terpasang di rumah-rumah penduduk. Dari data yang masuk ke Deppen RI, jumlah antena parabola yang terpasang tersebut lebih terkonsentrasi pada kalangan kelas menengah ke atas yang tinggal di daerah perkotaan. Diikuti dengan pemanfaatan SKSD PALAPA oleh stasiun-stasiun televisi swasta untuk memancarkan program-programnya secara nasional.

Antena parabola dimanfaatkan untuk tidak hanya memonitor siaran televisi domestik tetapi juga siaran-siaran televisi asing. Awal mula hanya dapat dimonitor beberapa siaran televisi asing yang memanfaatkan jasa SKSD PALAPA semisal Siaran Televisi Singapura, RTM-1 dan TV-3 Malaysia,

Televisi Thailand serta Channel 5 dan 7 dari Pilipina. Dalam perkembangan selanjutnya, terutama dekade 1990-an, tidak kurang dari 30 stasiun televisi dapat dimonitor karena semakin bertambahnya negara di Asia Pasifik yang menyewa SKSD PALAPA. Tabel 1 menunjukkan beberapa stasiun televisi yang memanfaatkan jasa SKSD PALAPA yang dapat dimonitor di Indonesia dengan mempergunakan antena parabola.

Gambaran di atas memperlihatkan setidaknya-tidaknya dua hal, yaitu (1) semakin bertambahnya kepemilikan antena parabola di kalangan masyarakat dan (2) semakin bertambahnya stasiun televisi asing yang mempergunakan jasa SKSD PALAPA. Kemajuan dan perkembangan media secara kuantitatif ini tentunya dapat membawa dampak kualitatif yang besar dan mendalam terhadap sendi-sendi kehidupan, baik individu, keluarga, maupun masyarakat. Dampak kualitatif ini ada setidaknya-tidaknya dua macam, yaitu (1) dapat memungkinkan semakin meningkatnya peluberan (spill over) informasi di kalangan masyarakat, terutama kalangan pemilik antena parabola, dan (2) dapat merangsang minat menonton siaran televisi melalui antena parabola.

Peluberan informasi sebagai dampak dari kemajuan dan perkembangan teknologi komunikasi tersebut, menurut pandangan sejumlah ilmuwan komunikasi massa semisal Becker (1987: 318), Forester (1985), Dizard (1985), dan Cornish (1982), dapat membentuk suatu masyarakat informasi (informa

tion society). Pada tahap ini, masyarakat semakin mudah memperoleh informasi melalui berbagai macam media massa. Salah satu media massa yang dewasa ini diminati oleh masyarakat adalah televisi, bahkan minat terhadap televisi sebagai media komunikasi elektronik audio-visual terutama meningkat pada penggunaannya sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya.

Terbentuknya masyarakat informasi yang mempercayai televisi sebagai sumber informasi dan mempergunakan parabola sebagai teknologi komunikasi dalam rangka memperluas daya tangkap dan penerimaan informasi pada gilirannya dapat melahirkan dampak lain berupa terciptanya kebebasan masyarakat, terutama masyarakat pemilik antena parabola, dalam menonton siaran televisi, baik domestik maupun asing, melalui antena parabola. Kebebasan menonton siaran televisi melalui antena parabola ini juga didukung oleh pihak pemerintah dengan sikap netral, yaitu dengan memberikan kebebasan kepada masyarakat untuk menentukan sendiri pilihannya melalui kebijakan kawasan udara terbuka (Open Sky Policy).

Kondisi demikian beserta dampak kualitatif seperti dikemukakan di atas pada gilirannya dapat merangsang pemirsa untuk secara selektif mempergunakan saluran siaran televisi yang diminati dan memilih materi siaran yang lebih bervariasi. Sehubungan dengan ini, DeFleur (dalam Depari dan MacAdrews 1984: 4) berpendapat bahwa "audience" (baca: pemirsa)

suatu media komunikasi bukanlah suatu kelompok monolitik yang anggota-anggotanya senantiasa mempunyai tanggapan sama terhadap isi media, tetapi setiap "audience" menanggapi isi media berdasarkan kepentingan yang disesuaikan dengan kepercayaan dan nilai-nilainya, maka dengan sendirinya selektivitas "audience" terhadap media juga berbeda-beda.

Kecenderungan komunikasi massa seperti dikemukakan oleh DeFleur di atas dalam kerangka pendekatan "uses and gratifications" setidaknya-tidaknya menunjukkan bahwa pemuasan kebutuhan pemirsa pada hakekatnya dimotivasi oleh pola tertentu dalam mempergunakan media televisi (Rosengren, Wenner, and Palmgreen 1985). Perbedaan motivasi pemuasan kebutuhan menyebabkan pemirsa bereaksi/berespons pada media televisi secara berbeda. Ini berarti bahwa pemuasan masing-masing kebutuhan, baik informasi, pendidikan, maupun hiburan, mendorong pemirsa untuk mencari stasiun/saluran televisi tertentu, memilih program siaran tertentu, menentukan jam tertentu, dan membutuhkan durasi menonton siaran tersebut secara tertentu pula. Dengan demikian, pola penggunaan media televisi yang memunculkan pola/kebiasan tertentu dapat memotivasi terpenuhinya pemuasan kebutuhan pemirsa.

Dengan memperhatikan gambaran latar belakang masalah di atas, penelitian ini berusaha mengkaji pola penggunaan media televisi dalam rangka pemuasan kebutuhan pemirsa, khususnya di kalangan khalayak yang memiliki antena parabola.

2. Perumusan Masalah

Dengan memperhatikan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

- (1) Bagaimanakah pemirsa pemilik antena parabola mempergunakan media televisi, baik domestik maupun asing, dalam rangka memuaskan kebutuhannya ?
- (2) Kepuasan apa yang pemirsa peroleh dari penggunaan media televisi tersebut, baik asing maupun domestik ?
- (3) Bagaimana pendapat pemirsa tentang kredibilitas televisi domestik dan asing sebagai sumber informasi ?
- (4) Apakah terdapat perbedaan dalam hal kepuasan dan kredibilitas berdasarkan karakteristik individu ?

3. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan masalah penelitian yang telah dirumuskan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan sekaligus menganalisis beberapa hal berikut:

- (1) Mengetahui pola penggunaan media televisi asing dan domestik melalui antena parabola khususnya yang mencakup frekuensi, durasi, program, pilihan saluran.
- (2) Mengetahui perbedaan penggunaan media televisi asing dan domestik berdasarkan karakteristik individu seperti

pendidikan, pekerjaan dan umur.

- (3) Mengetahui kepuasan yang pemirsa peroleh dari penggunaan televisi asing dan domestik khususnya menyangkut tiga aspek yaitu informasi, pendidikan dan hiburan.
- (4) Mengetahui perbedaan kepuasan yang diperoleh dari penggunaan televisi dan domestik di kalangan pemirsa berdasarkan karakteristik yang menyangkut pendidikan, pekerjaan dan umur.
- (5) Mengetahui persepsi pemirsa tentang kredibilitas televisi asing dan domestik sebagai sumber informasi.
- (6) Mengetahui perbedaan persepsi pemirsa tentang kredibilitas televisi asing dan domestik sebagai sumber informasi berdasarkan faktor-faktor karakteristik individu pemirsa seperti pendidikan, pekerjaan, dan umur.

4. Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian ini dapat dipetik setidaknya dua manfaat berikut. Secara teoritis, penelitian ini memberikan sumbangan ke arah pengembangan "teori penggunaan media dalam rangka pemenuhan kepuasan" (uses and gratifications) khususnya yang berkaitan dengan konsep penggunaan media, konsep kepuasan, dan kredibilitas media. Penelitian tentang kaitan antara penggunaan media televisi melalui antena parabola, kepuasan dan kredibilitas televisi sebagai

informasi, khususnya dengan membandingkan televisi asing dan domestik diharapkan mempunyai kontribusi terhadap pengembangan aplikasi model uses and gratification dalam konteks situasi dan kondisi di Indonesia.

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan masukan kepada pihak pemerintah dalam rangka mengambil kebijakan untuk menangani dan mengatur penyiaran televisi.



BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

Dalam memecahkan masalah penelitian seperti dirumuskan sebelumnya, bab ini berupaya membangun sebuah kerangka pemikiran sebagai dasar teoritisnya. Kerangka pemikiran ini mencakup dua bagian pokok, yaitu (1) tinjauan kepustakaan mengenai motivasi kepuasan pemirsa dan pola penggunaan media televisi dan (2) tinjauan mengenai hubungan pola penggunaan media televisi dan motivasi kepuasan pemirsa.

1. Tinjauan Kepustakaan mengenai Motivasi Kepuasan Pemirsa dan Pola Penggunaan Media Televisi

Pemirsa televisi menurut Fiske (1987: 13-17), adalah orang yang menonton televisi, yang memberikan makna padanya, dan menikmati hiburan darinya. Dalam arti ini, Fiske menandakan bahwa menonton televisi itu khas, karena melalui televisi pemirsa secara audio-visual dapat menyaksikan (1) program yang dipancarkan (2) pengertian dan kesenangan yang dihasilkan (3) penggabungannya dalam kehidupan rutin pemirsa. Dalam pandangan demikian, menonton pada dasarnya merupakan suatu proses aktif untuk menghubungkan sudut pandang pemirsa televisi dengan program yang disiarkan, makna dan hiburan yang dihasilkannya, serta cara dan gaya hidup yang

dimasukkan ke dalam kehidupan rutin pemirsa. Ini berarti bahwa menonton televisi merupakan suatu aktivitas dimana pemirsa menyaksikan siaran televisi dengan tujuan-tujuan tertentu. Dalam pandangan kaum fungsionalis-utilitarian, "tujuan-tujuan tertentu" ini tidak lain mengacu pada motivasi pemenuhan kepuasan pemirsa (Levy and Windahl 1985: 111).

Dalam pandangan sejumlah ilmuwan komunikasi massa, terutama yang mengkaji komunikasi dari pendekatan psikologi sosial, menonton siaran televisi dapat dikategorikan sebagai salah satu bentuk tingkah laku manusia yang memiliki motivasi tertentu. Menurut As'ad (1982: 94-95), timbulnya tingkah laku manusia, semisal menonton siaran televisi, biasanya dimotivasi oleh keinginan untuk mencapai tujuan tertentu. Timbulnya motivasi ini dapat menguasai aktivitas seseorang dan menentukan arah umum dari tingkah laku orang tersebut. Kemudian, penganut teori behavioristik-mediasional semisal Hull et al. berpendapat bahwa motivasi adalah semacam energi yang dapat mengarahkan individu kepada pilihan tingkah laku tertentu, dan pilihan tingkah laku ini ditimbulkan oleh kebutuhan (Hull dalam Sarwono 1987: 173).

Tingkah laku menonton siaran televisi seperti dipaparkan di atas dapat dikaji dengan mempergunakan model *uses and gratifications*. Menurut Katz, Blumler, dan Gurevitch (1974: 15-17), dalam model ini diasumsikan bahwa pemirsa

secara aktif dan selektif mempergunakan media (uses) untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhannya (gratifications). Dengan berpijak pada asumsi tersebut, maka menonton siaran televisi pada dasarnya mengandung arti sebagai aktivitas penggunaan media televisi oleh pemirsa untuk memenuhi kepuasan. Dengan demikian, dalam aktivitas menonton siaran televisi sesungguhnya terdapat dua variabel utama, yaitu variabel penggunaan media televisi dan variabel kepuasan pemirsa. Dua variabel ini merupakan faktor-faktor yang dapat membentuk pola menonton pemirsa siaran televisi. Dalam bagian berikut akan dilakukan tinjauan kepustakaan mengenai motivasi kepuasan pemirsa dan pola penggunaan media televisi.

1.1. Motivasi Kepuasan Pemirsa

Tingkah laku menonton siaran televisi oleh pemirsa pada hakekatnya dimotivasi oleh tuntutan untuk memuaskan kebutuhan, dan kebutuhan di sini bagi kalangan ilmuwan komunikasi massa dilihat sebagai media-related needs, yaitu kebutuhan-kebutuhan yang dipuaskan melalui penggunaan media massa tertentu (Palmgreen, Wenner, dan Rosengren 1985: 20). Motivasi pemuasan kebutuhan ini, menurut Blumler (dalam Palmgreen, Wenner, dan Rosengren 1985: 31-32), dapat diklasifikasikan ke dalam tiga bentuk, yaitu (1) cognitive motivations (motivasi untuk memperoleh informasi atau surveillance), (2)

diversion and escape motivations (motivasi untuk mendapatkan hiburan dan melepaskan diri dari tekanan), dan (3) personal identity motivations (motivasi untuk memperkuat nilai tertentu di dalam diri pribadi, termasuk di dalamnya nilai pendidikan).

Kemudian McQuail, Bumler, dan Brown (dalam Katz, Blumler, dan Gurevitch 1974: 20) dalam penelitian tentang "mengapa pemirsa pada umumnya berhubungan dengan media tertentu dan kepuasan apakah yang diperolehnya dari media tersebut" memberikan kesimpulan dengan mengajukan sebuah tipologi motivasi pemuasan kebutuhan pemirsa. Tipologi tersebut dibagi ke dalam empat kategori, yaitu (1) diversion (motivasi untuk melepaskan diri dari kejenuhan hidup sehari-hari, dari beban masalah, dan dari emotional release), (2) personal relationship (motivasi untuk mencari teman, untuk menciptakan integrasi dan interaksi sosial), (3) personal identity (motivasi untuk mencari panutan diri, penjajagan realitas, dan penguatan kembali nilai diri pribadi), dan (4) surveillance (motivasi untuk mendapatkan pengetahuan dan informasi).

Sementara itu Becker (1987: 443-449) memperinci motivasi pemuasan kebutuhan pemirsa ke dalam tujuh bentuk, yaitu (1) mencari informasi yang mencakup tingkah laku dan pengertian yang terarah (2) pengembangan konsep diri yang mencakup pengembangan secara realitas dan membantu seseorang secara

profesional (3) sebagai hubungan sosial (4) sebagai pengganti interaksi sosial (5) menghilangkan kebosanan (6) menghilangkan ketegangan dan (7) memberikan rasa aman.

Kepuasan yang berhubungan dengan penggunaan media (media gratifications) oleh Palmgreen dapat dibagi menjadi dua bentuk, yaitu (1) kepuasan yang dicari (Gratifications Sought = GS) dan (2) kepuasan yang diperoleh (Gratifications Obtained = GO). Menurut Palmgreen, Wenner, dan Rosengren (1985: 27), mengenai GS dan GO ini terdapat setidaknya dua kubu pemikiran. Kubu pertama adalah pemikiran yang menganggap GS dan GO sama secara teoritis dan secara empiris. McLeod et al. (1982) berpandangan bahwa motivasi-motivasi yang mendorong pemirsa untuk mempergunakan media (GS) pada dasarnya ekuivalen dengan persepsi terhadap hasil-hasil penggunaan media (GO). Dengan demikian, perbedaan GS dan GO secara teoritis dan secara empiris semestinya ditolak. Sementara itu, kubu kedua menekankan perlunya perbedaan GS dan GO, baik secara teoritis maupun secara empiris. Menurut kubu pemikiran ini, terdapat setidaknya empat alasan. Pertama, GS dan GO memiliki saling pengaruh tetapi tidak saling menentukan. Kedua, dimensi-dimensi GS dan GO memiliki perbedaan setidaknya menurut sejumlah studi semisal yang dilakukan oleh Palmgreen et al. (1980). Ketiga, nilai mean GS sering dibedakan dari nilai mean GO. Keempat, sekurang-kurangnya studi-studi

yang dilakukan oleh Wenner (1982 dan 1983) telah menemukan bahwa GS dan GO berkontribusi secara independen terhadap varians penggunaan dan efek media.

Penjelasan mengenai hakekat hubungan antara apa yang pemirsa cari dari penggunaan media dan apa yang ia peroleh, menurut Palmgreen, Wenner, dan Rosengren (1985: 28), tentunya penting dalam pengelaborasi mengenai GS dan GO. Bahkan sama pentingnya ialah bahwa GS dan GO pada berbagai tingkatan berhubungan dengan variabel-variabel seperti pemberitaan, pilihan program, dependensi media, keyakinan dan penilaian terhadap atribut-atribut media. Dalam hubungan ini, Palmgreen et al. (1981) melalui penelitian empirisnya menemukan bahwa GS secara umum tidak berbeda di antara pemirsa-pemirsa dari tiga program berita jaringan televisi Amerika, sementara model diskrepansi GO berhasil memprediksi pilihan program berita. Kemudian, Wenner (1982 dan 1983) yang mempergunakan pendekatan regresi hirarki transaksional menunjukkan bahwa GS dan GO berkontribusi secara terpisah terhadap varians pemberitaan dan dependensi berita televisi menurut ukuran-ukuran demografis dan pemberitaan. Juga, Palmgreen dan Rayburn (1982) dengan mempergunakan pendekatan expectancy-value menemukan bahwa GS dipengaruhi oleh baik keyakinan/harapan maupun penilaian terhadap atribut-atribut media, sementara GO berhubungan kuat dengan keyakinan/harapan akan atribut-atribut media tetapi pada

dasarnya tidak berhubungan dengan penilaian terhadap atribut-atribut media.

Sejumlah pemikiran yang dipaparkan di atas pada dasarnya dapat dikemukakan untuk membantu memahami dan mengelaborasi mengenai kepuasan pemirsa. Dalam studi ini, dengan mengikuti kubu pemikiran yang pertama, kepuasan pemirsa tidak dibedakan menjadi GS dan GO tetapi dianggap ekuivalen. Pengelaborasi kepuasan pemirsa ke dalam GS dan GO seperti dilakukan di atas hanya dimaksudkan untuk mencari variabel dan indikator motivasi pemenuhan kepuasan pemirsa dan keterkaitannya dengan variabel penggunaan media. Dalam bagian berikut akan dilakukan tinjauan kepustakaan mengenai pola penggunaan media televisi.

1.2. Pola Penggunaan Media Televisi

Motivasi pemenuhan kepuasan pemirsa seperti diuraikan di atas pada gilirannya dapat melahirkan tindakan penggunaan media (televisi) tertentu. Palmgreen dan Rayburn (1982) berpendapat bahwa harapan akan pola penggunaan media merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi motivasi pemenuhan kepuasan pemirsa. Ini berarti bahwa pemenuhan kepuasan pemirsa, demikian pendapat Katz, Blumler, dan Gurevitch (1974: 22), pada dasarnya berasal dari pola penggunaan media yang dapat dikategorikan ke dalam tiga sumber, yaitu

isi media, pemberitaan media, dan konteks sosial yang mentipifikasikan situasi pemberitaan.

Studi mengenai hubungan antara penggunaan media dan kepuasan pemirsa (baik GS maupun GO) telah banyak dilakukan oleh kalangan ilmuwan komunikasi massa. Dalam hubungan ini, Katz, Blumler, dan Gurevitch (1974: 15-16) menemukan bahwa pola penggunaan media dibentuk oleh setidaknya-tidaknya harapan-harapan mengenai apa jenis isi pemberitaan tertentu yang harus diterima oleh pemirsa. Kemudian, McQuail, Blumler, dan Brown (1972) menekankan penggunaan media sebagai suatu proses interaksi yang menghubungkan isi media dengan kebutuhan-kebutuhan pemirsa.

Dalam pandangan Katz, Blumler, dan Gurevitch (1974: 16), prakarsa untuk menghubungkan pemenuhan kepuasan dan pilihan mempergunakan media pada dasarnya terletak pada pemirsa sebagai subyek dalam proses komunikasi massa. Pendapat ini sesungguhnya memberikan suatu pemahaman baru untuk melihat posisi dan peranan pemirsa dalam suatu proses komunikasi massa dan memberikan landasan konseptual bagi pengembangan teori *uses and gratifications*. Dalam hubungan ini, Schramm, Lyle, dan Parker (1961) menekankan bahwa pemirsa dalam menonton televisi tidak selalu pasif tetapi juga aktif dimana mereka mempergunakan televisi untuk memenuhi kepuasan-kepuasannya lebih dari sekedar televisi mempengaruhi mereka. Atau, dalam kata-kata Katz, Gurevitch, dan Haas

(1973), audiens cenderung tunduk pada pemirsa yang selalu bersedia memenuhi kebutuhannya lebih daripada menguasainya. Sedangkan Lundberg dan Hulten (1968) mengatakan bahwa hanya penerima yang dapat menentukan apakah suatu proses komunikasi akan terjadi atau tidak. Tekanan pada prakarsa pemirsa menunjukkan makna bahwa pemirsa sebagai pihak yang secara aktif terlibat dalam menyeleksi apa yang ia inginkan setidaknya-tidaknya secara langsung memperlihatkan bahwa harapan-harapan dan kepuasan-kepuasan pemirsa dapat menentukan pola penggunaan media. Dengan kata lain, kepuasan-kepuasan pemirsa memiliki kekuatan vis-a-vis media.

Terhadap berbagai studi tersebut, Palmgreen, Wenner, dan Rosengren (1985: 28-30) berpendapat bahwa studi-studi mengenai hubungan antara penggunaan media dan kepuasan pemirsa dapat dibagi ke dalam setidaknya-tidaknya dua kategori utama, yaitu (1) studi-studi mengenai pentipologian kepuasan media dan (2) studi-studi melihat hubungan empiris antara pola penggunaan media (termasuk di dalamnya pilihan media dan pilihan isi) dan kepuasan pemirsa (baik GS maupun GO). Lebih lanjut dikemukakan bahwa sebagian besar studi ini berfokus pada televisi dengan melihat aspek-aspek pemberitaan televisi secara keseluruhan, pemberitaan terhadap berbagai jenis isi program, menonton televisi umum, dan menonton program-program tertentu. Studi-studi ini kemudian menemukan bahwa adanya pola tertentu dalam penggunaan media, terutama

pilihan media dan pilihan program, dapat memotivasi pemuasan kebutuhan pemirsa.

Dalam hubungan dengan pilihan media, Katz, Blumler, dan Gurevitch (1974: 22) menekankan bahwa aktivitas pilihan media oleh pemirsa sangat ditentukan oleh kombinasi unik dari setidaknya-tidaknya tiga atribut media, yaitu (1) karakteristik isi (2) perlengkapan khas (cetakan, cara-cara penyampaian siaran, bayangan versus gambaran secara simbolik, bacaan versus audio atau cara-cara penerimaan secara audio visual, dan (3) situasi-situasi terpaan khas (dirumah dan diluar rumah, pengontrolan terhadap aspek-aspek terpaan sementara versus ketiadaan pengawasan). Kombinasi berbagai atribut ini kemudian dapat menunjukkan apakah penggunaan media tersebut dapat memenuhi atau tidak dapat memenuhi kepuasan-kepuasan pemirsa.

Dari pemaparan mengenai pola penggunaan media tersebut di atas ditunjukkan bahwa pola penggunaan media dapat diinterpretasikan sebagai suatu respons terhadap kepuasan-kepuasan yang dirasakan oleh pemirsa. Dengan demikian terdapat hubungan antara penggunaan media itu sendiri dan tuntutan untuk memenuhi kepuasan-kepuasan pemirsa. Dalam bagian berikut akan dilakukan tinjauan mengenai hubungan pola penggunaan media televisi dan motivasi pemenuhan kepuasan pemirsa.

2. Tinjauan Mengenai Hubungan Pola Penggunaan Media Televisi dan Motivasi Kepuasan Pemirsa

Hubungan pola penggunaan media televisi dan motivasi pemenuhan kepuasan pemirsa dapat dibangun dalam kerangka model uses and gratifications. Fokus kajian dari model ini pada dasarnya bertumpu pada persoalan bagaimana penggunaan media televisi dapat memenuhi kepuasan-kepuasan pemirsa. Model uses and gratifications yang dipakai untuk melihat hubungan pola penggunaan media televisi dan motivasi pemenuha kepuasan pemirsa di dalam studi ini terutama berpijak pada model yang diajukan oleh Palmgreen dan Rayburn melalui studi empirisnya mengenai pemberitaan televisi pada tahun 1982 (lihat Littlejohn 1989: 274-276, Rosengren, Wenner, dan Palmgreen 1985: 61-72).

Palmgreen dan Rayburn (1985: 63-64) mempostulasikan bahwa pencarian kepuasan dari pemanfaatan media adalah berfungsi ganda yaitu harapan audiens bahwa media sebagai sumber dan evaluasi yang berpengaruh terhadap mereka yang terikat kepada sifat-sifat media. Secara formal postulasi tersebut dapat digambarkan demikian:

$$GS_i = b_i e_i$$

dimana GS_i = kepuasan yang dicari dari obyek media X (media, program, jenis isi, dan lainnya); b_i = keyakinan atau hara-

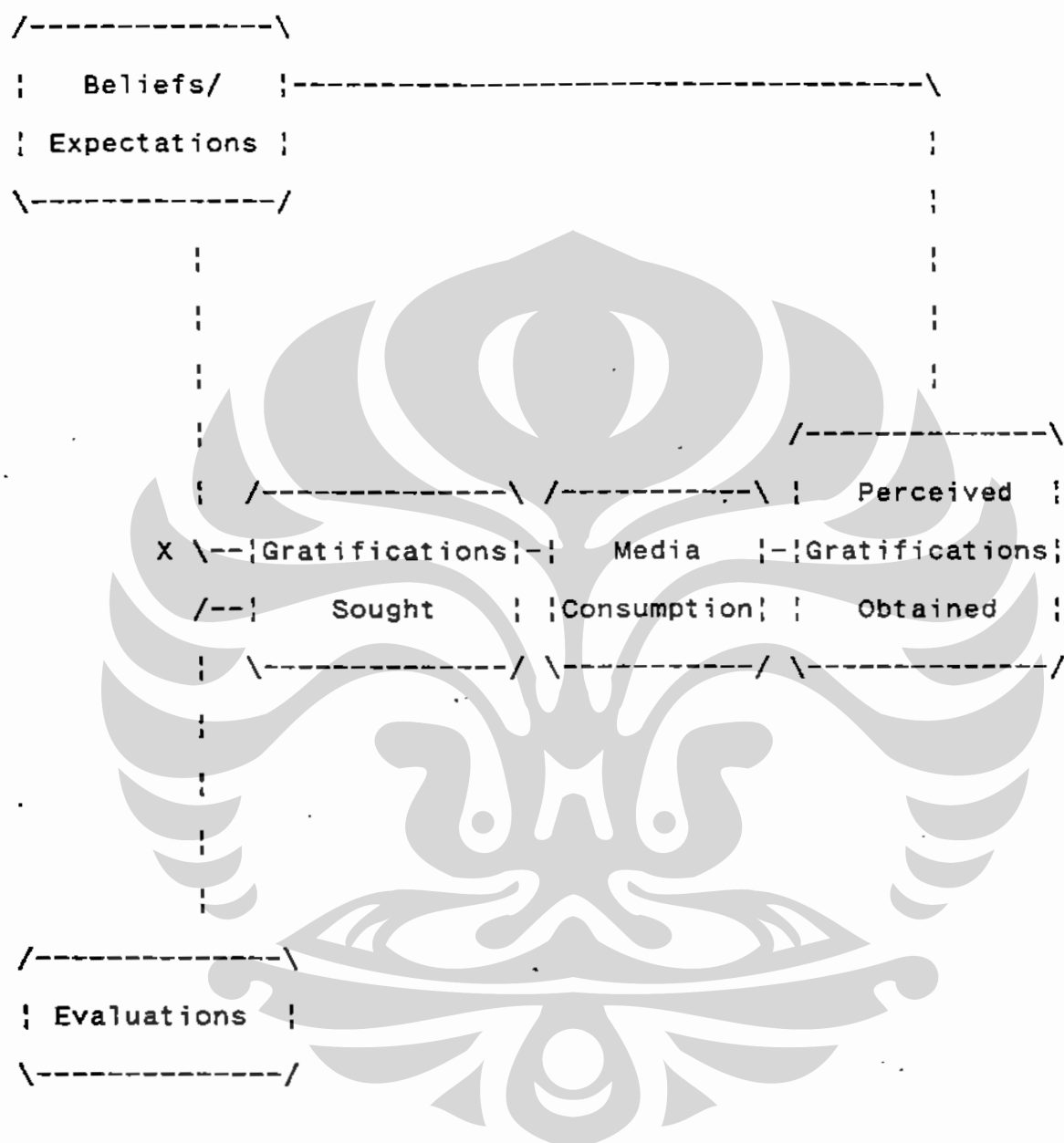
pan (probabilitas subyektif) bahwa X memiliki sejumlah atribut atau bahwa suatu tingkah laku yang berhubungan dengan X akan memiliki dampak tertentu; dan e_i = evaluasi afektif terhadap atribut atau dampak tertentu itu.

Model postulasi di atas mengimplikasikan bahwa suatu kepuasan tertentu tidak akan dicari dari X jikalau X dipandang tidak memiliki atribut terkait atau jikalau atribut tersebut dinilai sangat negatif. Jikalau atribut diyakini sangat kuat menjadi suatu komponen dari X dan dinilai sangat positif, maka pencarian kepuasan relatif kuat dapat diprediksikan, dengan tingkat pencarian lebih moderat yang berhubungan dengan tingkat b_i atau e_i lebih moderat. Suatu formulasi paralel yang memprediksikan orientasi umum untuk mencari berbagai kepuasan dari suatu sumber tertentu adalah sebagai berikut:

$$GS_i = b_i e_i$$

Studi Palmgreen dan Rayburn yang melihat hubungan penggunaan media dan kepuasan yang diperoleh dari pemberitaan televisi menunjukkan bahwa harapan-harapan mengenai pola berita televisi dan evaluasi-evaluasi mengenai pola tersebut merupakan anteseden-anteseden penting bagi motif-motif untuk mencari kepuasan-kepuasan. Model ini dapat digambarkan demikian:

Bagan EV Model of GS and GO



Model di atas yang dikenal sebagai EV Model of GS and GO merupakan suatu proses yang memposisikan bahwa keyakinan/ harapan dan penilaian terhadap karakteristik media tertentu

dapat mempengaruhi upaya pencarian kepuasan, yang kemudian mempengaruhi penggunaan media, dan penggunaan media ini berpengaruh pada persepsi mengenai kepuasan yang diperoleh, yang pada gilirannya memberikan umpan balik untuk memperkuat kembali atau mengubah persepsi pemirsa mengenai pola penggunaan media yang berkaitan dengan kepuasan. Sebaliknya, model ini pun mempostulasikan bahwa penilaian tidak dipengaruhi oleh persepsi-persepsi mengenai kepuasan yang diperoleh, yaitu tidak ditemukan bahwa semakin banyak kepuasan dipersepsikan untuk diperoleh, maka semakin positif penilaian yang berhubungan dengan pola penggunaan media. Dengan demikian, penilaian ini dipandang sebagai unsur yang relatif stabil sebagai produk dari suatu sistem kebudayaan dan nilai yang dianut pemirsa. Dengan postulasi terakhir ini, maka kajian Palmgreen dan Rayburn pada dasarnya menunjukkan bahwa harapan akan pola penggunaan media televisi dapat mempengaruhi motivasi pemuasan kebutuhan pemirsa.

Pendapat Palmgreen dan Rayburn di atas didukung pula oleh sejumlah ilmuwan media lainnya. Levy dan Windahl (1985: 109-122) yang meneliti mengenai aktivitas pemirsa menunjukkan hubungan antara pilihan media (*selectivity*) dan kepuasan pemirsa (*utility*). Sementara itu, Nordlund (1978), Rubin (1981 dan 1983), dan Palmgreen et al. (1981), membuktikan hubungan antara pilihan isi dalam suatu media dan kepuasan pemirsa. Rubin dan Rubin (1982) menunjukkan juga hubungan

antara pilihan isi media dan kepuasan pemirsa dengan meneliti pola menonton pemirsa terhadap sejumlah pertunjukan. Keduanya membuktikan bahwa (1) menonton pertunjukan-pertunjukan serial dan permainan dalam sehari berhubungan dengan upaya pencarian teman, hiburan, kebiasaan, dan penghabisan waktu, dan (2) menonton pertunjukan-pertunjukan berita televisi, majalah dokumen, dan dialog berhubungan kuat dengan motif mencari, memperoleh, dan mempelajari informasi.

Dari tinjauan mengenai hubungan pola penggunaan media televisi dan motivasi pemenuhan kepuasan pemirsa seperti dipaparkan di atas dapat diduga bahwa jikalau aktivitas menonton siaran televisi dituntun oleh motivasi kepuasan tertentu, maka pemirsa dapat melakukan pilihan penggunaan media tertentu pula atas dasar motivasi kepuasan yang telah ditentukan sebelumnya.

BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian ini pada dasarnya merupakan reanalisis (analisa ulang) terhadap sejumlah data penelitian mengenai penggunaan khalayak terhadap media televisi melalui antena parabola yang dilakukan oleh Puslitbang Media Massa Departemen Penerangan RI pada tahun 1994. Penelitian tersebut mencakup 14 kota (ibu kota propinsi di Indonesia). Untuk keperluan penelitian ini, penulis dengan seijin Deppen, menganalisis ulang data penelitian yang dilakukan di Padang. Analisis secara spesifik dilakukan terhadap variabel-variabel yang berkaitan dengan model uses and gratification.

Berikut adalah uraian mengenai (1) sifat penelitian, (2) populasi dan sampel, (3) teknik pengumpulan data, dan (4) teknik analisis data.

1. Sifat penelitian

Penelitian ini berbentuk deskriptif-analitis. Mengenai penelitian deskriptif, Singarimbun (1989: 4-5) melihatnya sebagai upaya mengembangkan konsep, menghimpun data, dan kemudian menggambarkannya.

Penelitian ini tidak hanya terbatas pada upaya menggambarkan gejala yang terjadi, tetapi juga berupaya menganalisisnya dengan cara menjelaskan dan memberikan penafsiran

terhadap gejala dimaksud serta menarik kesimpulan dari upaya penafsiran ini.

Dalam penelitian ini, gejala-gejala yang hendak dideskripsi dan dianalisis adalah pola penggunaan media televisi dan motivasi kepuasan pemirsa.

2. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah setiap individu dalam keluarga para pemilik antena parabola yang berumur 15 tahun ke atas, tidak termasuk instansi pemerintahan ataupun swasta.

Dari populasi tersebut dapat ditetapkan sampel penelitian. Dalam penelitian ini sampel ditentukan secara kuota sebanyak 100 orang. Penentuan sampel mempergunakan teknik kluster geografis guna mencegah terjadinya konsentrasi responden pada kawasan tertentu. Teknik ini membagi populasi atas empat kelompok (menurut kecamatan) dimana setiap kelompok (kecamatan) ditentukan 25 responden. Pada setiap kelompok ditentukan Primary Sampling Unit (PSU) setingkat kecamatan. Penentuan responden pada setiap PSU dilakukan secara acak (random sampling) dengan maksud untuk memberikan peluang yang sama kepada setiap individu dalam keluarga pemilik antena parabola menjadi responden penelitian.

Dalam pelaksanaan penelitian, dalam hal ini pengumpulan data melalui daftar pertanyaan, hanya terdapat 99 responden yang mengembalikan daftar pertanyaannya, sehingga yang dapat dianalisis ialah jawaban-jawaban dari 99 responden sedangkan 1 responden dinyatakan tidak valid karena tidak ada jawaban.

3. Operasionalisasi Konsep

Variabel motivasi kepuasan pemirsa dalam penelitian ini secara konseptual dapat diartikan sebagai daya dorong yang ada di dalam diri penonton televisi untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu untuk memenuhi kepuasan. Secara operasional variabel motivasi kepuasan pemirsa ini dapat dianalisis dari tiga aspek pokok sebagai hasil dari tinjauan kepustakaan yang telah dikemukakan sebelumnya. Pertama, motivasi pemenuhan informasi, yang mendorong pemirsa untuk mencari berita, memenuhi rasa ingin tahu, atau menambah informasi. Kedua, motivasi pemenuhan pendidikan, yang mendorong pemirsa untuk memperoleh pengetahuan mengenai orang lain, mendapatkan nilai-nilai panutan, meningkatkan pemahaman mengenai diri sendiri, memperoleh ketrampilan dan kemahiran yang berguna untuk kehidupan sehari-hari, dan membantu menjalankan peran sosial. Ketiga, motivasi pemenuhan hiburan, yang mendorong pemirsa untuk memperoleh kenikmatan jiwa, melepaskan diri dari beban masalah sehari-hari, melupakan kekesalan hati, mengisi waktu, dan mendapatkan rasa santai. Variabel kepuasan pemirsa ini kemudian dianalisis menurut faktor-faktor karakteristik individual pemirsa seperti umur, pekerjaan, dan pendidikan.

Sedangkan pola penggunaan media televisi secara konseptual diartikan sebagai kebiasaan pemirsa memilih stasiun

televisi, program, waktu, dan lamanya waktu mempergunakannya dalam rangka memenuhi kepuasannya. Secara operasional variabel pola penggunaan media televisi dapat dianalisis dari dua hal. Pertama, analisis pola penggunaan media televisi yang ditinjau dari empat segi, yaitu (1) pilihan media yang berkaitan pilihan stasiun televisi, baik domestik maupun asing, yang dilihat dari segi arah pemasangan antena parabola, penguasaan bahasa asing, dan ukuran antena parabola. (2) pilihan isi yang berhubungan dengan pilihan program siaran televisi dan dikategorikan ke dalam program bidang politik, ekonomi, dan sosial-budaya. (3) jam menonton siaran televisi yang berkaitan dengan rentang waktu yang dipakai untuk menyaksikan siaran televisi dalam sehari dan dibagi ke dalam hari kerja dan hari libur. (4) durasi menonton siaran televisi yang bertalian dengan lamanya waktu yang dipergunakan untuk menyaksikan siaran televisi dalam sehari dan dilihat dari segi kelompok umur, jenis pekerjaan, dan jenjang pendidikan. Kedua, analisis mengenai kredibilitas media televisi sebagai sumber informasi. Kredibilitas di sini dimaksudkan sebagai derajat kepercayaan pemirsa yang kemudian dielaborasi berdasarkan faktor-faktor karakteristik individual pemirsa seperti umur, pekerjaan, dan pendidikan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah penyebaran daftar pertanyaan kepada para responden yang ada pada setiap PSU. Teknik ini kemudian dikombinasikan dengan pengumpulan data dari kepustakaan yang terkait dengan masalah penelitian ini.

5. Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul kemudian dapat dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif menempuh beberapa langkah pokok seperti mereduksi data, mentabulasi data dengan membuat tabulasi tunggal maupun silang yang mempergunakan statistik deskriptif, menjelaskan data, memberikan penafsiran, dan melakukan penarikan kesimpulan.

Sedangkan analisis kuantitatif dalam penelitian ini mempergunakan pengujian statistik Chi Square (Dajan 1986: 277-297), yaitu menguji tingkat perbedaan hubungan variabel-variabel yang diteliti dengan tingkat pengukuran nominal atau ordinal. Dipilihnya pengujian ini karena dianggap sesuai dengan tujuan penelitian yang melihat tingkat perbedaan hubungan pada sejumlah data yang pengukurannya bersifat nominal atau ordinal. Rumus Chi Square adalah:

$$\chi^2 = \frac{\sum (O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

dengan prosedur pengujiannya sebagai berikut:

- (1) membuat tabulasi silang yang berisikan frekuensi pengamatan yang terletak pada baris ke- i dan kolom ke- j (O_{ij})
- (2) menentukan frekuensi harapan yang ada pada baris ke- i dan kolom ke- j (E_{ij}) dimana E_{ij} dihitung dari jumlah frekuensi pada baris ke- i (R_i) dikalikan dengan jumlah frekuensi pada kolom ke- j (C_j) dan kemudian dibagi dengan jumlah keseluruhan frekuensi pengamatan (N). Secara singkat dapat dirumuskan demikian:

$$E_{ij} = \frac{R_i \times C_j}{N}$$

- (3) menghitung χ^2 dan kemudian menentukan taraf nyata (level of significance) dan derajat kebebasan (degree of freedom). Dalam penelitian ini dipergunakan taraf nyata = 0,05 dan derajat kebebasan dua macam, yaitu $dof = (3-1)(3-1) = 4$ sehingga nilai tabelnya sebesar 9,49 dan $dof = (3-1)(2-1) = 2$ sehingga nilai tabelnya sebesar 5,99 (dengan mempergunakan Tabel Titik Persentasi Distribusi χ^2 dari Catherine Thomson dalam Dajan 1986: 395)
- (4) mengambil keputusan atau menarik kesimpulan atas dasar dua kaidah berikut. Pertama, jikalau nilai perhitungan (χ^2) kurang dari dan sama dengan nilai tabel χ^2 (χ^2_{table} , dof), maka hasilnya menunjukkan tidak-adanya perbedaan yang

signifikan antara variabel-variabel yang diuji. Kedua, jikalau nilai perhitungan (X) lebih dari nilai tabel X (α, dof), maka hasilnya menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara variabel-variabel yang diuji.



BAB IV

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian mengenai pola penggunaan media televisi melalui antena parabola dalam rangka pemenuhan kepuasan pemirsa dapat dibagi menjadi empat bagian pokok, yaitu (1) deskripsi karakteristik responden penelitian, (2) deskripsi penggunaan media televisi domestik, (3) deskripsi penggunaan media televisi asing, dan (4) persepsi mengenai kredibilitas media televisi sebagai sumber informasi.

1. Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik responden penelitian, dalam hal ini individu-individu dalam keluarga pemilik antena parabola, dapat diklasifikasikan ke dalam dua bagian, yaitu karakteristik sosio-demografis dan karakteristik kepemilikan televisi, antena parabola dan media komunikasi lainnya.

1.1. Karakteristik Sosio-demografis

Responden pada penelitian ini adalah salah satu anggota keluarga dari pemilik antena parabola dengan batasan umur 15 tahun ke atas. Berdasarkan kategori ini dari 99 responden

terdapat 66 responden pria (66,7 %) dan 33 responden wanita (33,3 %). Berdasarkan umur, kelompok terbesar adalah berusia dewasa (25-44 tahun) sebanyak 69 responden (69,7 %), kemudian diikuti oleh kelompok umur tua (45 tahun ke atas) sebanyak 16 responden (16,2 %), dan yang terakhir adalah kelompok umur remaja (15-24 tahun) sebanyak 14 responden (14,1 %). Mengenai jumlah responden menurut kelompok umur dapat dilihat pada Tabel 2. Berdasarkan status perkawinan, 10 responden (10,1 %) belum menikah, sedangkan 88 responden (88,9 %) sudah menikah.

Tabel 2 Responden Menurut Kelompok Umur

| Kelompok Umur (Tahun) | Jumlah Responden | % |
|-----------------------|------------------|-------|
| Remaja (15-24 tahun) | 14 | 14,1 |
| Dewasa (25-44 tahun) | 69 | 69,7 |
| Tua (45 tahun) | 16 | 16,2 |
| Jumlah Total | 99 | 100,0 |

Dari segi jenis pekerjaan terlihat bahwa 56 responden atau sekitar 56,6 % terdiri dari pegawai negeri. Jenis pekerjaan lain yang menonjol adalah swasta sebanyak 39

responden (39,4 %) dan jumlah responden terkecil adalah pelajar/mahasiswa sebanyak 4 orang (4,0 %). Rincian data mengenai responden menurut jenis pekerjaan ini dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Responden Menurut Jenis Pekerjaan

| Jenis Pekerjaan | Jumlah Responden | % |
|-------------------|------------------|-------|
| Pegawai negeri | 56 | 56,6 |
| Swasta | 39 | 39,4 |
| Pelajar/mahasiswa | 4 | 4,0 |
| Jumlah Total | 99 | 100,0 |

Berdasarkan latar belakang pendidikan, bagian terbesar responden berpendidikan Sekolah Menengah sebanyak 57 orang (57,6 %) yang terdiri dari SLP sebanyak 1,0% dan SLA sebanyak 56,6% kemudian diikuti oleh kelompok responden yang berpendidikan Perguruan Tinggi sebanyak 39 orang (39,4 %), dan yang terakhir ialah kelompok responden yang berpendidikan Sekolah Dasar sebanyak 3 orang (3,0 %). Mengenai jumlah responden menurut latar belakang pendidikan ini dapat ditunjukkan pada Tabel 4.

Tabel 4 Responden Menurut Jenjang Pendidikan

| Pendidikan | Jumlah Responden | % |
|------------------|------------------|-------|
| Sekolah Dasar | 3 | 3,0 |
| SLP | 1 | 1,0 |
| SLA | 56 | 56,6 |
| Perguruan Tinggi | 39 | 39,4 |
| Jumlah Total | 99 | 100,0 |

Penguasaan bahasa asing bagi pemilik antena parabola cukup penting dalam rangka memahami siaran televisi, terutama siaran televisi asing. Tentang hal ini, maka 47 responden (47,5 %) dapat menguasai bahasa Inggris walaupun dalam tingkatan yang berbeda-beda, yaitu baik sebanyak 17 responden (17,2 %) dan cukup baik sebanyak 30 responden (30,3 %). Sedangkan jumlah responden yang menguasai bahasa asing lainnya (Mandarin, Perancis, Jerman, dan Jepang) relatif hanya sedikit. Rincian mengenai responden menurut penguasaan bahasa asing ini dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5 Responden Menurut Penguasaan Bahasa Asing

| Kemampuan | Baik | | Cukup Baik | | Kurang | | Tidak Kuasai | |
|-----------|------|------|------------|------|--------|------|--------------|------|
| | Jlh | % | Jlh | % | Jlh | % | Jlh | % |
| Bahasa | | | | | | | | |
| Inggeris | 17 | 17,2 | 30 | 30,3 | 40 | 40,4 | 12 | 12,1 |
| Mandarin | - | - | 3 | 3,0 | 15 | 15,2 | 81 | 81,8 |
| Perancis | - | - | - | - | 4 | 4,0 | 95 | 96,0 |
| Jerman | 3 | 3,0 | - | - | 6 | 6,1 | 90 | 90,9 |
| Jepang | - | - | - | - | 1 | 1,0 | 98 | 99,0 |
| Lainnya | 3 | 3,0 | 7 | 7,1 | 11 | 11,1 | 78 | 78,8 |

Ditinjau dari jumlah anggota keluarga, lebih dari 56 % responden mempunyai anggota keluarga berjumlah 6 orang atau lebih. Rincian data responden menurut jumlah anggota keluarga ini dapat ditunjukkan dalam Tabel 6.

Tabel 6 Responden Menurut Jumlah Anggota keluarga

| Jumlah Anggota Keluarga | Jumlah Responden | % |
|-------------------------|------------------|-------|
| 1 orang | - | - |
| 2 orang | 3 | 3,0 |
| 3 orang | 5 | 5,0 |
| 4 orang | 8 | 8,1 |
| 5 orang | 27 | 27,3 |
| > 6 orang | 56 | 56,6 |
| Jumlah Total | 99 | 100,0 |

Dari segi pengeluaran rumah tangga per bulan tampak bahwa mayoritas responden (83,9 %) mempunyai pengeluaran Rp 750.000 atau kurang responden yang memiliki pengeluaran per bulan lebih dari Rp 750.000 ada sekitar 16,1 %. Gambaran data dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7 Responden Menurut Rata-rata
Pengeluaran Per Bulan

| Rata-rata Pengeluaran (Rp) | Jumlah Responden | % |
|----------------------------|------------------|-------|
| < 250.000 | 19 | 19,2 |
| 251.000 - 500.000 | 40 | 40,4 |
| 501.000 - 750.000 | 24 | 24,3 |
| 751.000 - 1.000.000 | 7 | 7,1 |
| 1.001.000 - 1.250.000 | 4 | 4,0 |
| 1.251.000 - 1.500.000 | 4 | 4,0 |
| 1.501.000 - 1.750.000 | 1 | 1,0 |
| > 1.751.000 | - | - |
| Jumlah Total | 99 | 100,0 |

1.2. Karakteristik Kepemilikan Televisi, Antena Parabola, dan Media Komunikasi Lain

Kepemilikan pesawat televisi dirasakan oleh pemirsa sebagai suatu tuntutan kehidupan masyarakat informasi. Hal ini dapat ditangkap dari karakteristik kepemilikan televisi oleh pemirsa yang tidak hanya satu buah tetapi bahkan dua

sampai tiga buah dalam satu keluarga. Gambaran kepemilikan televisi tersebut dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8 Responden Menurut Jumlah Televisi

| Kategori Jumlah Televisi | Jumlah Responden | % |
|--------------------------|------------------|-------|
| 1 buah | 75 | 75,8 |
| 2 buah | 21 | 21,2 |
| 3 buah | 3 | 3,0 |
| Jumlah Total | 99 | 100,0 |

Di samping televisi, kepemilikan antena parabola oleh masyarakat dari tahun ke tahun menunjukkan kecenderungan meningkat, bahkan ada yang tidak puas dengan memiliki satu antena parabola saja. Pada Tabel 9 tampak bahwa dari 99 responden terdapat 92 responden (92,9 %) yang memiliki satu antena parabola, sedangkan sisanya sebanyak 7 responden (5,6 %) memiliki dua antena parabola.

Tabel 9 Responden Menurut Kepemilikan Antena Parabola

| Jumlah Antena Parabola | Jumlah Responden | % |
|------------------------|------------------|-------|
| Satu buah | 92 | 92,9 |
| Dua buah | 7 | 7,1 |
| Jumlah Total | 99 | 100,0 |

Kendatipun SKSD PALAPA sudah diluncurkan semenjak tahun 1976, namun selama enam tahun semenjak diluncurkan, antena parabola belum banyak dimiliki masyarakat. Pada Tabel 10 tampak bahwa sekitar 90,9 % antena parabola yang dimiliki oleh responden pada umumnya dipasang enam tahun terakhir, yaitu antara tahun 1988-1993. Selebihnya (7,1 %) adalah antara tahun 1982-1987 dan sedikit sekali (2,0 %) yang dipasang antara tahun 1976-1981.

Tabel 10 Tahun Pemasangan Antena Parabola

| Tahun Pemasangan | Jumlah Antena Parabola | % |
|------------------|------------------------|-------|
| 1976 - 1981 | 2 | 2,0 |
| 1982 - 1987 | 7 | 7,1 |
| 1988 - 1993 | 90 | 90,9 |
| Jumlah Total | 99 | 100,0 |

Dilihat dari aspek ukuran antena parabola tampak bahwa dari 99 antena parabola terdapat 76 buah (76,8 %) yang berukuran antara 9-13 feet, yang berukuran 4-8 feet sebanyak 12 buah (12,1 %), sedangkan antena parabola yang berukuran 14-30 feet adalah sebanyak 11 buah (11,1 %). Besarnya ukuran antena parabola sangat mendukung responden dalam menonton siaran televisi, terutama siaran televisi asing, karena lebih banyak stasiun televisi asing yang dapat ditonton. Tabel 11 secara jelas memperlihatkan jumlah responden yang memiliki antena parabola dengan ukuran-ukuran tertentu.

Tabel 11 Ukuran Antena Parabola

| Ukuran (Feet) | Jumlah Antena Parabola | % |
|---------------|------------------------|-------|
| 4 - 8 feet | 12 | 12,1 |
| 9 - 13 feet | 76 | 76,8 |
| 14 - 18 feet | 7 | 7,1 |
| 19 - 30 feet | 4 | 4,0 |
| Jumlah Total | 99 | 100,0 |

Di samping ukuran, posisi pemasangan antena parabola sangat berpengaruh pada jumlah stasiun televisi, terutama stasiun televisi asing, yang dapat ditonton. Dengan arah yang vertikal, pemilik antena parabola hanya dapat menonton siaran televisi yang mempergunakan jasa SKSD PALAPA dalam penyebarluasan siarannya. Sedangkan pada posisi horizontal dapat ditonton siaran televisi luar negeri yang mempergunakan jasa satelit selain SKSD PALAPA. Pada Tabel 12 terlihat bahwa 29,3 % antena parabola yang dimiliki oleh responden diarahkan ke satelit Palapa. Dalam posisi demikian, setidaknya-tidaknya delapan siaran televisi asing dapat ditangkap. Selebihnya, yaitu 43,4 %, khusus diarahkan untuk menangkap siaran televisi asing, sedangkan 27,3 % lainnya dapat dia

rahan sesuai dengan kemauan pemiliknya karena mempergunakan rotater.

Tabel 12 Arah Pemasangan Antena Parabola

| Arah Pemasangan | Jumlah Antena Parabola | % |
|-----------------|------------------------|-------|
| Horizontal | 43 | 43,4 |
| Vertikal | 29 | 29,3 |
| Gunakan Rotater | 27 | 27,3 |
| Jumlah Total | 99 | 100,0 |

Media komunikasi lain yang dimiliki oleh responden adalah berupa radio dengan rincian 1 buah sebanyak 57 responden (57,6 %) dan 2 buah sebanyak 23 responden (23,2 %). Sedangkan jumlah yang melebihi 3 buah berada di bawah 10 %. Rincian data mengenai jumlah radio yang dimiliki responden ini dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13 Responden Menurut Jumlah
Kepemilikan Radio

| Kategori Jumlah Radio | Jumlah Responden | % |
|-----------------------|------------------|-------|
| 1 buah | 57 | 57,6 |
| 2 buah | 23 | 23,2 |
| 3 buah | 8 | 8,1 |
| > 4 buah | 2 | 2,0 |
| Tidak Miliki | 9 | 9,1 |
| Jumlah Total | 99 | 100,0 |

2. Pola Penggunaan Media Televisi Domestik

Analisis mengenai penggunaan media televisi domestik dapat dibagi ke dalam dua bagian pokok. Pertama, analisis mengenai pola penggunaan media televisi domestik melalui antena parabola khususnya yang mencakup pilihan media/saluran, pilihan program, jam menonton, dan durasi menonton, serta analisis mengenai perbedaan penggunaan media televisi domestik melalui antena parabola berdasarkan faktor-faktor karakteristik individual pemirsa berupa kelompok umur, jenis pekerjaan, dan jenjang pendidikan. Kedua, analisis mengenai

kepuasan yang pemirsa peroleh dari penggunaan media televisi domestik khususnya yang mencakup aspek informasi, pendidikan, dan hiburan, serta analisis mengenai perbedaan kepuasan pemirsa dalam menonton siaran televisi domestik yang ditinjau dari faktor-faktor karakteristik individual pemirsa berupa kelompok umur, jenis pekerjaan, dan jenjang pendidikan.

2.1. Pilihan Stasiun Televisi, Program Acara, Jam Menonton dan Durasi Menonton

Dalam rangka pemenuhan kepuasan-kepuasannya, yaitu kepuasan-kepuasan yang dapat dipenuhi melalui media, pemirsa yang menonton siaran televisi melalui antena parabola dapat mempergunakan media dimaksud demi pemenuhan kepuasannya tersebut. Penggunaan media televisi dalam rangka pemenuhan kepuasan-kepuasan pemirsa itu dapat dilihat dari setidaknya empat aspek berikut, yaitu pilihan media televisi, pilihan program siaran televisi, jam menonton siaran televisi, dan durasi menonton siaran televisi. Keempat hal pokok ini dapat dipergunakan untuk menganalisis mengenai pola penggunaan media televisi domestik.

2.1.1. Pilihan Stasiun Televisi

Terdapat lima stasiun televisi domestik, yaitu RCTI, TVRI, SCTV, ANTEVE, dan TPI. Dari lima stasiun televisi domestik ini, RCTI merupakan stasiun televisi domestik yang paling populer untuk ditonton sekitar 38,4 % responden. Stasiun-stasiun televisi lainnya semisal TVRI, SCTV, dan ANTEVE ditonton oleh sekitar 12-26 % responden. Sedangkan TPI hanya ditonton oleh 6% responden. Rincian data mengenai hal ini dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14 Stasiun Televisi Domestik
Yang Sering Ditonton

| Stasiun Televisi Domestik | Jumlah Responden | % |
|---------------------------|------------------|-------|
| RCTI | 38 | 38,4 |
| TVRI | 26 | 26,3 |
| SCTV | 17 | 17,2 |
| ANTEVE | 12 | 12,1 |
| TPI | 6 | 6,0 |
| Jumlah Total | 99 | 100,0 |

Jikalau stasiun televisi yang ditonton ini dilihat dari ukuran antena parabola yang dimiliki responden, maka data menunjukkan bahwa dari 38 responden yang menonton RCTI terdapat 30 responden (78,9 %) yang memiliki antena parabola berukuran 9-13 feet; 5 responden (13,2 %) yang memiliki antena parabola berukuran 4-8 feet; 2 responden (5,3 %) yang memiliki antena parabola berukuran 14-18 feet; dan 1 responden (2,6 %) yang memiliki antena parabola berukuran 19-30 feet. Selanjutnya dari 26 responden yang menonton TVRI diperoleh 20 responden (76,9 %) yang memiliki antena parabola berukuran 9-13 feet; 3 responden (11,5 %) yang memiliki antena parabola berukuran 4-8 feet; 2 responden (7,7 %) yang memiliki antena parabola berukuran 14-18 feet; dan sisanya 1 responden (3,9 %) yang memiliki antena parabola berukuran 19-30 feet. Rata-rata kurang dari 13,0 % responden yang menonton media televisi lainnya seperti SCTV, ANTEVE dan TPI memiliki antena parabola menurut kategori ukurannya masing-masing dalam jumlah yang relatif kecil. Rincian data mengenai pilihan stasiun televisi domestik menurut ukuran antena parabola dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15 Pilihan Stasiun Televisi Domestik
Menurut Ukuran Antena Parabola

| Televisi | 4 - 8 | | 9 - 13 | | 14 - 18 | | 19 - 30 | |
|----------|-------|------|--------|------|---------|------|---------|------|
| | Jlh | % | Jlh | % | Jlh | % | Jlh | % |
| RCTI | 5 | 41,7 | 30 | 39,5 | 2 | 28,6 | 1 | 25,0 |
| TVRI | 3 | 25,0 | 20 | 26,3 | 2 | 28,6 | 1 | 25,0 |
| SCTV | 2 | 16,7 | 13 | 17,1 | 1 | 14,3 | 1 | 25,0 |
| ANTEVE | 1 | 8,3 | 9 | 11,8 | 1 | 14,3 | 1 | 25,0 |
| TPI | 1 | 8,3 | 4 | 5,3 | 1 | 14,3 | - | - |

Apabila dilihat dari arah pemasangan antena parabola, maka RCTI merupakan stasiun televisi domestik yang paling menonjol ditonton responden. Sedangkan TVRI tergolong juga sebagai stasiun yang relatif banyak disaksikan oleh responden. Untuk menangkap siaran stasiun televisi domestik ini, arah antena parabola pada umumnya dipasang secara agak proporsional, baik horizontal, vertikal, maupun memakai rotater. Dan untuk stasiun-stasiun televisi lainnya seperti SCTV, ANTEVE, dan TPI relatif kurang diminati oleh para pemirsa pemilik antena parabola. Gambaran data mengenai pilihan media televisi menurut arah pemasangan antena parabola

ini dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16 Pilihan Stasiun Televisi Domestik
Menurut Arah Pemasangan Antena Parabola

| Arah | Horizontal | | Vertikal | | Rotater | |
|--------|------------|------|----------|------|---------|------|
| | Jlh | % | Jlh | % | Jlh | % |
| RCTI | 17 | 39,5 | 9 | 31,0 | 12 | 44,4 |
| TVRI | 9 | 20,9 | 10 | 34,5 | 7 | 25,9 |
| SCTV | 8 | 18,6 | 5 | 17,2 | 4 | 14,8 |
| ANTEVE | 6 | 14,0 | 3 | 10,3 | 3 | 11,1 |
| TPI | 3 | 7,0 | 2 | 6,9 | 1 | 3,7 |

2.1.2. Pilihan Program Siaran Televisi

Data menunjukkan bahwa program-program hiburan merupakan program-program yang banyak diminati responden dimana dari 99 responden terdapat 52 responden (52,5 %) yang cenderung menonton acara-acara hiburan (film, drama, musik, dan olah raga). Kemudian diikuti program siaran berita yang sifatnya pencarian informasi sebanyak 18 responden (18,2 %), dan terakhir program-program lainnya yang bersifat

pendidikan. Rincian data mengenai keadaan ini dapat ditunjukkan pada Tabel 17.

Tabel 17 Program Siaran Televisi
Domestik Yang Ditonton

| Program Siaran | Jumlah Responden | % |
|----------------|------------------|-------|
| Berita | 18 | 18,2 |
| Dialog | 5 | 5,1 |
| Film | 13 | 13,1 |
| Drama | 3 | 3,0 |
| Musik | 30 | 30,3 |
| Olah Raga | 6 | 6,4 |
| Pendidikan | 5 | 5,1 |
| Budaya | 4 | 4,0 |
| Agama | 5 | 5,1 |
| Bisnis | 9 | 9,0 |
| Lainnya | 1 | 1,0 |
| Jumlah Total | 99 | 100,0 |

2.1.3. Jam Menonton

Jam menonton dalam hal ini dilihat sebagai rentang waktu yang dipakai untuk menonton siaran televisi dalam sehari. Jam menonton sehari ini dapat dikategorikan menjadi baik hari kerja maupun hari libur.

Ditinjau dari aspek hari kerja terlihat adanya dua hal. Pertama, jam menonton lebih terkonsentrasi pada jam siar utama (prime time), yaitu pada jam 21.00-23.00 terdapat sebanyak 32 responden (32,4 %) dan yang relatif lama waktu menontonnya berkisar jam 19.00-21.00 sebanyak 21 responden (21,3 %). Kedua, pada waktu-waktu tertentu yang lain kecenderungan menonton tampaknya menurun, terutama pada pagi sampai sore hari. Gambaran demikian dapat dilihat pada Tabel 18.

Kemudian bila dilihat dari segi hari libur jam menonton tersebar antara jam 07.00 sampai dengan jam 01.00 tengah malam. Waktu yang paling banyak dipilih adalah pada jam 21.00-23.00 sebanyak 27 responden (27,2 %) dan jam 19.00-21.00 sebanyak 16 responden (16,1 %). Rincian data ini menunjukkan bahwa jam siar utama siaran televisi berkisar jam 21.00-23.00. Gambaran ini dapat ditunjukkan dalam Tabel 18.

Tabel 18 Jam Menonton Siaran Televisi Domestik

| Jam Menonton | Hari Kerja | | Hari Libur | |
|---------------|-------------|-------|-------------|-------|
| | Jlh Respon. | % | Jlh Respon. | % |
| 05.00 - 07.00 | 2 | 2,0 | 3 | 3,0 |
| 07.00 - 09.00 | 3 | 3,0 | 5 | 5,1 |
| 09.00 - 11.00 | 3 | 3,0 | 10 | 10,1 |
| 11.00 - 13.00 | 4 | 4,0 | 9 | 9,1 |
| 13.00 - 15.00 | 5 | 5,1 | 5 | 5,1 |
| 15.00 - 17.00 | 7 | 7,1 | 5 | 5,1 |
| 17.00 - 19.00 | 13 | 13,1 | 9 | 9,1 |
| 19.00 - 21.00 | 21 | 21,3 | 16 | 16,1 |
| 21.00 - 23.00 | 32 | 32,4 | 27 | 27,2 |
| 23.00 - 01.00 | 4 | 4,0 | 5 | 5,1 |
| 01.00 - 03.00 | 3 | 3,0 | 3 | 3,0 |
| 03.00 - 05.00 | 2 | 2,0 | 2 | 2,0 |
| Jumlah Total | 99 | 100,0 | 99 | 100,0 |

2.1.4. Durasi Menonton

Durasi menonton sehari dalam hal ini dimaksudkan sebagai lamanya waktu yang dipergunakan untuk menonton siaran televisi dalam sehari. Mengenai hal ini hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat pemilik antena parabola menonton siaran televisi domestik antara 121-240 menit sehari. Secara rinci dapat dikemukakan bahwa 47 responden (47,5 %) masyarakat pemilik antena parabola menonton selama 121-240 menit, sedangkan 36 responden (36,3 %) lainnya menonton selama kurang dari/sama dengan 120 menit sehari. Di samping itu, yang termasuk relatif lama adalah mereka yang menonton selama lebih dari/sama dengan 241 menit sehari sebanyak 16 responden (16,2 %). Yang menarik dari analisis data tersebut ialah adanya kalangan pemilik antena parabola yang menonton lebih dari/sama dengan 241 menit atau lima setengah sampai enam jam sehari sebanyak 16 responden (16,2 %). Gambaran demikian dapat dilihat pada Tabel 19.

Tabel 19 Durasi Menonton Siaran
Televisi Domestik Sehari

| Durasi Menonton (Menit) | Jumlah Responden | % |
|-------------------------|------------------|-------|
| < 120 | 36 | 36,3 |
| 121 - 240 | 47 | 47,5 |
| > 241 | 16 | 16,2 |
| Jumlah Total | 99 | 100,0 |

Durasi menonton siaran televisi domestik sehari tersebut dapat pula dilihat dari aspek kelompok umur, jenis pekerjaan, dan jenjang pendidikan.

Ditinjau dari aspek kelompok umur dapat dilihat perbedaan pemanfaatan durasi menonton siaran televisi domestik melalui antena parabola oleh pemirsa. Mengenai hal ini, data (frekuensi observasi dan frekuensi harapan) dapat ditunjukkan dalam Tabel 20.

Tabel 20 Durasi Menonton Siaran Televisi Domestik
Menurut Kelompok Umur

| Umur | Remaja | Dewasa | Tua | Jumlah |
|--------------|-----------|-----------|-----------|--------|
| Durasi | | | | Total |
| < 120 | - (-) | 26 (37,7) | 10 (62,5) | 36 |
| 121 - 240 | 3 (21,4) | 39 (56,5) | 5 (31,3) | 47 |
| > 241 | 11 (78,6) | 4 (5,8) | 1 (6,3) | 16 |
| Jumlah Total | 14 | 69 | 16 | 99 |

Hasil perhitungan $\chi^2 = 29,43$ sedangkan nilai tabel χ^2 ($\alpha : 0,05, df: 4$) = 9,49. Dengan demikian χ^2 lebih besar dari χ^2 ($\alpha : 0,05, df: 4$) yang berarti bahwa terdapat perbedaan yang signifikan di antara kelompok umur remaja, dewasa, dan tua dalam hal pemanfaatan durasi menonton siaran televisi domestik melalui antena parabola. Dengan demikian, ditinjau dari aspek kelompok umur seperti terlihat pada Tabel 20 muncul setidaknya-tidaknya tiga hal. Pertama, durasi menonton televisi domestik terdistribusi secara agak proporsional sesuai dengan rata-rata waktu yang dipergunakan antara responden berumur remaja dan dewasa, namun perbedaannya terletak pada durasi menonton kaum remaja yang melebihi 241

menit. Kedua, durasi menonton terlama berkisar 121-240 menit dan kemudian diikuti oleh durasi < 120 menit. Dan ketiga, terlihat adanya kecenderungan bahwa semakin tinggi umur (tua) semakin berkurangnya waktu yang dipergunakan untuk menonton.

Perbedaan pemanfaatan durasi menonton siaran televisi domestik melalui antena parabola berdasarkan jenis pekerjaan dapat ditunjukkan datanya (frekuensi observasi dan frekuensi harapan) seperti yang tercantum dalam Tabel 21.

Tabel 21 Durasi Menonton Siaran Televisi Domestik
Menurut Jenis Pekerjaan

| Pekerjaan | Pegawai Negeri | Swasta | Pelajar/ Mahasiswa | Jumlah Total |
|--------------|----------------|-----------|-----------------------|--------------|
| < 120 | 15 (26,8) | 21 (53,8) | - | 36 |
| 121 - 240 | 34 (60,7) | 13 (33,3) | - | 47 |
| > 241 | 7 (12,5) | 5 (12,8) | 4 (100,0) | 16 |
| Jumlah Total | 56 | 39 | 4 | 99 |

Hasil perhitungan $X = 38,80$ sedangkan nilai tabel X ($\alpha : 0,05, df: 4$) = 9,49. Dengan demikian X lebih besar dari X ($\alpha : 0,05, df: 4$) yang berarti bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dalam hal pemanfaatan durasi menonton siaran televisi domestik melalui antena parabola berdasarkan jenis pekerjaan. Dengan demikian, apabila dicermati dari aspek jenis pekerjaan, maka terlihat adanya perbedaan durasi menonton pada masing-masing jenis pekerjaan, terutama antara pegawai negeri dan swasta dengan pelajar/mahasiswa. Dari Tabel 21 terlihat bahwa responden yang sudah bekerja ternyata membutuhkan sedikit waktu untuk menonton apabila dibandingkan dengan responden yang masih belajar, dalam hal ini pelajar/mahasiswa. Bagi kalangan swasta, puncak durasi menonton berkisar < 120 menit. Bagi kalangan pegawai negeri, puncak durasi menonton berkisar 121-240 menit sehari. Sementara kalangan pelajar/ mahasiswa membutuhkan durasi menonton terlama > 241 menit dalam sehari.

Perbedaan pemanfaatan durasi menonton siaran televisi domestik melalui antena parabola oleh pemirsa dapat dielaborasi berdasarkan aspek jenjang pendidikan pemirsa. Data (frekuensi observasi dan frekuensi harapan) mengenai hal tersebut dapat digambarkan dalam Tabel 22.

Tabel 22 Durasi Menonton Siaran Televisi Domestik
Menurut Jenjang Pendidikan

| Pendidikan | Sekolah Dasar dan Menengah | Perguruan Tinggi | Jumlah Total |
|--------------|----------------------------|------------------|--------------|
| < 120 | 18 (30,0) | 18 (46,2) | 36 |
| 121 - 240 | 32 (53,3) | 15 (38,5) | 47 |
| > 241 | 10 (16,7) | 6 (15,4) | 16 |
| Jumlah Total | 60 | 39 | 99 |

Hasil perhitungan $X = 10,39$ sedangkan nilai tabel X ($\alpha : 0,05, df: 2$) = 5,99. Dengan demikian X lebih besar dari X ($\alpha : 0,05, df: 2$) yang berarti bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dalam hal pemanfaatan durasi menonton siaran televisi domestik melalui antena parabola berdasarkan jenjang pendidikan. Apabila dikaji dari aspek jenjang pendidikan, maka rincian data seperti tercantum dalam Tabel 22 menunjukkan bahwa kalangan responden berpendidikan sekolah dasar dan menengah membutuhkan waktu terlalu lama dalam menonton siaran televisi domestik dengan puncak durasinya pada kisaran 121-240 menit sehari. Gambaran demikian memperlihatkan setidaknya-tidaknya suatu kecenderungan bahwa di satu sisi

semakin rendah jenjang pendidikan masyarakat pemilik antena parabola semakin rendah pula durasi menontonnya dan pada sisi yang lain terlihat bahwa semakin tinggi jenjang pendidikan masyarakat pemilik antena parabola semakin sedikit waktu yang dipergunakan untuk menonton siaran televisi.

2.2. Kepuasan Penggunaan Media Televisi Domestik

Analisis mengenai kepuasan pemirsa ini mengacu pada dua aspek, yaitu (1) analisis mengenai kepuasan yang pemirsa peroleh dari penggunaan media televisi domestik melalui antena parabola khususnya yang menyangkut aspek informasi, pendidikan, dan hiburan, serta (2) analisis mengenai perbedaan kepuasan yang pemirsa peroleh dari penggunaan media televisi domestik melalui antena parabola berdasarkan faktor-faktor karakteristik individual pemirsa berupa kelompok umur, jenis pekerjaan, dan jenjang pendidikan.

Secara umum para responden cukup selektif dan variatif dalam menonton siaran televisi domestik melalui antena parabola sesuai kebutuhan dan kepentingannya. Kendatipun selektif dan variatif, tetapi dari kajian ini muncul suatu kecenderungan yang sama bahwa sebagian besar pemirsa menonton siaran televisi domestik melalui antena parabola untuk memuaskan kebutuhan hiburan, kemudian diikuti oleh kepentingan informasi, dan terakhir pendidikan. Data mengenai kepu

san yang pemirsa peroleh dari penggunaan media televisi domestik melalui antena parabola di Kota Madya Padang dapat dilihat pada Tabel 23.

Tabel 23 Penggunaan Media Televisi Domestik
Menurut Motivasi Kepuasan Pemirsa

| Jenis Kepuasan | Jumlah Responden | % |
|----------------|------------------|-------|
| Informasi | 33 | 33,3 |
| Pendidikan | 21 | 21,2 |
| Hiburan | 45 | 45,5 |
| Jumlah Total | 99 | 100,0 |

Motivasi pemuasan kebutuhan pemirsa yang menonton siaran televisi domestik melalui antena parabola di Kota Madya Padang tersebut dapat dianalisis dengan mengelaborasi dari faktor-faktor karakteristik individual pemirsa seperti umur, pekerjaan, dan pendidikan. Analisis mengenai perbedaan kepuasan pemirsa berdasarkan kelompok umur, jenis pekerjaan, dan jenjang pendidikan dapat dilakukan secara satu per satu.

Perbedaan kepuasan pemirsa media televisi domestik melalui antena parabola berdasarkan kelompok umur menunjukkan data (frekuensi observasi dan frekuensi harapan) seperti ditunjukkan dalam Tabel 24.

Tabel 24 Perbedaan Kepuasan Pemirsa Menonton
Siaran Televisi Domestik Menurut Kelompok Umur

| Umur | Kepuasan Informasi | Kepuasan Pendidikan | Kepuasan Hiburan | Jumlah Baris |
|--------------|--------------------|---------------------|------------------|--------------|
| Remaja | 2 (14,3) | 2 (14,3) | 10 (71,4) | 14 |
| Dewasa | 24 (34,8) | 17 (24,6) | 28 (40,8) | 69 |
| Tua | 7 (43,8) | 2 (12,5) | 7 (43,8) | 16 |
| Jumlah Kolom | 33 | 21 | 45 | 99 |

Hasil perhitungan $\chi^2 = 23,98$ sedangkan nilai tabel χ^2 ($\alpha : 0,05, df: 4$) = 9,49. Dengan demikian χ^2 lebih besar dari χ^2 ($\alpha : 0,05, df: 4$) yang berarti bahwa terdapat perbedaan yang signifikan di antara kelompok umur remaja, dewasa, dan tua dalam hal kepuasan mereka menonton siaran televisi domestik melalui antena parabola. Data tersebut menunjukkan setidaknya-tidaknya suatu kecenderungan bahwa di satu pihak,

semakin tua umur responden semakin tinggi kecenderungan penggunaan televisi untuk kebutuhan/kepuasan informasi (remaja 14,3 %, dewasa 34,8 %, dan tua 43,8 %). Di lain pihak, semakin muda umur responden semakin tinggi kecenderungan penggunaan televisi untuk kepuasan hiburan (remaja 71,4 %, dewasa 40,8 %, dan tua 43,8 %).

Perbedaan kepuasan pemirsa media televisi domestik melalui antena parabola berdasarkan jenis pekerjaan memperlihatkan data (frekuensi observasi dan frekuensi harapan) seperti ditunjukkan dalam Tabel 25.

Tabel 25 Perbedaan Kepuasan Pemirsa Menonton
Siaran Televisi Domestik Menurut Jenis Pekerjaan

| Kepuasan | Informasi | Pendidikan | Hiburan | Jumlah |
|----------------|-----------|------------|-----------|--------|
| Pekerjaan | | | | Baris |
| Pegawai negeri | 13 (23,2) | 12 (21,4) | 31 (55,4) | 56 |
| Swasta | 19 (48,7) | 8 (20,5) | 12 (30,8) | 39 |
| Pljr/mahasiswa | 1 (25,0) | 1 (25,0) | 2 (50,0) | 4 |
| Jumlah Kolom | 33 | 21 | 45 | 99 |

Hasil perhitungan $X = 18,79$ sedangkan nilai tabel X

(: 0,05, df: 4) = 9,49. Dengan demikian X lebih besar dari X (: 0,05, df: 4) yang berarti bahwa ada perbedaan yang signifikan antara jenis pekerjaan dan kepuasan pemirsa menonton siaran televisi domestik melalui antena parabola. Dari data tersebut tampak bahwa kelompok pelajar/mahasiswa (50,0 %) dan pegawai negeri (55,4 %) cenderung mempergunakan televisi untuk kepuasan hiburan. Sedangkan kelompok swasta cenderung mempergunakan televisi untuk memenuhi kepuasan akan informasi (48,7 %).

Perbedaan kepuasan pemirsa media televisi domestik melalui antena parabola berdasarkan jenjang pendidikan menunjukkan data (frekuensi observasi dan frekuensi harapan) seperti diperlihatkan dalam Tabel 26.

Tabel 26 Perbedaan Kepuasan Pemirsa Menonton
Siaran Televisi Domestik Menurut Jenjang Pendidikan

| Kepuasan Pendidikan | Informasi | Pendidikan | Hiburan | Jumlah |
|-----------------------|-----------|------------|-----------|--------|
| Pendidikan | | | | Baris |
| Sk.Dasar & Men. | 13 (21,7) | 14 (23,3) | 33 (55,0) | 60 |
| Perg. Tinggi | 20 (51,3) | 7 (18,0) | 12 (30,8) | 39 |
| Jumlah Kolom | 33 | 21 | 45 | 99 |

Hasil perhitungan $X = 10,50$ sedangkan nilai tabel X ($\alpha : 0,05, df: 2$) = 5,99. Dengan demikian X lebih besar dari X ($\alpha : 0,05, df: 2$) yang berarti bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara jenjang pendidikan dan kepuasan pemirsa menonton siaran televisi domestik melalui antena parabola. Data di atas lebih lanjut mengindikasikan bahwa semakin tinggi jenjang pendidikan pemirsa semakin cenderung penggunaan media televisi domestik untuk kepuasan informasi (perguruan tinggi 51,3 %, sekolah menengah dasar dan menengah 21,7 %, sebaliknya semakin rendah jenjang pendidikan pemirsa semakin cenderung penggunaan media televisi domestik untuk pemuasan kebutuhan akan hiburan (sekolah dasar dan menengah 55,0 %, perguruan tinggi 30,8 %).

3. Pola Penggunaan Media Televisi Asing

Analisis mengenai media televisi asing dapat dibagi menjadi dua bagian pokok. Pertama, analisis mengenai pola penggunaan media televisi asing melalui antena parabola khususnya yang mencakup pilihan media/saluran, pilihan program, jam menonton, dan durasi menonton, serta analisis mengenai perbedaan penggunaan media televisi asing melalui antena parabola berdasarkan faktor-faktor karakteristik individual pemirsa berupa kelompok umur, jenis pekerjaan, dan jenjang pendidikan. Kedua, analisis mengenai kepuasan

yang pemirsa peroleh dari penggunaan media televisi asing khususnya yang mencakup aspek informasi, pendidikan, dan hiburan, serta analisis mengenai perbedaan kepuasan pemirsa dalam menonton siaran televisi asing yang ditinjau dari faktor-faktor karakteristik individual pemirsa berupa kelompok umur, jenis pekerjaan, dan jenjang pendidikan.

3.1. Pilihan Stasiun Televisi, Program Acara, Jam Menonton, dan Durasi Menonton

Seperti halnya analisis mengenai pola penggunaan media televisi domestik, maka analisis mengenai pola penggunaan media televisi asing juga dilakukan dengan mengelaborasi dari empat hal pokok, yaitu pilihan media/saluran televisi, pilihan program siaran televisi, jam menonton siaran televisi, dan durasi menonton siaran televisi.

3.1.1. Pilihan Stasiun Televisi

Terdapat setidaknya-tidaknya 8 stasiun televisi asing yang banyak ditonton pemilik antena parabola di Kota Madya Padang. Dari 8 stasiun televisi ini terdapat sejumlah stasiun yang cukup populer. TV-3 Malaysia merupakan stasiun televisi asing yang paling banyak ditonton lebih dari 28 % responden. Stasiun televisi lain yang relatif banyak pemir-

sanya adalah CNN America sebanyak 19,2 % dan MTV Hongkong sebanyak 14,1 %. Sedangkan stasiun-stasiun televisi lainnya memiliki jumlah pemirsa rata-rata di bawah 10 %. Data secara rinci dapat dilihat pada Tabel 27.

Tabel 27 Stasiun Televisi Asing
Yang Sering Ditonton

| Stasiun Televisi Asing | Jumlah Responden | % |
|------------------------|------------------|-------|
| TV-3 Malaysia | 28 | 28,3 |
| CNN America | 19 | 19,2 |
| RTM-1 Malaysia | 7 | 7,1 |
| Star TV Hongkong | 10 | 10,1 |
| MTV Hongkong | 14 | 14,1 |
| ABC Australia | 8 | 8,1 |
| BBTV Thailand | 6 | 6,1 |
| Channel 1 Phillipines | 4 | 4,0 |
| Lainnya | 3 | 3,0 |
| Jumlah Total | 99 | 100,0 |

Apabila stasiun televisi yang ditonton ini dilihat dari ukuran antena parabola yang dimiliki responden, maka keada-

annya menunjukkan bahwa para responden dengan kisaran 11,7-31,7 % yang menonton televisi asing tersebut memiliki antena parabola berukuran 9-13 feet. Untuk lebih jelasnya data mengenai stasiun televisi asing yang sering ditonton menurut ukuran antena parabola dapat dilihat pada Tabel 28.

Tabel 28 Stasiun Televisi Asing Yang Sering Ditonton
Menurut Ukuran Antena Parabola

| Ukuran (Feet) | 4 - 8 | | 9 - 13 | | 14 - 18 | | 19 - 30 | |
|------------------|-------|------|--------|------|---------|------|---------|------|
| Televisi | Jlh | % | Jlh | % | Jlh | % | Jlh | % |
| TV-3 Malaysia | 2 | 16,7 | 24 | 31,7 | 1 | 14,3 | 1 | 25,0 |
| CNN America | 2 | 16,7 | 13 | 16,9 | 2 | 28,6 | 2 | 50,0 |
| RTM-1 Malay. | 1 | 8,3 | 6 | 7,8 | - | - | - | - |
| Star TV Hong. | 1 | 8,3 | 9 | 11,7 | - | - | - | - |
| MTV Hongkong | 1 | 8,3 | 12 | 15,6 | 1 | 14,3 | - | - |
| ABC Australia | 1 | 8,3 | 5 | 6,5 | 1 | 14,3 | 1 | 25,0 |
| BBTV Thailand | 1 | 8,3 | 5 | 6,5 | - | - | - | - |
| Ch-1 Phillip. | 1 | 8,3 | 3 | 3,9 | 1 | 14,3 | - | - |
| Lainnya | 2 | 16,7 | - | - | 1 | 14,3 | - | - |

Ditinjau dari arah pemasangan antena parabola, maka TV-3 Malaysia merupakan stasiun televisi asing yang cukup

menonjol ditonton oleh responden pemirsa. Dan yang termasuk relatif banyak responden pemirsanya adalah stasiun televisi asing CNN America. Sedangkan stasiun-stasiun televisi lainnya relatif kurang. Untuk menangkap siaran stasiun-stasiun televisi asing ini lainnya, arah antena parabola pada umumnya (18,6-32,6 %) dipasang secara horizontal. Data lebih rinci dapat dilihat pada Tabel 29.

Tabel 29 Stasiun Televisi Asing Yang Sering Ditonton Menurut Arah Pemasangan Antena Parabola

| Televise | Horizontal | | Vertikal | | Rotater | |
|------------------|------------|------|----------|------|---------|------|
| | Jlh | % | Jlh | % | Jlh | % |
| TV-3 Malaysia | 14 | 32,6 | 5 | 17,2 | 9 | 33,3 |
| CNN America | 9 | 20,9 | 6 | 20,7 | 4 | 14,8 |
| RTM-1 Malaysia | 2 | 4,7 | 3 | 10,4 | 2 | 7,4 |
| Star TV Hongkong | 3 | 7,0 | 4 | 13,8 | 3 | 11,1 |
| MTV Hongkong | 8 | 18,6 | 2 | 6,9 | 4 | 14,8 |
| ABC Australia | 3 | 7,0 | 2 | 7,0 | 3 | 11,1 |
| BBTV Thailand | 1 | 2,3 | 3 | 10,4 | 2 | 7,4 |
| Ch-1 Phillipines | 2 | 4,7 | 2 | 6,9 | - | - |
| Lainnya | 1 | 2,3 | 2 | 6,9 | - | - |

3.1.2. Pilihan Program Siaran Televisi

Tabulasi data menunjukkan bahwa hiburan merupakan program-program yang banyak diminati pemirsa sekitar 55 responden (55,6 %). Kemudian diikuti program berita sebanyak 18 responden (18,2 %). Dan program lain yang relatif banyak respondennya adalah bisnis sebanyak 11 pemirsa (11,1 %). Sedangkan program-program lainnya memiliki pemirsa yang relatif kurang. Rincian data mengenai hal ini dapat dilihat pada Tabel 30.

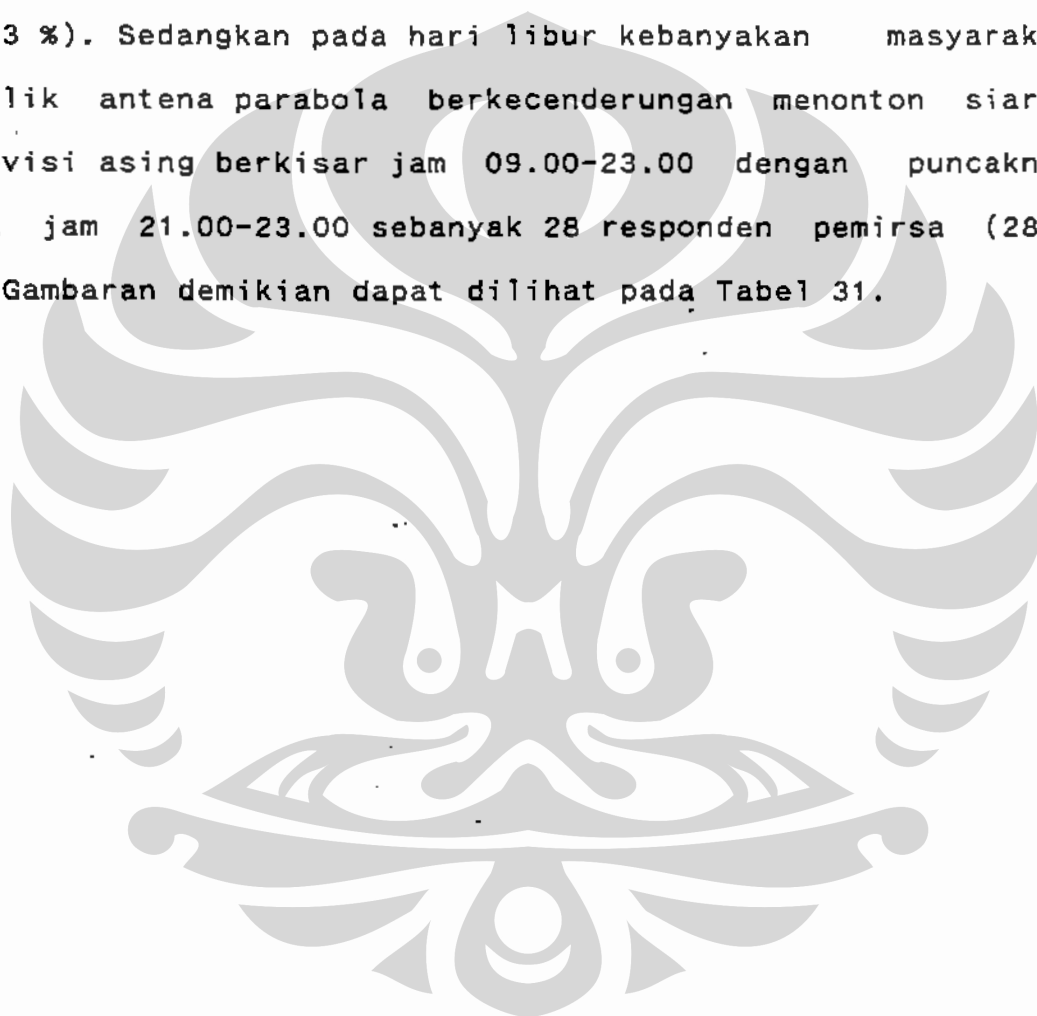
Tabel 30 Program Televisi Asing Yang Ditonton

| Program Televisi | Jumlah Responden | % |
|------------------|------------------|-------|
| Berita | 18 | 18,2 |
| Dialog | 4 | 4,0 |
| Film | 13 | 13,1 |
| Drama | 5 | 5,1 |
| Musik | 31 | 31,3 |
| Olah Raga | 6 | 6,1 |
| Pendidikan | 2 | 2,0 |
| Budaya | 4 | 4,0 |
| Agama | 3 | 3,1 |
| Bisnis | 11 | 11,1 |
| Lainnya | 2 | 2,0 |
| Jumlah Total | 99 | 100,0 |

3.1.3. Jam Menonton

Pengelaborasi mengenai jam menonton dari responden pemirsa siaran televisi asing melalui antena parabola dapat ditinjau dari aspek hari kerja dan hari libur. Pada hari

kerja kebanyakan masyarakat pemilik antena parabola menonton siaran televisi asing pada jam 17.00-23.00 dengan puncaknya pada jam 21.00-23.00 sebanyak 26 responden pemirsa (26,3 %). Sedangkan pada hari libur kebanyakan masyarakat pemilik antena parabola berkecenderungan menonton siaran televisi asing berkisar jam 09.00-23.00 dengan puncaknya pada jam 21.00-23.00 sebanyak 28 responden pemirsa (28,3 %). Gambaran demikian dapat dilihat pada Tabel 31.



Tabel 31 Jam Menonton Siaran Televisi Asing

| Jam Menonton | Hari Kerja | | Hari Libur | |
|---------------|------------|-------|------------|-------|
| | Jumlah | % | Jumlah | % |
| 05.00 - 07.00 | 3 | 3,0 | 4 | 4,0 |
| 07.00 - 09.00 | 7 | 7,1 | 7 | 7,1 |
| 09.00 - 11.00 | 6 | 6,1 | 10 | 10,1 |
| 11.00 - 13.00 | 7 | 7,1 | 11 | 11,1 |
| 13.00 - 15.00 | 9 | 9,1 | 9 | 9,1 |
| 15.00 - 17.00 | 6 | 6,1 | 6 | 6,1 |
| 17.00 - 19.00 | 10 | 10,1 | 6 | 6,1 |
| 19.00 - 21.00 | 19 | 19,2 | 15 | 15,2 |
| 21.00 - 23.00 | 26 | 26,3 | 28 | 28,3 |
| 23.00 - 01.00 | 3 | 3,0 | 1 | 1,0 |
| 01.00 - 03.00 | 2 | 2,0 | 1 | 1,0 |
| 03.00 - 05.00 | 1 | 1,0 | 1 | 1,0 |
| Jumlah Total | 99 | 100,0 | 99 | 100,0 |

3.1.4. Durasi Menonton

Data menunjukkan bahwa durasi menonton siaran televisi asing dalam sehari dari masyarakat pemilik antena parabola cukup menonjol pada durasi > 241 menit sebanyak 48 pemirsa (48,5%). Dan yang termasuk relatif lama berada pada durasi 121-240 menit sebanyak 40 responden pemirsa (40,4). Rincian data dapat dilihat pada Tabel 32.

Tabel 32 Durasi Menonton Siaran
Televisi Asing Sehari

| Durasi Menonton (Menit) | Jumlah Responden | % |
|-------------------------|------------------|-------|
| < 120 | 11 | 11,1 |
| 121 - 240 | 40 | 40,4 |
| > 241 | 48 | 48,5 |
| Jumlah Total | 99 | 100,0 |

Lamanya waktu yang dipergunakan oleh masyarakat pemilik antena parabola untuk menonton siaran televisi asing melalui antena parabola dapat dielaborasi dari aspek kelompok umur, jenis pekerjaan, dan jenjang pendidikan.

Berdasarkan kelompok umur dapat dianalisis perbedaan durasi menonton siaran televisi asing melalui antena parabola. Mengenai hal ini, data (frekuensi observasi dan frekuensi harapan) dapat dilihat pada Tabel 33.

Tabel 33 Durasi Menonton Siaran Televisi Asing
Menurut Kelompok Umur

| Durasi | Umur | Remaja | Dewasa | Tua | Jumlah Baris |
|--------------|------|-----------|-----------|----------|--------------|
| < 120 | | - (-) | 2 (2,9) | 9 (56,3) | 11 |
| 121 - 240 | | 2 (14,3) | 31 (44,9) | 7 (43,8) | 40 |
| > 241 | | 12 (85,7) | 36 (52,2) | - | 48 |
| Jumlah Kolom | | 14 | 69 | 16 | 99 |

Hasil perhitungan $\chi^2 = 32,09$ sedangkan nilai tabel χ^2 ($\alpha : 0,05, df: 4$) = 9,49. Dengan demikian χ^2 lebih besar dari χ^2 ($\alpha : 0,05, df: 4$) yang berarti bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kelompok umur remaja, dewasa, tua dan pemanfaatan durasi menonton siaran televisi asing melalui antena parabola oleh para pemirsa. Dilihat dari aspek kelompok umur tersebut, rincian data menunjukkan setidaknya

dua hal. Pertama, menurut umur masyarakat pemilik antena parabola tampak bahwa durasi menonton televisi terdistribusi secara agak proporsional antara responden berumur dewasa dan remaja dengan durasi puncak masing-masing pada kisaran > 241 menit sehari. Kedua, ada kecenderungan bahwa semakin tinggi umur (tua) masyarakat pemilik antena parabola semakin berkurangnya waktu yang dipakai untuk menonton siaran televisi asing.

Perbedaan pemanfaatan durasi menonton siaran televisi asing melalui antena parabola berdasarkan jenis pekerjaan pada dasarnya memperlihatkan data (frekuensi observasi dan frekuensi harapan) seperti ditunjukkan pada Tabel 34.

Tabel 34 Durasi Menonton Siaran Televisi Asing
Menurut Jenis Pekerjaan

| Pekerjaan | Pegawai Negeri | Swasta | Pelajar/ Mahasiswa | Jumlah Baris |
|--------------|----------------|-----------|-----------------------|--------------|
| < 120 | 4 (7,1) | 7 (18,0) | - | 11 |
| 121 - 240 | 23 (41,1) | 17 (43,6) | - | 40 |
| > 241 | 29 (51,8) | 15 (38,5) | 4 (100,0) | 48 |
| Jumlah Kolom | 56 | 39 | 4 | 99 |

Hasil perhitungan $X = 38,17$ sedangkan nilai tabel X ($\alpha : 0,05, df: 4$) = 9,49. Dengan demikian X lebih besar dari X ($\alpha : 0,05, df: 4$) yang berarti bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dalam pemanfaatan durasi menonton siaran televisi asing melalui antena parabola oleh para pemirsa berdasarkan jenis pekerjaan. Dengan demikian, apabila dilihat dari aspek jenis pekerjaan, maka rincian data seperti terlihat pada Tabel 34 menunjukkan setidaknya dua hal. Pertama, masyarakat pemilik antena parabola, baik yang telah bekerja (pegawai negeri dan swasta) maupun yang masih berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa, memiliki durasi menonton siaran televisi asing yang terdistribusi secara agak proporsional. Kedua, masyarakat pemilik antena parabola tersebut masing-masing memiliki durasi puncak menonton siaran televisi asing dimana kelompok swasta berada pada kisaran 121-240 menit sehari sedangkan kalangan pegawai negeri dan pelajar/ mahasiswa berpuncak pada durasi > 241 menit dalam sehari.

Perbedaan pemanfaatan durasi menonton siaran televisi asing melalui antena parabola berdasarkan jenjang pendidikan menggambarkan data (frekuensi observasi dan frekuensi harapan) seperti yang tercantum dalam Tabel 35.

Tabel 35 Durasi Menonton Siaran Televisi Asing
Menurut Jenjang Pendidikan

| Pendidikan | Sekolah Dasar dan Menengah | Perguruan Tinggi | Jumlah Baris |
|--------------|----------------------------|------------------|--------------|
| < 120 | 5 (8,3) | 6 (15,4) | 11 |
| 121 - 240 | 24 (40,0) | 16 (41,0) | 40 |
| > 241 | 31 (51,7) | 17 (43,6) | 48 |
| Jumlah Kolom | 60 | 39 | 99 |

Hasil perhitungan $\chi^2 = 10,58$ sedangkan nilai tabel χ^2 ($\alpha : 0,05, df: 2$) = 5,99. Dengan demikian χ^2 lebih besar dari χ^2 ($\alpha : 0,05, df: 2$) yang berarti bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dalam pemanfaatan durasi menonton siaran televisi asing melalui antena parabola oleh para pemirsa berdasarkan jenjang pendidikan. Dengan demikian, ditinjau dari aspek jenjang pendidikan, analisis data menunjukkan setidaknya-tidaknya dua hal. Pertama, responden yang berpendidikan sekolah dasar dan menengah memerlukan durasi terlama dalam menonton siaran televisi asing dengan puncak durasi pada kisaran > 241 menit. Kedua, terdapat suatu kecenderungan bahwa di satu pihak responden yang berpendidikan rendah

cenderung membutuhkan durasi yang relatif lama dalam menonton siaran televisi asing, sementara pada pihak lainnya responden yang berpendidikan tinggi cenderung memerlukan sedikit waktu untuk menonton siaran televisi asing.

3.2. Kepuasan Penggunaan Media Televisi Asing

Analisis mengenai kepuasan pemirsa media televisi asing ini mengacu pada dua aspek, yaitu (1) analisis mengenai kepuasan yang pemirsa peroleh dari penggunaan media televisi asing melalui antena parabola khususnya yang menyangkut aspek informasi, pendidikan, dan hiburan, serta (2) analisis mengenai perbedaan kepuasan yang pemirsa peroleh dari penggunaan media televisi asing melalui antena parabola berdasarkan faktor-faktor karakteristik individual pemirsa berupa kelompok umur, jenis pekerjaan, dan jenjang pendidikan.

Secara umum dapat dikatakan bahwa para responden cukup selektif dan variatif dalam menonton siaran televisi asing melalui antena parabola berdasarkan kebutuhan dan kepentingannya. Kendatipun selektif dan variatif, tetapi dari kajian ini muncul suatu kecenderungan yang sama bahwa sebagian besar pemirsa menonton siaran televisi asing melalui antena parabola untuk memuaskan kebutuhan hiburan, kemudian diikuti oleh kepentingan informasi, dan terakhir pendidikan. Data

mengenai kepuasan yang pemirsa peroleh dari penggunaan media televisi asing melalui antena parabola dapat dilihat pada Tabel 36.

Tabel 36 Penggunaan Media Televisi Asing
Menurut Motivasi Kepuasan Pemirsa

| Jenis Kepuasan | Jumlah Responden | % |
|----------------|------------------|-------|
| Informasi | 31 | 31,3 |
| Pendidikan | 9 | 9,1 |
| Hiburan | 59 | 59,6 |
| Jumlah Total | 99 | 100,0 |

Motivasi pemuasan kebutuhan pemirsa yang menonton siaran televisi asing melalui antena parabola seperti dikemukakan di atas dapat dianalisis dengan mengelaborasi faktor-faktor karakteristik individual pemirsa seperti kelompok umur, jenis pekerjaan, dan jenjang pendidikan. Analisis mengenai perbedaan kepuasan yang pemirsa peroleh dari menonton siaran televisi asing ini berdasarkan kelompok umur, jenis pekerjaan, dan jenjang pendidikan dapat dilakukan secara satu per satu.

Perbedaan kepuasan pemirsa dari penggunaan media televisi asing berdasarkan kelompok umur menunjukkan data (frekuensi observasi dan frekuensi harapan) seperti terlihat pada Tabel 37.

Tabel 37 Perbedaan Kepuasan Pemirsa
Menonton Siaran Televisi Asing
Menurut Kelompok Umur

| Kepuasan | Informasi | Pendidikan | Hiburan | Jumlah |
|--------------|-----------|------------|-----------|--------|
| Umur | | | | Baris |
| Remaja | 4 (28,6) | 1 (7,1) | 9 (64,3) | 14 |
| Dewasa | 19 (27,5) | 6 (8,7) | 44 (63,8) | 69 |
| Tua | 8 (50,0) | 2 (12,5) | 6 (37,5) | 16 |
| Jumlah Kolom | 31 | 9 | 59 | 99 |

Hasil perhitungan $\chi^2 = 23,46$ sedangkan nilai tabel χ^2 ($\alpha : 0,05, df: 4$) = 9,49. Dengan demikian χ^2 lebih besar dari χ^2 ($\alpha : 0,05, df: 4$) yang berarti bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kelompok umur remaja, dewasa, tua dan kepuasan pemirsa menonton siaran televisi asing melalui antena parabola. Secara keseluruhan tampak bahwa kepuasan akan

hiburan lebih menonjol apabila dibandingkan dengan dua jenis kepuasan lainnya, yakni informasi dan pendidikan. Kepuasan akan hiburan pada kalangan remaja dan dewasa jauh lebih besar dirasakan daripada kelompok tua. Sementara itu kepuasan akan informasi tampak lebih menonjol pada kelompok tua bila dibandingkan dengan kelompok remaja dan dewasa. Dengan demikian, dari analisis perbedaan ini muncul dua kecenderungan bahwa (1) semakin muda umur cenderung mengutamakan kepuasan akan hiburan dan (2) semakin tua umur cenderung mendahulukan kepuasan akan informasi.

Perbedaan kepuasan pemirsa menonton siaran televisi asing melalui antena parabola berdasarkan jenis pekerjaan memperlihatkan data (frekuensi observasi dan frekuensi harapan) seperti terdapat pada Tabel 38.

Tabel 38 Perbedaan Kepuasan Pemirsa
Menonton Siaran Televisi Asing
Menurut Jenis Pekerjaan

| Kepuasan Pekerjaan | Informasi | Pendidikan | Hiburan | Jumlah Baris |
|-----------------------|-----------|------------|---------|-----------------|
| Pegawai negeri | 11 (20) | 5 (9) | 40 (71) | 56 |
| Swasta | 20 (51) | 3 (8) | 16 (41) | 39 |
| Pelajar/Mahasiswa | - (-) | 1 (25) | 3 (75) | 4 |
| Jumlah Kolom | 31 | 9 | 59 | 99 |

Hasil perhitungan $\chi^2 = 28,21$ sedangkan nilai tabel χ^2 ($\alpha : 0,05, df: 4$) = 9,49. Dengan demikian χ^2 lebih besar dari χ^2 ($\alpha : 0,05, df: 4$) yang berarti bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dalam hal kepuasan pemirsa menonton siaran televisi asing melalui antena parabola berdasarkan jenis pekerjaan. Tabulasi data di atas menunjukkan setidaknya-tidaknya tiga hal. Pertama, kepuasan akan hiburan lebih menonjol daripada kepuasan akan informasi dan pendidikan. Kepuasan akan hiburan ini terutama dirasakan oleh kalangan pelajar/mahasiswa sebesar 75,0 %, dan kelompok tua sebesar 71,4 %. Kedua, fungsi pendidikan kurang menonjol di kalangan responden pemirsa (pegawai negeri 9 %, swasta 8 %, dan

pelajar/mahasiswa 25 %). Ketiga, kepuasan akan informasi tampak menonjol pada kelompok swasta sebesar 51,3 %. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa (1) kelompok pelajar/mahasiswa (dan kelompok tua) mempunyai kecenderungan yang tinggi terhadap kepuasan akan hiburan dan (2) kelompok swasta memiliki kecenderungan yang besar akan kepuasan memperoleh informasi dari menonton siaran televisi asing melalui antena parabola.

Perbedaan kepuasan pemirsa menonton siaran televisi asing melalui antena parabola berdasarkan jenjang pendidikan menghasilkan data (frekuensi observasi dan frekuensi harapan) seperti ditunjukkan pada Tabel 39.

Tabel 39 Perbedaan Kepuasan Pemirsa
Menonton Siaran Televisi Asing
Menurut Jenjang Pendidikan

| Pendidikan | Kepuasan Informasi | Kepuasan Pendidikan | Kepuasan Hiburan | Jumlah Baris |
|-------------------|--------------------|---------------------|------------------|--------------|
| Skth.Dasar & Men. | 10 (16,7) | 7 (11,7) | 43 (7,7) | 60 |
| Perguruan Tinggi | 21 (53,9) | 2 (5,1) | 16 (41,0) | 39 |
| Jumlah Kolom | 31 | 9 | 59 | 99 |

Hasil perhitungan $X = 13,03$ sedangkan nilai tabel X ($\alpha = 0,05$, $df: 2$) = 5,99. Dengan demikian X lebih besar dari X ($\alpha = 0,05$, $df: 2$) yang berarti bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara jenjang pendidikan dan kepuasan pemirsa menonton siaran televisi asing melalui antena parabola. Dari tabulasi data di atas dapat ditunjukkan setidaknya dua kecenderungan. Pertama, semakin tinggi jenjang pendidikan responden pemirsa semakin cenderung dalam penggunaan media televisi asing untuk pemenuhan kepuasan akan informasi (responden yang berpendidikan perguruan tinggi sebesar 53,9 %, sekolah dasar dan menengah sebesar 16,7 %). Kedua, semakin rendah jenjang pendidikan responden pemirsa semakin cenderung penggunaan media televisi asing untuk pemenuhan kepuasan akan hiburan (responden yang berpendidikan sekolah dasar dan menengah sebesar 71,7 %, perguruan tinggi 41,0 %).

4. Persepsi Terhadap Kredibilitas Media Televisi Sebagai Sumber Informasi

Kredibilitas media dalam penelitian ini dimaksudkan sebagai kadar kepercayaan responden terhadap media komunikasi yang mereka gunakan dalam rangka memenuhi kepuasannya, terutama dipergunakannya sebagai sumber informasi. Penelitian ini berfokus pada media televisi sehingga perlu dilakukan

analisis mengenai persepsi terhadap kredibilitas media televisi sebagai sumber informasi. Untuk mengetahui kredibilitas media televisi tersebut dapat dibandingkan dengan media komunikasi lainnya, terutama radio dan media cetak. Gambaran mengenai perbandingan kredibilitas antara media televisi dan media komunikasi lainnya dapat ditunjukkan pada Tabel 40.

Tabel 40 Perbandingan Kredibilitas Antara Media Televisi dan Media Komunikasi Lain Sebagai Sumber Informasi

| Jenis Informasi | Politik | | Ekonomi | | Sosbud | |
|-----------------|---------|-------|---------|-------|--------|-------|
| | Jlh | % | Jlh | % | Jlh | % |
| Televisi | 68 | 68,7 | 62 | 62,6 | 65 | 65,7 |
| Radio | 10 | 10,1 | 14 | 14,2 | 12 | 12,1 |
| Media Cetak | 21 | 21,2 | 23 | 23,2 | 22 | 22,2 |
| Jumlah Total | 99 | 100,0 | 99 | 100,0 | 99 | 100,0 |

Tabulasi data seperti terdapat pada Tabel 40 di atas menunjukkan bahwa televisi lebih dipercaya oleh responden sebagai sumber informasi politik, ekonomi, dan sosial-

budaya dengan rata-rata lebih dari 60 % apabila dibandingkan dengan media komunikasi lain seperti radio dan media cetak.

Kredibilitas media televisi sebagai sumber informasi (politik, ekonomi, dan sosial-budaya) dapat dielaborasi juga dengan membandingkan antara televisi domestik dan televisi asing mengenai masalah-masalah nasional dan internasional. Mengenai kredibilitas media televisi domestik dibandingkan dengan media televisi asing dalam masalah nasional dapat ditabulasikan pada Tabel 41.

Tabel 41 Perbandingan Kredibilitas
Media Televisi Domestik dan Asing
Mengenai Masalah Nasional

| Jenis Informasi | Politik | | Ekonomi | | Sosbud | |
|-------------------|---------|-------|---------|-------|--------|-------|
| | Jlh | % | Jlh | % | Jlh | % |
| Televisi Domestik | 81 | 81,8 | 85 | 85,9 | 89 | 89,9 |
| Televisi Asing | 18 | 18,2 | 14 | 14,1 | 10 | 10,1 |
| Jumlah Total | 99 | 100,0 | 99 | 100,0 | 99 | 100,0 |

Rincian data seperti ditunjukkan dalam Tabel 41 di atas pada dasarnya memperlihatkan bahwa untuk masalah nasional, baik politik, ekonomi, maupun sosial-budaya, televisi domestik lebih dipercaya oleh responden sebagai sumber informasi dengan rata-rata lebih dari 80 %.

Mengenai kredibilitas media televisi domestik dibandingkan dengan media televisi asing dalam masalah internasional dapat ditabulasikan datanya pada Tabel 42.

Tabel 42 Perbandingan Kredibilitas
Media Televisi Domestik dan Asing
Mengenai Masalah Internasional

| Jenis Informasi | Politik | | Ekonomi | | Sosbud | |
|-------------------|---------|-------|---------|-------|--------|-------|
| | Jlh | % | Jlh | % | Jlh | % |
| Televisi Domestik | 21 | 21,2 | 16 | 16,2 | 12 | 12,1 |
| Televisi Asing | 78 | 78,8 | 83 | 83,8 | 87 | 87,9 |
| Jumlah Total | 99 | 100,0 | 99 | 100,0 | 99 | 100,0 |

Rincian data seperti ditunjukkan dalam Tabel 42 di atas pada dasarnya memperlihatkan bahwa untuk masalah internasional,

baik politik, ekonomi, maupun sosial-budaya, televisi asing lebih dipercaya oleh responden sebagai sumber informasi dengan rata-rata lebih dari 78 %.

Kredibilitas media televisi, baik domestik maupun asing, sebagai sumber informasi dapat dianalisis perbedaannya berdasarkan faktor-faktor karakteristik individual responden pemirsa seperti kelompok umur, jenis pekerjaan, dan jenjang pendidikan.

Perbedaan persepsi responden pemirsa tentang kredibilitas media televisi sebagai sumber informasi berdasarkan kelompok umur dapat ditunjukkan datanya (frekuensi observasi dan frekuensi harapan) seperti terdapat pada Tabel 43.

Tabel 43 Perbedaan Persepsi Pemirsa
Tentang Kredibilitas Media Televisi
Sebagai Sumber Informasi
Menurut Kelompok Umur

| Jenis Informasi | Politik | Ekonomi | Sosbud | Jumlah |
|-----------------|----------|-----------|-----------|--------|
| Kelompok Umur | | | | Baris |
| Remaja | 1 (7,1) | 4 (28,6) | 9 (64,3) | 14 |
| Dewasa | 8 (11,6) | 27 (39,1) | 34 (49,3) | 69 |
| Tua | 2 (12,5) | 4 (25,0) | 10 (62,5) | 16 |
| Jumlah Kolom | 11 | 35 | 53 | 99 |

Hasil perhitungan $\chi^2 = 24,67$ sedangkan nilai tabel χ^2 ($\alpha = 0,05$, $df = 4$) = 9,49. Dengan demikian χ^2 lebih besar dari χ^2 ($P = 0,05$, $df = 4$) yang berarti bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kelompok umur (remaja, dewasa, tua) dan persepsi responden pemirsa tentang kredibilitas media televisi sebagai sumber informasi. Dari data seperti ditunjukkan pada Tabel 43 di atas tampak bahwa responden pemirsa, baik remaja, dewasa maupun tua, lebih mempercayai televisi, baik domestik maupun asing, sebagai sumber informasi dalam masa

lah-masalah sosial-budaya apabila dibandingkan dengan masalah-masalah ekonomi dan politik.

Perbedaan persepsi responden pemirsa tentang kredibilitas media televisi sebagai sumber informasi berdasarkan jenis pekerjaan dapat ditampilkan datanya (frekuensi observasi dan frekuensi harapan) seperti diperlihatkan dalam Tabel 44.

Tabel 44 Perbedaan Persepsi Pemirsa
Tentang Kredibilitas Media Televisi
Sebagai Sumber Informasi
Menurut Jenis Pekerjaan

| Jenis Informasi | Politik | Ekonomi | Sosbud | Jumlah |
|-------------------|----------|-----------|-----------|--------|
| Jenis Pekerjaan | | | | Baris |
| Pegawai negeri | 6 (10,2) | 11 (19,6) | 39 (69,6) | 56 |
| Swasta | 4 (10,3) | 23 (59,0) | 12 (30,8) | 39 |
| Pelajar/mahasiswa | 1 (25,0) | 1 (25,0) | 2 (50,0) | 4 |
| Jumlah Kolom | 11 | 35 | 53 | 99 |

Hasil perhitungan $\chi^2 = 20,61$ sedangkan nilai tabel χ^2 ($\alpha = 0,05$, $df: 4$) = 9,49. Dengan demikian χ^2 lebih besar dari χ^2

(: 0,05, df: 4) yang berarti bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara jenis pekerjaan (pegawai negeri, swasta, pelajar/mahasiswa) dan persepsi responden pemirsa tentang kredibilitas media televisi sebagai sumber informasi. Dari data seperti ditunjukkan pada Tabel 44 di atas tampak bahwa responden pemirsa yang berprofesi sebagai pegawai negeri (69,6%) dan pelajar/mahasiswa (50,0 %) lebih mempercayai televisi, baik domestik maupun asing, sebagai sumber informasi dalam masalah-masalah sosial-budaya, sementara kelompok swasta lebih mempercayai televisi sebagai sumber informasi dalam masalah-masalah ekonomi (59,0 %).

Perbedaan persepsi responden pemirsa tentang kredibilitas media televisi sebagai sumber informasi berdasarkan jenjang pendidikan dapat ditunjukkan datanya (frekuensi observasi dan frekuensi harapan) seperti terlihat pada Tabel 45.

Tabel 45 Perbedaan Persepsi Pemirsa
Tentang Kredibilitas Media Televisi
Sebagai Sumber Informasi
Menurut Jenjang Pendidikan

| Jenis Informasi | Politik | Ekonomi | Sosbud | Jumlah |
|--------------------|----------|-----------|-----------|--------|
| Jenjang Pendidikan | | | | Baris |
| Skh Dasar & Men. | 2 (3,3) | 21 (35,0) | 37 (61,7) | 60 |
| Perguruan tinggi | 9 (23,1) | 14 (35,9) | 16 (41,0) | 39 |
| Jumlah Kolom | 11 | 35 | 53 | 99 |

Hasil perhitungan $\chi^2 = 10,56$ sedangkan nilai tabel χ^2 ($\alpha : 0,05, df: 2$) = 5,99. Dengan demikian χ^2 lebih besar dari χ^2 ($\alpha : 0,05, df: 2$) yang berarti bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara jenjang pendidikan (sekolah dasar dan menengah, perguruan tinggi) dan persepsi responden pemirsa tentang kredibilitas media televisi sebagai sumber informasi. Hasil pentabulasian data seperti terlihat pada Tabel 45 di atas menunjukkan bahwa responden pemirsa yang berpendidikan sekolah dasar dan menengah (61,7 %), dan perguruan tinggi (41,0 %) lebih mempercayai televisi, baik domestik maupun asing, sebagai sumber informasi dalam masalah sosial-budaya.

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Analisis mengenai pola penggunaan media televisi dalam rangka pemenuhan kepuasan pemirsa siaran televisi melalui antena parabola di Kota Madya Padang Sumatera Barat dapat disimpulkan dengan melihat dari tiga aspek penting, yaitu pola penggunaan media televisi, kepuasan yang pemirsa peroleh dari penggunaan media televisi, dan kredibilitas media televisi sebagai sumber informasi.

Pola Penggunaan Media Televisi:

Pola penggunaan media televisi (domestik dan asing) dalam rangka pemenuhan kepuasan pemirsa dapat disimpulkan berdasarkan empat aspek berikut.

(1) Pilihan media televisi.

Mengenai pilihan media televisi, hasil analisis memperlihatkan bahwa untuk televisi domestik RCTI merupakan stasiun paling populer di mata pemirsa dan kemudian diikuti oleh TVRI. Untuk media televisi asing, TV-3 Malaysia, CNN Amerika, dan MTV Hongkong merupakan stasiun-stasiun yang paling banyak pemirsanya. Untuk menangkap siaran televisi domestik dan asing ini, para pemirsa sebagian besar memiliki antena

parabola berukuran 9-13 feet dan karenanya sebagian besar dipasang secara horizontal.

(2) Pilihan program siaran televisi.

Dalam hubungan dengan pilihan program siaran televisi, baik domestik maupun asing, sebagian besar pemirsa pemilik antena parabola menyaksikan program-program siaran yang bernuansa hiburan (film, drama, musik, dan olah raga) dan kemudian diikuti program berita yang merupakan dorongan untuk mencari informasi.

(3) Jam menonton siaran televisi.

Untuk menonton program-program yang ditayangkan media televisi, baik domestik maupun asing, baik pada hari kerja maupun hari libur, jam-jam menonton pemirsa terutama terkonsentrasi pada prime time (jam siar utama), yaitu jam 19.00-23.00, dengan puncaknya pada jam 21.00-23.00.

(4) Durasi menonton siaran televisi.

Durasi menonton siaran televisi, baik domestik maupun asing, secara dominan berkisar 121-240 menit (2-4 jam) dalam sehari, bahkan untuk televisi asing terdapat relatif banyak responden pemirsa yang membutuhkan durasi > 241 menit (> 6 jam) dalam sehari. Terdapat perbedaan yang signifikan mengenai durasi menonton siaran televisi, baik domestik maupun asing, bila dikaitkan dengan kelompok umur, jenis pekerjaan, dan jenjang pendidikan. Semakin tua umur pemirsa cenderung semakin sedikit durasi menonton, sebaliknya semakin muda

umur pemirsa cenderung semakin banyak durasi menonton. Pemirsa yang belum bekerja (pelajar/mahasiswa) cenderung lebih banyak meluangkan waktu untuk menonton dibandingkan dengan pemirsa yang sudah bekerja (pegawai negeri dan swasta). Berdasarkan pendidikannya, pemirsa yang berpendidikan rendah (sekolah dasar dan sekolah menengah) mempergunakan lebih banyak waktu untuk menonton televisi dibandingkan dengan pemirsa yang berpendidikan tinggi (perguruan tinggi).

Kepuasan Pemirsa:

Kepuasan yang pemirsa peroleh dari penggunaan media televisi, baik domestik maupun asing, secara umum dapat disimpulkan ke dalam dua hal.

Pertama, secara umum pola penggunaan media televisi, baik domestik maupun asing, yang dilihat dari aspek pilihan media televisi, pilihan program siaran televisi, jam menonton siaran televisi, dan durasi menonton siaran televisi pada umumnya mengarah pada motivasi pemenuhan kepuasan hiburan. Fungsi hiburan tersebut tampak menonjol di kalangan responden pemirsa yang berusia remaja dan berpendidikan sekolah menengah atau lebih rendah.

Kedua, dikaitkan dengan faktor-faktor karakteristik individual pemirsa seperti kelompok umur, jenis pekerjaan, dan jenjang pendidikan, kepuasan responden pemirsa ternyata menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan, dimana respon-

den pemirsa yang lebih banyak menonton siaran televisi, baik domestik maupun asing, adalah responden pemirsa yang berusia remaja dan berpendidikan sekolah menengah atau lebih rendah.

Kredibilitas Media Televisi

Sebagai Sumber Informasi:

Analisis mengenai kredibilitas media televisi, baik domestik maupun asing, sebagai sumber informasi dapat disimpulkan menjadi dua hal.

Pertama, dibandingkan dengan media komunikasi lain seperti radio dan media cetak, maka televisi lebih dipercaya oleh responden sebagai sumber informasi secara umum. Kemudian dalam masalah-masalah nasional, responden pemirsa lebih mempercayai televisi domestik sebagai sumber informasi ketimbang televisi asing; dan sebaliknya dalam masalah-masalah internasional, responden pemirsa lebih mempercayai televisi asing sebagai sumber informasi ketimbang televisi domestik. Stasiun siaran televisi domestik ternyata masih mempunyai keunggulan dibandingkan dengan stasiun televisi asing dalam hal kredibilitasnya sebagai sumber informasi. Hal ini tercermin dari data hasil penelitian, dimana untuk masalah-masalah nasional baik yang menyangkut politik, ekonomi ataupun sosial budaya kredibilitas televisi domestik lebih tinggi dibandingkan dengan televisi asing. Kredibilitas televisi asing tampak menonjol untuk masalah-masalah

politik, ekonomi dan sosial budaya yang bersifat internasional.

Kedua, dikaitkan dengan faktor-faktor karakteristik individual pemirsa, kredibilitas media televisi sebagai sumber informasi ternyata menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan sehingga memunculkan kecenderungan bahwa semua kelompok umur (remaja, dewasa, tua) lebih mempercayai televisi sebagai sumber informasi dalam masalah-masalah sosial-budaya. Dari segi jenis pekerjaan ditunjukkan bahwa kelompok pegawai negeri dan remaja/mahasiswa lebih mempercayai televisi sebagai sumber informasi dalam masalah-masalah sosial-budaya, sedangkan kalangan swasta lebih mempercayai televisi sebagai sumber informasi dalam masalah-masalah ekonomi. Dari segi jenjang pendidikan terlihat bahwa semua pemirsa yang berpendidikan rendah, menengah, dan perguruan tinggi cenderung lebih mempercayai televisi sebagai sumber informasi dalam masalah-masalah sosial-budaya, tetapi terdapat sedikit perbedaan bahwa pemirsa yang berpendidikan perguruan tinggi lebih proporsional mempercayai televisi sebagai sumber informasi dalam masalah-masalah sosial-budaya, ekonomi, dan politik.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Alfian and Chu Godwin C. (eds), *Satellite Television in Indonesia*, LEKNAS/LIPI and East-West Center, Honolulu, 1981

-----, and Abdullah Taufik, "Communication and Development, An Indonesian Experiment", dalam: Alfian and Chu Godwin C. (eds), *Ibid*

As'ad Mohammad, *Kepemimpinan Efektif Dalam Perusahaan, Suatu Pendekatan Psikologik*, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1982

Becker Samuel L., *Discovering Mass Communication, Second Edition*, Scott, Foresman and Company, Glenview-Illinois, 1987

Berger Charles R. and Chaffe Steven H. (eds), *Handbook of Communication Science*, Sage Publications, Inc., Newbury Park-California, 1987

Cornish Edward, *Communications Tomorrow: The Coming of the Information Society*, World Future Society, Bethesda MD, 1982

Dajan Anto, Pengantar Metode Statistik Jilid II, LP3ES, Jakarta, 1986

Depari Eduard dan MacAndrews Colin (eds), Peranan Komunikasi Dalam Pembangunan, Suatu Kumpulan Karangan, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta, 1985

Dizard Wilson P., Jr, The Coming Information Age: An Overview of Technology, Economics, and Politics, Longman, New York, 1985

Dokumentasi Deppen RI Tahun 1993

Fiske John, Television Culture: Popular Pleasures and Politics, Routledge, London and New York, 1987

Forester Tom (ed), The Information Technology Revolution, MIT Press, London, 1985

Katz Elihu, Blumler Jay G., and Gurevitch Michael, "Uses of Mass Communication By the Individual" dalam: Davison W. Phillips and Yu Frederick T.C. (eds), Mass Communication Research, Major Issues and Future Directions, Praeger Publishers, Inc., New York, 1974

Levy Mark R., "The Concept of Audience Activity" dalam: Rosengren Karl Erik, Wenner Lawrence A., and Palmgreen Philip (eds), Media Gratifications Research, Current Perspectives, Sage Publications, Inc., Beverly Hills-California, 1965

Littlejohn Stephen W., Theories of Human Communication, Third Edition, Wadsworth Publishing Company, Belmont-California, 1989

Palmgreen Philip and Rayburn II J.D., "An Expectancy-Value Approach to Media Gratifications" dalam: Rosengren Karl Erik, Wenner Lawrence A., and Palmgreen Philip (eds), Op Cit

-----, Wenner Lawrence A., and Rosengren Karl Erik, "Uses and Gratifications Research: The Past Ten Years" dalam: Rosengren Karl Erik, Wenner Lawrence A., and Palmgreen Philip (eds), Ibid

Singarimbun Masri, "Metode dan Proses Penelitian", dalam: Singarimbun Masri dan Effendi Sofian (eds), Metode Penelitian Survei, LP3ES, Jakarta, 1989

Sarwono Sarlito Wirawan, Teori-teori Psikologi Sosial,
Penerbit Rajawali, Jakarta, 1987

Tan Alexis S., Mass Communication, Theories and Re
search, Drid Publishing, Inc., Colombus



DAFTAR PERTANYAAN PENELITIAN

Daftar pertanyaan ini saya sebarkan untuk memperoleh data dari para pemirsa dalam rangka penyusunan tesis dengan judul "Karakteristik Penggunaan Media Televisi Dalam Rangka Pemuasan Kebutuhan Pemirsa, Studi Mengenai Pola Menonton Pemirsa Siaran Televisi Melalui Antena Parabola di Kota Madya Padang Sumatera Barat". Untuk itu, saya sangat mengharapkan keikhlasan anda dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian ini dengan sejujur-jujurnya. Atas keikhlasan anda, terdahulunya saya haturkan banyak terima kasih. (Pilihlah item-item pertanyaan yang telah disediakan).

Karakteristik Sosio-demografis dan
Kepemilikan Antena Parabola dari Responden:

1. Nama :(tidak perlu ditulis)
2. Usia :
 - a. Remaja (15 - 24 tahun)
 - b. Dewasa (25 - 44 tahun)
 - c. Tua (45 tahun ke atas)
3. Status Perkawinan :
 - a. Kawin
 - b. Belum kawin

4. Pekerjaan : a. Pegawai negeri
b. Swasta
c. Pelajar/mahasiswa
5. Pendidikan: a. Sekolah Dasar
b. Sekolah Menengah (SLTP/SLTA)
c. Perguruan Tinggi
6. Jumlah anggota keluarga:
a. 1 orang
b. 2 orang
c. 3 orang
d. 4 orang
e. 5 orang
f. 6 orang
g. 7 orang
h. 8 orang
i. 9 orang
j. 10 orang
k. 11 orang
l. lebih dari 11 orang
7. Jumlah pengeluaran rumah tangga sebulan:
a. kurang dari/sama dengan Rp 250.000
b. Rp 251.000 - Rp 500.000

- c. Rp 501.000 - Rp 750.000
- d. Rp 751.000 - Rp 1.000.000
- e. Rp 1.001.000 - Rp 1.250.000
- f. Rp 1.251.000 - Rp 1.750.000
- g. Rp 1.751.000 - Rp 2.000.000
- h. lebih dari Rp 2.000.000

8. Pemahaman bahasa asing:

- Inggris :
- a. Sangat baik
 - b. Baik
 - c. Sedang
 - d. Tidak kuasai

- Mandarin :
- a. Sangat baik
 - b. Baik
 - c. Sedang
 - d. Tidak kuasai

- Perancis :
- a. Sangat baik
 - b. Baik
 - c. Sedang
 - d. Tidak kuasai

- Jerman :
- a. Sangat baik
 - b. Baik
 - c. Sedang
 - d. Tidak kuasai

Jepang : a. Sangat baik
b. Baik
c. Sedang
d. Tidak kuasai

Bahasa lain: a. Sangat baik
b. Baik
c. Sedang
d. Tidak kuasai

9. Pemilikan antena parabola:

Jumlah : a. 1 buah
b. 2 buah
c. lebih dari 2 buah

Ukuran : a. 4 - 8 feet
b. 9 - 13 feet
c. 14 - 18 feet
d. 19 - 30 feet

Posisi pasang : a. Horizontal
b. Vertikal
c. Memakai rotater

- Tahun pasang : a. Sebelum 1976
b. 1976 - 1981
c. 1982 - 1987
d. 1988 - 1993

Televisi Domestik:

10. Stasiun televisi dalam negeri yang paling sering ditonton oleh pemirsa melalui antena parabola:
- RCTI
 - TVRI
 - SCTV
 - ANTEVE
 - TPI
11. Program siaran televisi dalam negeri yang paling sering ditonton oleh pemirsa melalui antena parabola:
- Berita
 - Dialog
 - Film
 - Drama
 - Musik
 - Olah raga
 - Pendidikan
 - Budaya

- i. Agama
- j. Bisnis
- k. Lainnya

12. Jam menonton siaran televisi dalam negeri:

Hari libur: a. 05.00 - 07.00

b. 07.00 - 09.00

c. 09.00 - 11.00

d. 11.00 - 13.00

e. 13.00 - 15.00

f. 15.00 - 17.00

g. 17.00 - 19.00

h. 19.00 - 21.00

i. 21.00 - 23.00

j. 23.00 - 01.00

k. 01.00 - 03.00

l. 03.00 - 05.00

Hari kerja : a. 05.00 - 07.00

b. 07.00 - 09.00

c. 09.00 - 11.00

d. 11.00 - 13.00

e. 13.00 - 15.00

f. 15.00 - 17.00

g. 17.00 - 19.00

- h. 19.00 - 21.00
- i. 21.00 - 23.00
- j. 23.00 - 01.00
- k. 01.00 - 03.00
- l. 03.00 - 05.00

13. Durasi (lamanya waktu yang dibutuhkan) menonton siaran televisi dalam negeri oleh pemirsa melalui antena parabola dalam sehari:

- a. kurang dari/sama dengan 120 menit
- b. 121 - 240 menit
- c. lebih dari/sama dengan 241 menit

Televisi Asing:

14. Stasiun televisi asing yang paling sering ditonton oleh pemirsa melalui antena parabola:

- a. TV-3 Malaysia
- b. CNN America
- c. RTM-1 Malaysia
- d. Star TV Hong Kong
- e. MTV Hong Kong
- f. ABC Australia
- g. BBTV Thailand

h. Channel 1 Phillipines

i. Lainnya

15. Program siaran televisi asing yang paling sering ditonton oleh pemirsa melalui antena parabola:

a. Berita

b. Dialog

c. Film

d. Drama

e. Musik

f. Olah raga

g. Pendidikan

h. Budaya

i. Agama

j. Bisnis

k. Lainnya

16. Jam menonton siaran televisi asing:

Hari libur: a. 05.00 - 07.00

b. 07.00 - 09.00

c. 09.00 - 11.00

d. 11.00 - 13.00

e. 13.00 - 15.00

f. 15.00 - 17.00

g. 17.00 - 19.00

h. 19.00 - 21.00

- i. 21.00 - 23.00
- j. 23.00 - 01.00
- k. 01.00 - 03.00
- l. 03.00 - 05.00

- Hari kerja :
- a. 05.00 - 07.00
 - b. 07.00 - 09.00
 - c. 09.00 - 11.00
 - d. 11.00 - 13.00
 - e. 13.00 - 15.00
 - f. 15.00 - 17.00
 - g. 17.00 - 19.00
 - h. 19.00 - 21.00
 - i. 21.00 - 23.00
 - j. 23.00 - 01.00
 - k. 01.00 - 03.00
 - l. 03.00 - 05.00

17. Durasi (lamanya waktu yang dibutuhkan) menonton siaran televisi asing oleh pemirsa melalui antena parabola dalam sehari:
- a. kurang dari/sama dengan 120 menit
 - b. 121 - 240 menit
 - c. lebih dari/sama dengan 241 menit

Kepuasan Pemirsa:

18. Anda sebagai pemirsa tentunya mempunyai motivasi bahwa menonton televisi pada dasarnya dapat membawa kepuasan tersendiri..

Motivasi manakah yang paling sering Anda utamakan dalam menonton siaran televisi dalam negeri melalui antena parabola:

- a. Kepuasan akan informasi
- b. Kepuasan akan pendidikan
- c. Kepuasan akan hiburan

19. Kemudian, dalam hubungan dengan menonton siaran televisi asing melalui antena parabola, motivasi manakah yang biasanya anda dahulukan:

- a. Kepuasan akan informasi
- b. Kepuasan akan pendidikan
- c. Kepuasan akan hiburan

Kredibilitas Media Televisi

Sebagai Sumber Informasi:

20. Untuk menerima informasi politik, Anda lebih percaya pada:

- a. Televisi
- b. Radio
- c. Media cetak

21. Untuk menerima informasi ekonomi, Anda lebih percaya pada:

- a. Televisi
- b. Radio
- c. Media cetak

22. Untuk menerima informasi sosial-budaya, Anda lebih percaya pada:

- a. Televisi
- b. Radio
- c. Media cetak

23. Untuk menerima informasi politik nasional, Anda lebih percaya pada:

- a. Televisi domestik
- b. Televisi asing

24. Untuk menerima informasi ekonomi nasional, Anda lebih percaya pada:

- a. Televisi domestik
- b. Televisi asing

25. Untuk menerima informasi sosial-budaya nasional,
Anda lebih percaya pada:
- Televisi domestik
 - Televisi asing
26. Untuk menerima informasi politik internasional,
Anda lebih percaya pada:
- Televisi domestik
 - Televisi asing
27. Untuk menerima informasi ekonomi internasional,
Anda lebih percaya pada:
- Televisi domestik
 - Televisi asing
28. Untuk menerima informasi sosial-budaya internasional,
Anda lebih percaya pada:
- Televisi domestik
 - Televisi asing

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan dengan nama Nurul Haniza di Jakarta dari pasangan Kosky Zakaria dan Meiyetti, pada tanggal 9 Januari 1966. Penulis menikah dan mempunyai seorang putra bernama Zaskanul Tibalky yang saat ini berusia 6,5 tahun.

Penulis menamatkan Sekolah Dasar (SD) tahun 1976, Sekolah Menengah Pertama (SMP) tahun 1980, dan Sekolah Menengah Atas (SMA) tahun 1983 di Padang. Pada tahun ajaran 1983/1984 diterima sebagai mahasiswa program S1 di Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP) Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP) Padang dan menyelesaikan studi pada jurusan Psikologi Pendidikan dan Bimbingan tahun 1990. Tahun 1991 diterima sebagai mahasiswa Program Pascasarjana (S2) di Universitas Indonesia.

Pengalaman kerja pertama adalah di bagian Front Office Fast Food Restaurant di Hawaii, Amerika Serikat dari bulan Agustus 1985 - Juli 1986. Pada tahun 1988 - 1989 sebagai guru honor di Sekolah Menengah Atas Negeri III dan Sekolah Menengah Muhammadiyah di Padang. Juni 1994 hingga sekarang sebagai staf pengajar tetap di Fakultas Ilmu Komunikasi (FIKOM) Universitas Sahid (USAHID).