

**PERBEDAAN MOTIVASI PENGGUNAAN MEDIA MASSA TELEVISI
DAN KEPUASAN PEMIRSA RCTI DI KOTA ADMINISTRATIF DEPOK,
JAWA BARAT**

Oleh

MIRZA RONDA

L 2 G 90 130

**PROGRAM STUDI ILMU SOSIAL
BIDANG KAJIAN UTAMA ILMU KOMUNIKASI**



**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS PADJADJARAN
BANDUNG
1994**

untuk Fikom USAHID,
Semoga terus berkembang

Muzawar

**PERBEDAAN MOTIVASI PENGGUNAAN MEDIA MASSA TELEVISI
DAN KEPUASAN PEMIRSA RCTI DI KOTA ADMINISTRATIF DEPOK,
JAWA BARAT**

Oleh
MIRZA RONDA
L 2 G 90 130

**PROGRAM STUDI ILMU SOSIAL
BIDANG KAJIAN UTAMA ILMU KOMUNIKASI**



**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS PADJADJARAN
BANDUNG
1994**

**PERBEDAAN MOTIVASI PENGGUNAAN MEDIA MASSA TELEVISI
DAN KEPUASAN PEMIRSA RCTI DI KOTA ADMINISTRATIF DEPOK,
JAWA BARAT**

Oleh

MIRZA RONDA

L 2 G 90 130

Disetujui Komisi Pembimbing :

1. Prof. Drs. H. Onong Uchjana Effendy, MA. (alm)

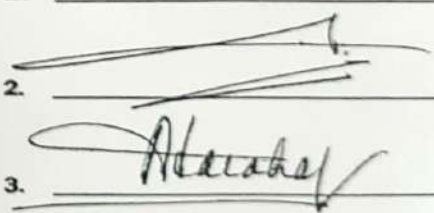
2. Drs. FXA Ins Semendison, SU.

3. Dr. Ponpon Harahap

1. _____

2. _____

3. _____



The image shows three handwritten signatures corresponding to the names listed on the left. The first signature is for Prof. Drs. H. Onong Uchjana Effendy, MA. (alm). The second signature is for Drs. FXA Ins Semendison, SU. The third signature is for Dr. Ponpon Harahap.

D A F T A R I S I

DATAR ISI	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
KATA PENGANTAR	x
BAB I. PENDAHULUAN	
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah	5
3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
4. Kerangka Pemikiran & Hipotesis	7
4.1. Mass Media Uses and Gratification	8
4.2. Variabel Penelitian	13
4.2.1. Motif Pemirsa dan Tingkat Penggunaan Media Massa TV	13
4.2.2. Pemuasan Kebutuhan Pemirsa TV	25
4.3. Hipotesis	29
BAB II. METODE PENELITIAN	
1. Populasi dan sampel	31
2. Operasionalisasi Variabel	34
3. Teknik Pengumpulan Data	36
4. Analisis Data	37
BAB III. GAMBARAN UMUM KOTIF DEPOK	
1. Keadaan Umum Kotif Depok	40
2. Penggunaan Lahan	41
3. Keadaan Penduduk Kotif Depok	45
4. Perkembangan Kotif Depok	56
BAB IV. LAPORAN HASIL PENELITIAN	
1. Karakteristik Responden	60
2. Analisis Deskriptif	63
3. Pengujian Hipotesis	68
3.1. Hipotesis I	68
3.2. Hipotesis II	70
3.3. Hipotesis III	72
4. Pembahasan	74
4.1. Motif dan Tingkat Penggunaan Program Siaran RCTI	75
4.2. Motif dan Kepuasan Pemirsa RCTI	79
4.3. Tingkat Penggunaan Program Siaran RCTI dan Kepuasan Pemirsa	81

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan 84

2. Saran 89

DAFTAR PUSTAKA 93

LAMPIRAN 95

A B S T R A K

JUDUL : PERBEAAN MOTIVASI PENGGUNAAN MEDIA MASSA TELEVISI DAN
KEPUASAN PEMIRSA RCTI DI KOTA ADMINISTRATIF DEPOK, JAWA
BARAT.

O l e h :
Mirza Ronda
L2G 90 130

Perkembangan pertelevisian di Indonesia, khususnya di DKI Jakarta dan sekitarnya, awalnya (tanpa antena parabola) hanya dihadapkan pada satu pilihan saluran siaran TV, yaitu TVRI. Tahun 1989 siaran TV swasta diizinkan mengudara di Indonesia, yang diawali dengan RCTI, yang berlanjut dengan saluran TV swasta lainnya. Dengan adanya saluran siaran TV selain TVRI, pemirsa dapat memilih menggunakan saluran dan program siaran yang diminati.

Penelitian ini menggunakan model *Mass Media Uses and Gratifications*, untuk mengetahui :

1. Apakah motivasi pemirsa menyaksikan program siaran TV membedakan tingkat penggunaan terhadap program siaran RCTI Jakarta?
2. Apakah motivasi pemirsa menyaksikan program siaran TV menyebabkan kepuasan yang dicapai terhadap program siaran RCTI Jakarta berbeda?
3. Apakah tingkat penggunaan yang berbeda menyebabkan perbedaan

kepuasan yang dicapai pemirsa terhadap program siaran RCTI Jakarta?

Untuk melakukan pengujian hipotesis maka data yang terkumpul dari 103 responden yang dijadikan sampel penelitian ini diuji dengan menggunakan tes statistik Chi Square. Hasil pengujian terhadap data yang terkumpul dengan menggunakan tes uji tersebut menunjukkan :

1. Tidak terdapat perbedaan motivasi pemirsa menyaksikan program siaran TV menurut tingkat penggunaan terhadap program siaran RCTI Jakarta.
2. Terdapat perbedaan motivasi pemirsa program siaran TV menyebabkan kepuasan yang dicapai terhadap program siaran RCTI Jakarta berbeda.
3. Terdapat perbedaan tingkat penggunaan menyebabkan perbedaan kepuasan yang dicapai pemirsa terhadap program siaran RCTI Jakarta.

Selain itu ternyata media massa TV cenderung difungsikan oleh pemirsa sebagai saluran hiburan dan informasi, namun RCTI sebagai saluran siaran yang menyajikan lebih banyak program siaran hiburan ternyata tidak merupakan saluran siaran TV yang utama bagi responden.

ABSTRACT

Subject : Motivation difference of mass media television utilization and RCTI viewers satisfaction in the Depok Administrative City, West Java, Indonesia.

by
MIRZA RONDA
L2G 90 130

In the beginning (without parabola antenna), television development in Indonesia, particularly Jakarta DKI and surroundings, were facing one TV broadcast channel choice only, i.e. TVRI.

In 1989 private TV broadcast was granted to be on air in Indonesia, starting with RCTI, and continued with other private TV channels. With the existence of TV broadcast channel other than TVRI, viewers may choose to use thier favored channel and broadcast program.

This examination utilizes Mass Media Uses and Gratifications, to know:

1. Whether viewers motivation watching TV broadcast program distinguishes the utilization level towards Jakarta RCTI broadcast program?
2. Whether viewers motivation watching TV broadcast program causes difference in achieved satisfaction towards Jakarta RCTI broadcast program?
3. Whether different utilization level causes different satisfaction achieved by viewers towards Jakarta RCTI

broadcast program?

To perform hypothesis examination therefore collected data from 103 respondents to become this examination sample is examined by using Statistical Chi Square test.

The result of examination towards collected data by using mentioned test indicates :

1. No viewers motivation difference is found watching TV broadcast program according to utilization level towards Jakarta RCTI broadcast program.
2. Viewers motivation difference of TV broadcast program is found causing difference in achieved satisfaction towards Jakarta RCTI broadcast program.
3. Utilization level difference is found causing satisfaction difference achieved by watchers towards Jakarta RCTI broadcast program.

Besides, evidently TV mass media is inclined to be functioned by viewers as entertainment and information channel, yet RCTI as channel offering much more entertainment program appears not to form the main TV broadcast channel for the respondent.

DAFTAR TABEL

TABEL :

1. PROPORSI JAM SIARAN SALURAN TV DI DKI JAKARTA	3
2. A STRUCTURING OF 16 GENERAL PARADIGMS OF HUMAN MOTIVATIONS	16
3. UKURAN SAMPEL	33
4. OPERASIONALISASI VARIABEL	35
5. PERKEMBANGAN PENDUDUK KOTIF DEPOK	46
6. PROSENTASE LUAS WILAYAH, PENDUDUK DAN RATA-RATA KEPADATAN PENDUDUK PER KM2 KOTIF DEPOK TAHUN 1992	47
7. JUMLAH PENDUDUK MENURUT KELOMPOK UMUR PEREMPUAN KOTIF DEPOK TAHUN 1992	48
8. JUMLAH PENDUDUK MENURUT KELOMPOK UMUR LAKI-LAKI KOTIF DEPOK TAHUN 1992	51
9. BANYAKNYA PESAWAT TV DIRINCI PERDESA ATAU KELURAHAN DI KECAMATAN PANCORAN MAS, TAHUN 1989	55
10. BANYAKNYA PESAWAT TV DAN RADIO DIRINCI PERDESA DI KECAMATAN SUKMAJAYA TAHUN 1989	56
11. BANYAKNYA RADIO DAN TV DIRINCI PERDESA DI KECAMATAN BEJI, TAHUN 1989	56
12. USIA & JENIS KELAMIN RESPONDEN	61
13. SATUS PERKAWINAN & USIA RESPONDEN	62
14. PEKERJAAN & PENDIDIKAN AKHIR RESPONDEN	63
15. MOTIF PEMIRSA MENYAKSIKAN SIARAN TV	64
16. TINGKAT PENGGUNAAN PROGRAM SIARAN TV	66
17. KEPUASAN PEMIRSA RCTI : : : : :	67
18. MOTIF PEMIRSA & TINGKAT PENGGUNAAN PROGRAM SIARAN RCTI : : : : :	69
19. FREKWENSI HARAPAN MOTIF DAN TINGKAT PENGGUNAAN PROGRAM SIARAN RCTI	69
20. MOTIF DAN KEPUASAN PEMIRSA RCTI : : :	71
21. FREKWENSI HARAPAN MOTIF DAN KEPUASAN PEMIRSA RCTI	71

Lanjutan Daftar Tabel :

22. TINGKAT PENGGUNAAN PROGRAM SIARAN RCTI DAN KEPUASAN PEMIRSA	73
23. FREKWENSI HARAPAN TINGKAT PENGGUNAAN PROGRAM SIARAN RCTI DAN KEPUASAN PEMIRSA	73
24. BANYAKNYA RUMAH TANGGA, RT, RW & DUSUN DI KECAMATAN PANCORAN MAS TAHUN 1989	102
25. BANYAKNYA RUMAH TANGGA, RT, RW DI KECAMATAN SUKMAJAYA 1989	103
26. BANYAKNYA RT & RW DI KECAMATAN BEJI, TAHUN 1989	104
27. TABEL INDUK PENELITIAN	112

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR :	1. MODEL PENGGUNAAN DAN PEMUASAN MEDIA MASSA	12
	2. RUMUS UKURAN SAMPEL	32
	3. HUBUNGAN VARIABEL	34
	4. RUMUS CHI SQUARE 1	38
	5. RUMUS CHI SQUARE 2	38
	6. PETA KOTIF DEPOK	42

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT. yang atas rahmat-Nya penulis dapat merampungkan Tesis ini, dengan mengambil judul "STUDI PERBEDAAN MOTIF PENGGUNAAN MEDIA MASSA TELEVISI DAN KEPUASAN PEMIRSA RCTI DI KOTA ADMINISTRATIF (KOTIF) DEPOK JAWA BARAT."

Tesis ini merupakan penyempurnaan dari usulan penelitian yang diajukan untuk diseminarkan sebagai prasyarat untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut. Dalam proses penulisan usulan penelitian sampai dengan rampungnya tesis ini, penulis banyak mendapat pengarahan dan bimbingan dari Tim Komisi Pembimbing.

Untuk itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Prof. Drs. H. Onong Uchjana Effendy, MA. almarhum, selaku Ketua Komisi Pembimbing, Drs. F.X.A. Ins. Semendison, S.U. dan Dr. Ponpon H. Sebagai Anggota Team Komisi Pembimbing, yang telah banyak meluangkan waktunya untuk penulis. Juga kepada Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Padjadjaran, Pembantu Direktur (PD) I, PD II dan PD III, beserta staf yang telah membantu dalam memperlancar perkuliahan penulis, serta urusan administrasi lainnya.

Kepada Bapak/Ibu penelaah tidak pula lupa penulis mengucapkan terima kasih atas kesediaannya untuk hadir serta memberikan kritik dan saran yang sangat berharga dan membantu penulis dalam usaha menyempurnakan tesis ini.

Terakhir, dan terutama sekali kepada isteriku, Karlina Sutaprawira dan puteriku Ade Dala Marlina yang setia menunggu dan terus mendorong penulis untuk secepatnya menyelesaikan perkuliahan di Bandung. Semoga Allah SWT. membalas budi baik mereka semua. Amin.

Penulis,
Mirza Ronda

B A B I
P E N D A H U L U A N

1. Latar Belakang Masalah

Pada awalnya, 24 Agustus 1962, siaran televisi (TV) di Indonesia sepenuhnya diselenggarakan oleh pemerintah. Terhitung april 1989 masyarakat pemirsa TV di Indonesia, khususnya Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta dan sekitarnya (Bekasi - Bogor - Tangerang) dapat menikmati siaran TV yang ditayangkan Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) sebuah pemancar TV swasta, dan sejak saat itu pula penyelenggara siaran TV swasta di Indonesia diizinkan beroperasi.

Tidak hanya RCTI Jakarta, Agustus 1990 di kota Surabaya, Jawa Timur, mengudara pula tayangan siaran TV swasta, yaitu Surya Citra Televisi (SCTV). Selanjutnya pada Januari 1991, hadir Televisi Pendidikan Indonesia (TPI), kemudian Mei 1991 di Bandung, Jawa Barat, dimulai siaran percobaan RCTI Bandung. Sementara itu, bersamaan dengan mengudaranya RCTI Jakarta, yaitu April 1989, TVRI stasiun pusat Jakarta juga memproduksi satu paket siaran khusus untuk konsumsi masyarakat yang bermukim di Jakarta dan sekitarnya, yang diberi nama **Programa Dua**.

Tahun 1994, tepatnya pada tanggal 24 Agustus, dua stasiun TV swasta, yaitu SCTV di Surabaya dan RCTI di Jakarta diberikan izin mengudara secara nasional. Selain itu, juga telah diberikan izin mengudara secara lokal kepada lima stasiun televisi swasta di Indonesia. Di antaranya adalah Andalas televisi (ANTV) yang telah mengudara di Jakarta tahun 1994. Indosiar Televisi yang

rencananya akan mengudara pada awal tahun 1995.

Jika memperhatikan perkembangan pertelivisian di Indonesia, khususnya di DKI Jakarta dan sekitarnya, pada awalnya pemirsa (tanpa antena parabola) hanya dihadapkan pada satu pilihan penggunaan saluran siaran TV, yaitu yang mengudara lewat stasiun pemancar TVRI Pusat Jakarta. Dengan adanya RCTI Jakarta dan Programa Dua dari Stasiun Pusat Jakarta, serta TPI, maka pemirsa yang bermukim di Jakarta dan sekitarnya dapat memilih menggunakan saluran siaran TV yang diminati dan materi siaran yang lebih bervariasi.

Sehubungan dengan itu, DeFleur (Depari dan Mac Andrews, 1984:4) mengatakan bahwa audience suatu medium komunikasi bukanlah suatu kelompok monolitik yang anggota-anggotanya senantiasa mempunyai tanggapan yang sama terhadap isi medium. Setiap orang menanggapi isi *mass media* berdasarkan kepentingan mereka disesuaikan dengan kepercayaan serta nilai-nilainya maka dengan sendirinya selektifitas mereka terhadap komunikasi massa juga berbeda-beda.

Dalam hubungannya dengan penambahan saluran TVRI Stasiun Pusat Jakarta, yaitu PROGRAMMA DUA, dan mengudaranya RCTI dan TPI mengakibatkan pemirsa TV di Jakarta dan sekitarnya memperoleh alternatif untuk menggunakan program siaran TV yang diminatinya.

Sehubungan dengan itu, dari pengamatan terhadap program siaran satu minggu (Minggu s/d Sabtu, tgl. 13 s/d 19 April 1992) saluran siaran TV di Jakarta dan sekitarnya diperoleh data mengenai tayangan sebagaimana yang tertera pada Tabel 1 :

proporsi Jam Siaran Saluran TV di DKI Jakarta, sebagai berikut:

TABEL 1
PROGRAM JAM SIARAN
SALURAN TV DI DKI JAKARTA
PERMINGGU APRIL TAHUN 1992

Materi	Pendidikan	Informasi	Hiburan	Total
Saluran	Jam/Menit	Jam/Menit	Jam/Menit	Jam/Menit
TVRI PN	10.25	20	38.55	69.20
TVRI P2	1.30	12	17.30	31
RCTI	10	23	73.30	105.30
TPI	25.50	20.30	43.30	89.50

Keterangan : PN : Programa Nasional
P2 : Programa Dua

Yang dimaksud dengan materi pendidikan ialah menyangkut acara siaran ilmu pengetahuan yang bertujuan untuk perkembangan intelektual, pembentukan watak, keterampilan serta kemahiran yang diperlukan, seperti film seri (FS) ilmu pengetahuan populer, siaran pendidikan bahasa Inggris, mimbar agama, budaya, masak-memasak dan sebagainya.

Informasi menyangkut acara siaran yang memberi keterangan atau kejelasan dengan tujuan agar pemirsa dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi internasional, orang lain serta dapat mengambil keputusan yang tepat, terdiri dari film berita, dokumenter, *talk show*, ulasan peristiwa dan sebagainya.

Hiburan, menyangkut siaran yang dapat memberi ketenangan atau rasa santai kepada pemirsa terdiri dari film drama, tari, musik, komedi, olah raga, permainan dan sebagainya.

Dari tabel 1 (Proporsi Jam Siaran Saluran TV di DKI Jakarta) terlihat bahwa RCTI merupakan saluran siaran TV yang terbanyak

menyajikan materi hiburan. Lengkapnya adalah sebagai berikut:

- a. Program siaran yang bermaterikan pendidikan: 10 jam
- b. Program siaran yang bermaterikan informasi: 23 jam
- c. Program siaran yang bermaterikan hiburan: 72 jam 30 menit

Porsi hiburan yang demikian besar dalam tayangan RCTI, dapat dimaklumi. Mengingat motto RCTI pada awalnya ialah RCTI saluran hiburan dan informasi. Menurut hemat penulis, pemirsa digugah ingin tahunya untuk menyaksikan lebih banyak tayangan siaran RCTI. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa karena RCTI Jakarta merupakan saluran siaran TV yang baru dan menawarkan materi program, mungkin lebih bervariasi dibandingkan saluran siaran TV lainnya maka RCTI kemungkinan besar menjadi pilihan utama yang akan digunakan oleh pemirsa.

Namun demikian sesuai dengan pandangan DeFleur yang mengatakan bahwa audience suatu medium media massa bukanlah kelompok yang monolitik yang anggota-anggotanya mempunyai tanggapan sama terhadap isi medium maka timbul masalah: faktor apakah yang membedakan proses seleksi dalam diri pemirsa sehingga menimbulkan tingkahlaku yang berbeda dalam menggunakan materi program siaran RCTI Jakarta?

Untuk itu dalam penelitian ini penulis membatasi masalah pada penggunaan materi isi siaran TV, yaitu penggunaan materi isi siaran TV yang dipancarkan dari stasiun pemancar RCTI Jakarta. berbeda dalam menggunakan materi program siaran TV ?

2. Identifikasi Masalah

Menurut As'ad (1982:94-95), studi tentang motivasi dan tingkahlaku merupakan usaha untuk mendapatkan jawaban-jawaban terhadap persoalan yang kompleks mengenai perilaku manusia. Kemudian, menurutnya, tingkahlaku manusia biasanya dimotivasi oleh keinginan-keinginan untuk mencapai tujuan, yang merupakan sebab dari tingkahlaku. Motif itu timbul dan menguasai aktifitas seseorang dan menentukan arah umum dari tingkahlaku individu.

Sarnof (Shaw dan Constanzo, 1987:173) dalam buku Teori-Teori Psikologi Sosial yang diterjemahkan Sarlito Wirawan Sarwono mengemukakan tentang sikap sosial dengan menggunakan pendekatan Psikoanalisis mengatakan bahwa motif adalah suatu rangsang yang menimbulkan ketegangan (*tension*), ketegangan itu mendorong yang bersangkutan untuk untuk meredakannya.

Selain itu, dalam buku yang sama, Hull et al. penganut *Behavioristik Mediational* yang sangat mementingkan konsep dorongan dalam teorinya, berpendapat bahwa dorongan adalah semacam energi (*daya*) yang mengarahkan individu kepada pilihan tingkahlaku tertentu. Pilihan tingkahlaku ini ditimbulkan oleh kebutuhan (*needs*)

Teori psikoanalisis adalah termasuk dalam kelompok teori-teori biologik, sedangkan teori dari Hull adalah termasuk teori belajar di lingkup ilmu Psikologi. Yang menyatukan kedua teori ini kelompok teori *Social Learning*.

Dari pendapat-pendapat tersebut, dihubungkan dengan proses seleksi pada pemirsa dalam memilih program siaran TV yang akan

digunakannya, dapat dikatakan bahwa tingkahlaku itu dimotivasi oleh keinginan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan menghilangkan ketegangan yang terjadi dalam dirinya. Dengan kata lain, kebutuhan dan adanya ketegangan dalam diri individu memotivasi seseorang dalam memilih program siaran TV yang akan digunakannya, sehingga tercapai kepuasan dengan meredanya ketegangan dan tercapainya kebutuhan dalam diri individu.

Dari uraian singkat tersebut, dapat dikemukakan bahwa motivasi yang berbeda merupakan faktor yang membedakan tingkahlaku pemirsa memilih program siaran RCTI Jakarta. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa: Motivasi pemirsa yang berbeda akan membedakan program siaran RCTI Jakarta yang digunakan, untuk memperoleh kepuasan dengan menggunakan media massa TV. Jadi, masalah akan ditelaah dalam penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut :

- (1) Apakah motivasi pemirsa menyaksikan program siaran TV membedakan tingkat penggunaan terhadap program siaran RCTI Jakarta?
- (2) Apakah motivasi pemirsa menyaksikan program siaran TV menyebabkan kepuasan terhadap program siaran RCTI Jakarta berbeda?
- (3) Apakah tingkat penggunaan yang berbeda menyebabkan perbedaan kepuasan pemirsa terhadap program siaran RCTI Jakarta?

3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang hendak diteliti maka tujuan penelitian ini adalah untuk :

- (1) memperoleh data menyangkut motivasi pemirsa menyaksikan siaran TV yang membedakan tingkat penggunaan terhadap program siaran RCTI Jakarta.
- (2) Memperoleh data menyangkut motivasi pemirsa menyaksikan program siaran TV yang menyebabkan perbedaan kepuasan yang dicapai terhadap program siaran RCTI Jakarta.
- (3) Memperoleh data menyangkut tingkat penggunaan yang menyebabkan perbedaan kepuasan yang dicapai pemirsa terhadap program siaran RCTI Jakarta.

Adapun kegunaan penelitian ini, dapat ditinjau dari dua sisi, yaitu kegunaan praktis dan kegunaan teoritis. Ditinjau dari segi kegunaan praktis, diharapkan hasil penelitian ini nantinya dapat memberikan masukan informasi kepada pihak pengelola siaran TV, baik swasta maupun pemerintah mengenai hal-hal yang mendorong pemirsa menyaksikan siaran TV, materi siaran yang banyak digunakannya, serta efek yang mungkin dapat ditimbulkan oleh media massa TV. Dari segi kegunaan teoritis, diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu peneliti-peneliti selanjutnya yang berminat menguji Model Penelitian Komunikasi *Mass Media Uses and Gratifications* dalam memecahkan permasalahan yang berhubungan dengan media massa, untuk pengembangan ilmu komunikasi.

4. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Sehubungan dengan masalah penelitian penulis maka pada bagian ini akan dikemukakan landasan pemikiran teoritis yang faktual yang digunakan sebagai titik tolak yang digunakan untuk menarik jawaban sementara terhadap masalah yang diteliti, yaitu

hipotesis.

4.1. Mass Media Uses and Gratification

Perkembangan Ilmu Komunikasi di Amerika Serikat (AS) menunjukkan perubahan pandangan terhadap pengaruh media massa terhadap khalayak. Jika pada tahun sebelum 1950-an khalayak dari sasaran media massa dianggap pasif dan mudah dipengaruhi oleh pesan-pesan yang disampaikan, namun sekitar tahun 1960-an, melalui tulisan Elihu Katz (dalam Lowe dan Hassan, 1988); diperkenalkan pendekatan *Mass Media Uses and Gratification* yang menganggap bahwa khalayak sasaran media komunikasi massa mempunyai sifat aktif dan rasional. Para pemakai media massa-lah yang memanfaatkan isi komunikasi untuk kepentingan dan memenuhi kebutuhan mereka. Mereka bersifat selektif dan memilih jenis media yang dipergunakan dan pesan-pesan yang mereka terima. Oleh karena itu, khalayak tidak mudah dipengaruhi begitu saja oleh pesan-pesan yang disampaikan media massa.

Severin dan Tankard (dalam Lowe dan Hassan, 1988:361) antara lain mengatakan sebagai berikut :

Pendekatan kegunaan dan kepuasan coba menentukan fungsi komunikasi massa yang berkhidmat kepada penonton-penonton, dan ia melakukan ini semua dengan bertanyakan kepada mereka. Seperti paradigma pencarian maklumat, ia mewakili peralihan tumpuan daripada tujuan komunikator kepada tujuan penerima.

Selain itu Putu Laxman Pendit (1985: 83-89) sebagaimana yang disitir dari McQuail dan Windahl, berpendapat bahwa riset yang menggunakan tradisi model penelitian komunikasi ini memusatkan perhatian pada penggunaan isi media untuk memperoleh pemenuhan

kebutuhan. Tingkahlaku *audience* secara garis besarnya dianggap sebagai kebutuhan-kebutuhan dan kepentingan-kepentingan individu.

Dengan demikian ada dua hal utama yang mendorong munculnya pendekatan ini. Pertama, ada oposisi terhadap pandangan determinis tentang efek media. Sikap ini merupakan bagian dari penemuan kembali manusia yang terutama terjadi pada Sosiologi di Amerika Serikat. Kedua, ada keinginan untuk melepaskan diri dari perdebatan yang berkepanjangan tentang selera media massa. Dalam persoalan ini pendekatan *Mass media Uses and Gratifications* menyajikan alternatif lain dalam memandang hubungan antara isi media dengan audiencenya, dan dalam pengkategorian isi media menurut fungsi dan bukan tingkat selera.

Riset *Mass Media Uses and Gratifications* (untuk selanjutnya, penggunaan dan pemuasan) dibagi dalam dua periode, yaitu klasik dan modern. Periode pertama mencakup studi-studi seperti yang dilakukan oleh Herzog yang membahas pencarian dan perolehan pemuasan oleh pendengar opera di radio, dan studi yang dilakukan oleh Schramm tentang motif mendengar musik klasik di radio. Dapat juga ditambahkan mengenai studi oleh Barelson tentang hal yang dianggap hilang oleh pembaca surat kabar di New York ketika terjadi pemogokan surat kabar di sana. Pada tahun 1960-an dan 1970-an riset tentang penggunaan dan pemuasan muncul dalam bentuk yang lebih berkembang.

Menurut para pendirinya, Katz, Blumer, dan Gurevitch, penggunaan dan pemuasan ini meneliti asal mula kebutuhan-kebutuhan secara psikologis dan sosial. Hal itu menimbulkan

harapan-harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, termasuk juga yang tidak diinginkan.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan terhadap hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan ini di beberapa negara, Tan (1981:297-298) mengambil suatu kesimpulan mengenai asumsi dasar dari pendekatan penggunaan dan pemuasan media massa ini sebagai berikut :

" . . . recent uses and gratifications *studies* are based on a common set of assumptions :

1. Media use goal directed. We use the mass media to satisfy specific needs . . .
2. Receivers select the types of media and media content to fulfill their needs. Thus, the audience initiates the mass communication process, and we are able to "bend the media" to our needs more readily than the media can overpower us.
3. There are other source of need satisfaction, and the mass media must compete with them. Some nonmedia source of need satisfaction are family, friends, interpersonal communication, other leisure activities, sleep, and drugs.
4. The audience is aware of its needs, and can report them when asked. They are also aware of their reason for using the mass media.

Jadi menurut pendekatan ini, penggunaan media didorong oleh keinginan untuk mencapai tujuan yang merupakan kebutuhan yang sifatnya spesifik. *Audience* menyeleksi jenis media dan isi media yang dapat memenuhi kebutuhannya, dan mereka dapat mengarahkan media untuk mencapai hal itu. Selanjutnya, dalam usaha memenuhi kebutuhan *audience*, media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain yang dapat memenuhi kebutuhan *audience*. Terakhir ialah *audience* menyadari kebutuhannya dan dapat menyampaikan jika

harapan-harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, termasuk juga yang tidak diinginkan.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan terhadap hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan ini di beberapa negara, Tan (1981:297-298) mengambil suatu kesimpulan mengenai asumsi dasar dari pendekatan penggunaan dan pemuasan media massa ini sebagai berikut :

". . . recent uses and gratifications studies are based on a common set of assumptions :

1. Media use goal directed. We use the mass media to satisfy specific needs . . .
2. Receivers select the types of media and media content to fulfill their needs. Thus, the audience initiates the mass communication process, and we are able to "bend the media" to our needs more readily than the media can overpower us.
3. There are other source of need satisfaction, and the mass media must compete with them. Some nonmedia source of need satisfaction are family, friends, interpersonal communication, other leisure activities, sleep, and drugs.
4. The audience is aware of its needs, and can report them when asked. They are also aware of their reason for using the mass media.

Jadi menurut pendekatan ini, penggunaan media didorong oleh keinginan untuk mencapai tujuan yang merupakan kebutuhan yang sifatnya spesifik. Audience menyeleksi jenis media dan isi media yang dapat memenuhi kebutuhannya, dan mereka dapat mengarahkan media untuk mencapai hal itu. Selanjutnya, dalam usaha memenuhi kebutuhan audience, media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain yang dapat memenuhi kebutuhan audience. Terakhir ialah audience menyadari kebutuhannya dan dapat menyampaikan jika

ditanya. Juga menyadari mengapa mereka menggunakan media massa.

Contoh pemikiran yang menggunakan pendekatan Penggunaan dan Pemuasan ini ialah individu tertentu, seperti halnya sebagian besar manusia, mempunyai kebutuhan dasar untuk mengadakan interaksi sosial. Dari pengalaman individu berharap konsumsi atau penggunaan media tertentu akan dapat memenuhi sebagian dari kebutuhannya. Hal ini menuntun pada kegiatan menonton program-program siaran TV tertentu, membaca isi majalah tertentu, dan sebagainya. Dalam beberapa kasus, kegiatan ini menghasilkan pemenuhan kebutuhan tetapi dapat pula menimbulkan ketergantungan dan perubahan kebiasaan individu yang bersangkutan. Dalam contoh ini, penggunaan media dapat dikatakan merupakan alternatif fungsional bagi interaksi sesungguhnya.

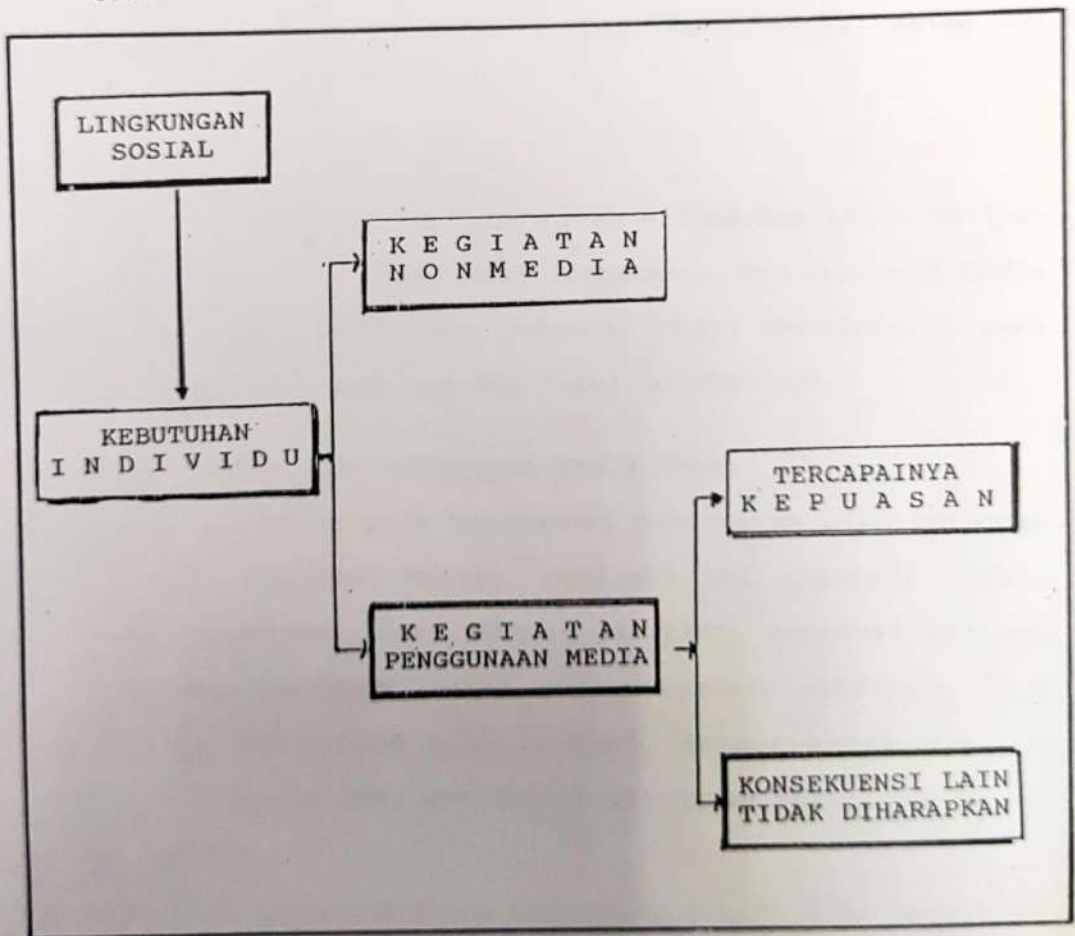
Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel-variabel yang telah diteliti dengan menggunakan pendekatan penggunaan dan pemuasan media massa ialah :

- (1) Faktor-faktor sosial, yang meliputi karakteristik demografi, personal, dan afiliasi kelompok.
- (2) Kebutuhan individu, yang merupakan motifnya dalam menggunakan media.
- (3) Penggunaan media massa yang menyangkut jenis, isi dan terpaan media, serta kegiatan lain non media.
- (4) Tercapainya kepuasan atau konsekuensi lain yang tidak diharapkan.

Jadi, dapat dikatakan bahwa lingkungan sosial yang berbeda akan melahirkan kebutuhan individu yang berbeda, dari

kebutuhan yang berbeda itu melahirkan motif yang berbeda pula, sehingga melahirkan kegiatan-kegiatan penggunaan media atau nonmedia untuk mencapai kebutuhan yang bersangkutan, dalam hal ini ialah kepuasan. Namun kegiatan penggunaan media dapat mengakibatkan konsekuensi lain yang tidak diharapkan. Hubungan variabel tersebut dirangkai dalam Gambar 1 : Model Penggunaan dan Pemuasan Media Massa, sebagai berikut:

Gambar 1 : MODEL PENGGUNAAN DAN PEMUASAN MEDIA.MASSA



Penelitian-penelitian terdahulu yang menggunakan model Penggunaan dan Pemuasan Media Massa ini, hanya mengambil sebagian dari komponen model tersebut (Jalaluddin Rakhmat, 1985:76). Diuraikan, Becker mengkorelasikan variabel demografis dengan variabel motif; Mendelsohn dan O'keefe meneliti responden responden tentang kemampuan media untuk memuaskan kebutuhan politik mereka.

Adapun penelitian ini, titik beratnya pada masalah perbedaan motif dan tingkat penggunaan media massa TV serta kepuasan pemirsa terhadap program siaran TV yang digunakannya. Dalam hal ini program siaran RCTI Jakarta.

4.2. Variabel Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan serta melihat komponen-komponen model komunikasi Penggunaan dan Pemuasan Media Massa maka variabel penelitian dibatasi hanya sebagaimana yang diuraikan selanjutnya pada sub-sub judul berikut ini.

4.2.1. Motif Pemirsa dan Penggunaan Media Massa

Perilaku seseorang pada hakekatnya ditentukan oleh berbagai kebutuhan untuk mencapai tujuan. Perilaku ini tercapai karena adanya dorongan-dorongan dari yang ia pikirkan, percayai dan apa yang ia rasakan. Dorongan itulah yang dinamakan motivasi. Daya pendorong itu, yaitu yang memprakarsai, mempertahankan serta mengembangkan tindakan atau perilaku digolongkan dalam dua macam, sebagai berikut :

(1) Daya positif, yang mendorong seseorang menuju atau mendekati

obyek atau keadaan tertentu.

- (2) Daya negatif, yang mendorong individu menjauhi obyek.
(Krech, dkk., 1962)

Bila seseorang menginginkan sesuatu keadaan yang menarik maka ia akan berbuat sesuatu tindakan untuk mendapatkannya. Orang lapar berusaha mencari nasi atau roti untuk mencapai tujuannya (kenyang), dan bila ia merasa takut akan sesuatu obyek yang berbahaya maka ia berusaha menghindar agar ia merasa aman. Jadi, tujuan adalah tindakan akhir yang dilakukan yang paling disukai dari satu obyek. Jadi, keinginan dan tujuan adalah saling bergantung. Tidak ada keinginan tanpa tujuan dan sebaliknya tidak ada tujuan tanpa keinginan. Dengan demikian, keinginan seseorang untuk mencapai suatu tujuan tertentu memotivasinya untuk melakukan sesuatu tindakan tertentu agar tujuan yang diinginkan tersebut, tercapai.

Sarwono (1976:57) membedakan antara motif dan motivasi dengan mengatakan bahwa motif dalam psikologi berarti rangsangan, dorongan, atau pembangkit tenaga bagi terjadinya suatu tingkahlaku, sedangkan motivasi merupakan istilah umum, yang menunjukkan kepada seluruh proses gerakan itu, termasuk situasi yang mendorong, dorongan yang timbul dalam diri individu, tingkahlaku yang ditimbulkan oleh situasi tersebut dengan tujuan atau akhir daripada gerakan atau perbuatan.

Dalam tesis ini kata motif dan motivasi digunakan secara bergantian yang diartikan sebagai penggerak atau pendorong untuk bertindak atau bertingkahlaku yang ada dalam diri individu untuk

mencapai suatu tujuan tertentu.

Menurut Maslow (dalam Supratiknya, 1971:69-80) manusia dimotivasi oleh sejumlah kebutuhan yang bersifat sama untuk seluruh spesies, tidak berubah dan berasal dari sumber genetik atau naluriah. Maslow melukiskan manusia sebagai makhluk yang tidak pernah dalam keadaan sepenuhnya puas. Kepuasan itu, sifatnya sementara. Jika satu kebutuhan telah terpenuhi maka kebutuhan-kebutuhan lainnya akan muncul menuntut pemuasan. Selanjutnya, Maslow membagi kebutuhan manusia dari tingkat yang rendah sampai tingkat yang tinggi.

Willian J. McGuire (Rakhmat, 1992;208-217) menyebutkan 16 motif yang digambarkan dalam sebuah gambar berbentuk matrik motif. Mula-mula motif dikelompokkan pada dua kelompok besar; motif kognitif (berhubungan dengan pengetahuan) dan motif afektif (berhubungan dengan perasaan). Setiap kategori ini, kemudian menunjukkan dua fokus perhatian; pertumbuhan diri dan pemeliharaan diri. Berdasarkan perilaku manusia ditambah dimensi aktif dan pasif. Dari segi orientasi tujuan disebut dimensi internal dan eksternal. (lih TABEL 2 : *A Structuring of 16 General Paradigms of Human Motivation*)

Selanjutnya dijelaskan bahwa motif kognitif menekankan kebutuhan manusia untuk mencapai tingkat ideasional tertentu. Pada kelompok ini, yang berorientasi pada pemeliharaan keseimbangan, disebutkan empat teori yang berkenaan dengan motif, yaitu; teori konsistensi yang menekankan kebutuhan individu untuk memelihara orientasi eksternal pada lingkungan, teori atribusi

A STRUCTURING OF 16 GENERAL PARADIGMS OF HUMAN MOTIVATION

Initiation		Active		Passive	
		Internal	External	Internal	External
Mode	Orientation				
	Stability				
Cognitive	Preservation	1. Consistency	2. Attribution	3. Categorization	4. Objectification
	Growth	5. Autonomy	6. Stimulation	7. Teleological	8. Utilitarian
	Preservation	9. Tension-Reduction	10. Expressive	11. Ego-Defensive	12. Reinforcement
Affective	Growth	13. Assertion	14. Affiliation	15. Identification	16. Modeling

Sumber : William J. McGuire, Psychological Motives and Communication Gratifications, In The Uses Of Mass Communications.

memandang individu sebagai psikolog amatir yang mencoba memahami sebab-sebab yang terjadi pada peristiwa yang dihadapi, teori kategorisasi menjelaskan upaya manusia untuk memberi makna tentang dunia berdasarkan kategori internal dalam diri kita, dan teori objektifikasi yang menerangkan upaya manusia untuk memberi makna tentang dunia berdasarkan hal-hal eksternal.

Keempat teori ini, menekankan pada aspek kognitif dari kebutuhan manusia yang bertitik tolak dari anggapan bahwa individu sebagai makhluk yang berusaha memelihara stabilitas psikologisnya. Motif kognitif yang melukiskan manusia sebagai makhluk yang berusaha mengembangkan kondisi kognitif yang dimilikinya, juga terdiri dari empat kelompok teori.

Pertama ialah teori otonomi yang melihat manusia sebagai makhluk yang berusaha mengaktualisasikan dirinya sehingga mencapai identitas kepribadian yang otonom. Kemudian, teori stimulasi yang memandang manusia sebagai makhluk yang "lapar stimuli", yang senantiasa mencari pengalaman-pengalaman baru. Selanjutnya ialah teori teleologis yang memandang manusia sebagai makhluk yang berusaha mencocokkan persepsinya tentang situasi sekarang dengan representasi internal dari kondisi yang dikehendaki. Terakhir adalah teori utilitarium yang memandang individu sebagai orang yang memperlakukan setiap situasi sebagai peluang untuk memperoleh informasi yang berguna untuk ketrampilan baru yang diperlukan dalam menghadapi tantangan hidup.

Sedangkan motif afektif adalah motif manusia yang menekankan pada aspek perasaan dan kebutuhan untuk mencapai tingkat

emosional tertentu. Motif afektif ini juga dikategorikan dalam dua kelompok, yaitu yang berorientasi pada pemeliharaan diri yang dijelaskan dengan empat teori, terdiri dari teori reduksi tegangan, teori ekspresif, teori ego-defensif, dan teori peneguhan. Sedangkan yang berorientasi pada pengembangan diri, terdiri dari teori penonjolan, teori afiliasi, teori identifikasi, dan teori peniruan.

Keenambelas motif ini menggambarkan kepada kita bahwa setiap tindakan manusia didorong oleh berbagai macam motif. Motif yang berbeda melahirkan tindakan yang berbeda pula. Demikian halnya dengan penggunaan program siaran TV. Motif yang berbeda dari pemirsa TV membedakan pula program TV yang bagaimana yang akan dikonsumsi.

Dalam hubungannya dengan pendekatan penggunaan dan pemuasan media massa, Blumler (Jalaluddin Rakhmat, 1985) menyebutkan ada tiga orientasi motif, yaitu; orientasi kognitif (kebutuhan akan informasi, *surveillance*, dan eksplorasi realitas); diversifikasi (kebutuhan akan pelepasan diri dari tekanan dan kebutuhan hiburan); identitas personal (menggunakan isi media untuk memperkuat/menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri).

McQuail (1991), berdasarkan hasil penelitian yang menyangkut pertanyaan "mengapa pada umumnya orang berhubungan dengan media, dan saluran media tertentu, kepuasan apakah yang mereka harapkan dan terima, menyimpulkan bahwa informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, hiburan merupakan unsur dalam

pola motivasi yang mendorong perilaku khalayak. Hal ini cocok dengan konsep mengenai fungsi media, dan berkaitan dengan pemahaman peran yang dibawakan oleh media dalam menghubungkan anggota masyarakat dengan masyarakat.

Menyangkut fungsi media dalam masyarakat, Charles R. Wright (Francois, 1977:127) menjelaskan mengenai fungsi media massa sebagai berikut :

Surveillance refers to the collection and distribution of information concerning events in the environment. both outside and within any particular society. To some extent it corresponds to what is popularly conceived as the handling of news. Acts of correlation, here, include interpretation of information about the environment and prescription for conduct in reaction to these event. In part this activity is popularly identified as editorial or propaganda. Transmission of culture focuses on the communicating of information, values, and social norm from one generation to another or from members of a group to newcomers. Commonly it is identified as educational activity. Finally, entertainment refers to communicative acts primarily intended for amusement irrespective of any instrumental effects they might have.

Pandangan yang dikemukakan oleh Onong Uchyana Effendi (1990:26-31) menyangkut fungsi komunikasi, menyebutkan bahwa fungsi komunikasi (penulis, tentu juga media TV), yaitu menyampaikan informasi mendidik, menghibur, dan mempengaruhi. Fungsi komunikasi massa sebagai penyebar informasi ialah mengumpulkan, menyimpan, memproses, menyebarkan berita, data, gambar, fakta dan pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi internasional, orang lain serta dapat mengambil keputusan yang tepat. Fungsi sebagai sarana pendidikan ialah mengalihkan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual,

pembentukan watak, dan pendidikan ketrampilan serta kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan. Sedangkan fungsinya sebagai sarana hiburan ialah menyebarkan sinyal, simbol, suara, dan citra (*image*) dari drama, tari, kesenian, kesusasteraan, musik, komedi, olahraga, permainan dan sebagainya untuk rekreasi dan kesenangan kelompok atau individu.

Dengan demikian dari uraian pandangan tersebut dihubungkan dengan motif khalayak sebagaimana disebutkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian motif tersebut mungkin dapat dipenuhi oleh media massa TV sesuai dengan fungsinya.

Dari uraian tersebut, motif dalam penelitian ini diartikan sebagai penggerak atau pendorong untuk bertindak (*menyaksikan tayangan stasiun pemancar TV*) yang ada dalam diri individu untuk mencapai suatu tujuan tertentu, yaitu terpenuhinya kebutuhan atau kepuasan. Selanjutnya, sesuai dengan orientasi motif sebagaimana yang dikemukakan oleh Blumler dan fungsi media massa TV, dalam penelitian ini motif digolongkan dalam tiga kategori sebagai berikut :

- (1) Motivasi mencari informasi, yang menggerakkan atau yang mendorong pemirsa TV untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi atau tercapainya kepuasan akan informasi melalui penggunaan saluran siaran TV tayangan RCTI Jakarta.
- (2) Motivasi mencari pendidikan, yaitu yang menggerakkan atau mendorong pemirsa TV untuk memenuhi kebutuhannya akan pendidikan melalui penggunaan saluran siaran RCTI Jakarta.
- (3) Motivasi mencari hiburan, yaitu yang mendorong atau yang

menggerakkan pemirsa TV untuk memenuhi kebutuhannya akan hiburan melalui penggunaan siaran RCTI Jakarta.

Dalam hubungannya dengan penggunaan media, McQuail (1989), menyatakan bahwa dalam tradisi yang diberi nama 'penggunaan dan kepuasan' menyatakan bahwa anggota audiens secara individual, dalam ukuran tertentu, memilih secara sadar dan termotivasi di antara berbagai pokok isi.

Hal ini mengisyaratkan bahwa jika motivasi pemirsa mencari informasi cenderung mengarahkan mereka untuk memilih menggunakan program siaran RCTI Jakarta yang bermaterikan berita, data, fakta dan pesan, serta komentar agar dapat mengerti dan bereaksi terhadap kondisi internasional, dan orang lain, serta juga dapat digunakan untuk mengambil keputusan yang tepat. Motivasi pemirsa untuk mencari pendidikan cenderung mengarahkan untuk memilih program siaran RCTI Jakarta yang bermaterikan ilmu pengetahuan, pendidikan ketrampilan serta kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan. Sedangkan motivasi pemirsa mencari hiburan cenderung mengarahkannya menggunakan saluran siaran RCTI Jakarta yang bermaterikan drama, tari, musik, mode, komedi, film hiburan, olah raga, permainan, dan sebagainya.

Jadi motif tertentu pemirsa melahirkan tindakan penggunaan program siaran TV tertentu. Jika motifnya adalah mencari informasi maka program siaran yang digunakan adalah program siaran yang bermaterikan informasi. Jika motifnya adalah mencari pendidikan maka program siaran TV yang digunakan ialah program siaran yang bermaterikan pendidikan. Sedangkan jika motifnya

adalah mencari hiburan maka program siaran TV yang bermaterikan hiburan lebih banyak digunakan.

Hasil pengamatan terhadap program siaran saluran TV (lih. TABEL 1: Proporsi Jam Siaran Saluran TV di DKI Jakarta), memperlihatkan data, bahwa proporsi materi hiburan di keempat saluran siaran TV tersebut, menempati urutan pertama terbanyak. Program Nasional, Program Dua, dan RCTI menempatkan materi informasi di urutan kedua dan pendidikan di urutan ketiga. TPI, menempatkan materi pendidikan di urutan kedua dan materi informasi di urutan ketiga.

Jadi dapat dikatakan bahwa program siaran saluran TV yang dapat diterima oleh pemirsa di DKI Jakarta dan sekitarnya (tanpa antena Parabola), lebih banyak menyajikan materi hiburan dibandingkan informasi dan pendidikan, dan lebih banyak menyajikan materi informasi dan pendidikan, dan lebih banyak menyajikan materi informasi daripada materi pendidikan.

Selain itu, dari tabel 1 (Proporsi Jam Siaran Saluran TV di DKI Jakarta), terlihat bahwa proporsi jam siaran RCTI untuk paket pendidikan 10 jam, Paket Informasi 23 jam, dan paket hiburan 72 jam 30 menit perminggu. Di hubungkan dengan motif pemirsa menyaksikan program siaran RCTI Jakarta, penulis menduga bahwa adanya faktor motif menyaksikan siaran RCTI Jakarta akan membedakan penggunaan siaran RCTI oleh pemirsa di kotif Depok.

Berdasarkan uraian tersebut dapat diuraikan bahwa :

- (1) Jika motivasi pemirsa menyaksikan program siaran TV adalah mencari hiburan maka tingkat penggunaan program siaran RCTI

adalah mencari hiburan maka program siaran TV yang bermaterikan hiburan lebih banyak digunakan.

Hasil pengamatan terhadap program siaran saluran TV (lih. TABEL 1: Proporsi Jam Siaran Saluran TV di DKI Jakarta), memperlihatkan data, bahwa proporsi materi hiburan di keempat saluran siaran TV tersebut, menempati urutan pertama terbanyak. Programa Nasional, Programa Dua, dan RCTI menempatkan materi informasi di urutan kedua dan pendidikan di urutan ketiga. TPI, menempatkan materi pendidikan di urutan kedua dan materi informasi di urutan ketiga.

Jadi dapat dikatakan bahwa program siaran saluran TV yang dapat diterima oleh pemirsa di DKI Jakarta dan sekitarnya (tanpa antena Parabola), lebih banyak menyajikan materi hiburan dibandingkan informasi dan pendidikan, dan lebih banyak menyajikan materi informasi dan pendidikan, dan lebih banyak menyajikan materi informasi daripada materi pendidikan.

Selain itu, dari tabel 1 (Proporsi Jam Siaran Saluran TV di DKI Jakarta), terlihat bahwa proporsi jam siaran RCTI untuk paket pendidikan 10 jam, Paket Informasi 23 jam, dan paket hiburan 72 jam 30 menit perminggu. Di hubungkan dengan motif pemirsa menyaksikan program siaran RCTI Jakarta, penulis menduga bahwa adanya faktor motif menyaksikan siaran RCTI Jakarta akan membedakan penggunaan siaran RCTI oleh pemirsa di kotif Depok.

Berdasarkan uraian tersebut dapat diuraikan bahwa :

- (1) Jika motivasi pemirsa menyaksikan program siaran TV adalah mencari hiburan maka tingkat penggunaan program siaran RCTI

Jakarta akan tinggi.

- (2) Jika motivasi pemirsa menyaksikan program siaran TV adalah mencari informasi maka tingkat penggunaan program siaran RCTI Jakarta akan sedang.
- (3) Jika motivasi pemirsa menyaksikan program siaran TV adalah mencari pendidikan maka tingkat penggunaan program siaran RCTI Jakarta akan rendah.

Tingkat penggunaan siaran RCTI dalam penelitian ini, diartikan sebagai jumlah waktu yang digunakan pemirsa untuk menyaksikan siaran RCTI, dimana untuk pengukurannya dilihat dari selain jumlah waktu yang digunakan pemirsa dalam konsumsi siaran RCTI, juga frekuensi menyaksikan siaran RCTI, jenis paket yang disenangi, dan jumlah acara yang di konsumsikannya. Variabel tingkat penggunaan dikategorikan dalam 3 tingkatan, yaitu tinggi, sedang dan rendah.

Pengukuran terhadap variabel tingkat penggunaan siaran RCTI dilakukan dengan mengajukan 14 pertanyaan kepada responden. Dari masing-masing jawaban pertanyaan tersebut, diberi nilai skor. nilai skor yang diperoleh dengan menjawab pertanyaan tersebut akan menentukan dikelompokkan kemana responden dalam kategori variasi variabel penggunaan siaran RCTI. Tinggi, sedang atau rendah.

Untuk pengukuran terhadap motif pemirsa ini, dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan variasi kalimat sebagai berikut :

1. Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan

dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.

2. Memenuhi rasa ingin tahu
3. Keterlibatan dengan media massa lain
4. untuk mengambil keputusan yang tepat
5. Menambah informasi
6. Mendapatkan nilai-nilai panutan
7. Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri
8. Memperoleh ketrampilan dan kemahiran yang berguna untuk kehidupan sehari-hari
9. Membantu menjalankan peran sosial
10. Memperoleh pengetahuan tentang orang lain
11. Meningkatkan gairan sex/memperoleh kenikmatan jiwa atau estetis.
12. Melepaskan diri dari permasalahan sehari-hari
13. Melupakan kekesalan hati
14. Mengisi waktu
15. Mendapatkan rasa santai

Kalimat nomor 1 - 5 merupakan pertanyaan yang berhubungan dengan motif informasi. Kalimat nomor 6 - 10 merupakan pernyataan yang berhubungan dengan motif pendidikan, sedangkan kalimat nomor 11 - 15 merupakan pernyataan yang berhubungan dengan motif hiburan.

Dalam variasi 15 kalimat tersebut, ditentukan sebanyak 30 pasangan pernyataan. Ketigapuluh pasang pernyataan itu terdiri dari 10 pernyataan menyangkut motif hiburan, 10 menyangkut motif pendidikan dan 10 pernyataan motif informasi. Kemudian 10

pernyataan yang menyangkut hiburan dipasangkan dengan 10 pernyataan yang menyangkut motif pendidikan dan 10 pernyataan dipasangkan dengan pernyataan yang menyangkut motif informasi, kemudian 10 pernyataan informasi dan pendidikan juga dipasangkan sehingga menghasilkan 30 pasang pernyataan yang digunakan untuk melihat kecenderungan motif responden.

4.2.2. Pemuasan Kebutuhan Pemirsa TV

Pengertian TV menurut kamus *The Advanced Learner's dictionary of Current English* (1974:888), "process of transmitting a view of events, plays, ect (while these are taking place, or from films or tapes on which record has been made)."

Pengertian tersebut, dapat diartikan sebagai , TV ialah suatu proses penyiaran pandangan mata mengenai suatu peristiwa, permainan, dan lain sebagainya yang biasanya diambil dari film atau rekaman.

Berdasarkan program penyiarannya, dikenal tiga jenis penyiaran TV, yaitu; *network television* yang program siarannya dapat menjangkau secara nasional (misalnya, TVRI), *cable television* yang program siarannya bersifat lokal, *satellite television* yang jangkauan siarannya lebih luas, bisa antar-benua. Dengan menggunakan sinkronisasi satelit maka siarannya dapat ditangkap di benua lain. Penangkapan siarannya dapat dilakukan dengan menggunakan antena parabola (Klapner, 1973:164-165).

Di Indonesia kita lihat adanya program siaran TV yang dipancarkan oleh TVRI Stasiun Pusat Jakarta dan Daerah. Di

Jakarta dan sekitarnya, para pemirsa TV dapat memilih program siaran TV dari TVRI, yaitu **Programa Nasional** dan **Programa Dua**, dan dari siaran TV swasta, yaitu RCTI dan TPI serta dari pemancar lainnya dengan menggunakan antena parabola.

Secara garis besarnya (lih. hal. 3) acara yang dipancarkan TVRI (**Programa Nasional** dan **Programa Dua**) dapat dibagi tiga kelompok, yaitu siaran berita, pendidikan dan kebudayaan, dan siaran hiburan. Porsi informasi, pendidikan dan kebudayaan yang hampir merupakan sebagian dari program siaran TVRI memperlihatkan kecenderungannya bahwa TVRI diarahkan sebagai sarana pemersatu bangsa. Sebagaimana yang disemboyankan, yaitu **TVRI Menjalin Persatuan dan Kesatuan**. RCTI sesuai dengan semboyannya, yaitu **Saluran Hiburan dan Informasi** sebagian besar materi program siarannya berisi hiburan. TPI sebagai **saluran pendidikan** menempatkan lebih banyak materi pendidikan dan informasi dalam program siarannya. Penelitian ini ingin melihat variasi penggunaan program siaran dan kepuasan pemirsa TV. Dalam hal ini penggunaan program siaran RCTI dan kepuasan pemirsa terhadap program siaran RCTI.

Pada kebanyakan pembicaraan mengenai media massa umumnya dan TV khususnya, lebih banyak dibahas mengenai apa yang dilakukan media massa TV tersebut, pada khalayak sasarannya. Jadi, hanya menyangkut pengaruh satu arah, yaitu media massa dalam hal ini TV pada khalayak. Hal ini tercermin dari apa yang diungkapkan Jalaluddin Rakhmat (1992) sebagai berikut : Umumnya kita lebih tertarik bukan kepada apa yang kita lakukan pada media, tetapi

kepada apa yang dilakukan media kepada kita. Kita ingin tahu bukan untuk apa kita membaca surat kabar atau menonton televisi, tetapi bagaimana surat kabar dan televisi menambah pengetahuan, mengubah sikap, atau menggerakkan perilaku kita. Inilah yang disebut sebagai efek komunikasi massa.

Sedangkan menurut Mar'at dalam Effendy (1990), mengatakan televisi memang berpengaruh terhadap penontonnya, namun hal ini adalah suatu yang wajar dan tidak selamanya televisi menimbulkan pengaruh peniruan yang negatif, tidak jarang juga pengaruh yang positif.

Dalam sebuah artikel mengenai Televisi Di Indonesia Dulu Kini Dan Sekarang (Mughtar, 1985) mengatakan bahwa siaran TV mendorong orang untuk duduk di depan pesawat TV menikmati acara siarannya. Bukti-bukti penelitian menunjukkan bahwa orang-orang melihat TV itu seperti terkena hipnotis. Hal seperti itu tidak terdapat pada media massa lainnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Sulawesi Utara (1984) mengenai pengaruh Televisi terhadap media massa lainnya, memperlihatkan betapa pembaca surat kabar dan majalah serta pendengar radio menurun secara drastis setelah masuknya televisi ke desa.

Penelitian yang dilakukan oleh Comstock dan kawan-kawan (Putu Laxman Pendit, 1985:52) tentang efek televisi terhadap orang per orang, yang menekankan pada tingkahlaku agresif dan nakal, sampai pada kesimpulan bahwa pertunjukan aksi-aksi akan memudahkan orang menirunya, jika pertunjukan itu lebih menyolok bagi seseorang, lebih menimbulkan getaran pertunjukkan aksi-aksi

itu dalam daftar tingkahlaku yang ada pada seseorang.

Pada aliran *Mass Media Uses and Gratifications*, perbedaan motif dalam konsumsi media massa menyebabkan kita bereaksi pada media massa secara berbeda-beda. Ini berarti efek media massa juga berlainan pada setiap anggota khalayak. Kepada pencari informasi, media massa diduga mempunyai efek kognitif yang menguntungkan. Kepada pencari identitas, media massa mungkin menimbulkan efek afektif yang mengerikan. Kepada pencari model, media massa mungkin mendorong perilaku yang meresahkan (Jalauddin Rakhmat, 1992).

Dari uraian tersebut, terlihat bahwa media massa, dalam hal ini media massa TV, memiliki pengaruh terhadap khalayak pemirsanya. Namun, efek media massa dalam pendekatan Penggunaan dan Pemuasan Media Massa menekankan pada aspek pengaruh sebagaimana yang diinginkan oleh pemirsa media TV, yaitu tercapainya kebutuhan pemirsa atau dengan perkataan lain, pemirsa TV dapat mewujudkan motifnya dalam menggunakan program siaran TV. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Rakhmat (1985) bahwa efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan terpenuhi. Selanjutnya dijelaskan, efek media dapat dioperasionalisasikan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberi kepuasan.

Dalam penelitian ini, efek media diartikan, yaitu kemampuan media untuk memberi kepuasan kepada pemirsanya akan pendidikan, informasi dan hiburan. Kepuasan ini diukur dengan melihat proporsi program siaran RCTI Jakarta dan jumlah waktu tayang untuk masing-masing program. Kepuasan pemirsa tersebut

dikategorikan dalam tiga kelompok, yaitu kepuasannya tinggi, sedang dan rendah terhadap program siaran RCTI Jakarta. Untuk mengetahui kepuasan yang dicapai pemirsa terhadap program siaran RCTI, diajukan 13 pertanyaan yang berupa pendapat mengenai program siaran RCTI. Dari masing-masing jawaban pertanyaan tersebut, diberi nilai skor. Nilai skor yang diperoleh dengan menjawab pertanyaan itu, akan menentukan di kelompok mana responden tersebut dalam kategori variasi variabel kepuasan, yaitu tinggi, sedang, rendah.

Dengan demikian, nantinya dari hasil penelitian ini akan terlihat apakah perbedaan motif menyaksikan siaran TV membedakan kepuasan yang dicapai pemirsa terhadap program siaran RCTI?

4.3. H i p o t e s i s

Kegiatan penelitian yang dilaksanakan penulis menitik beratkan pada unsur penerima pesan, yaitu pemirsa TV yang dapat menerima siaran TV dari Program Nasional, Program Dua, RCTI Jakarta, dan TPI, dalam hal ini motif menyaksikan program siaran TV dan penggunaan program siaran RCTI. Motif menyaksikan program siaran TV dan penggunaan program siaran RCTI ini, merupakan usaha pemirsa untuk mencapai tujuannya, yaitu terpenuhinya kebutuhan atau tercapainya kepuasan. Dengan demikian, dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

- (1) Terdapat perbedaan motivasi pemirsa menyaksikan program siaran TV menurut tingkat penggunaan terhadap program siaran RCTI Jakarta .

- (2) Terdapat perbedaan motivasi pemirsa menyaksikan program siaran TV yang menyebabkan kepuasan yang dicapai terhadap program siaran RCTI Jakarta berbeda.
- (3) Terdapat perbedaan tingkat penggunaan yang menyebabkan perbedaan kepuasan yang dicapai pemirsa terhadap program siaran RCTI Jakarta.

B A B II

METODE PENELITIAN

Pada bagian ini akan dikemukakan mengenai Populasi dan Sampel, Operasionalisasi Variabel, Teknik Pengumpulan data, Analisis Data.

1. Populasi dan Sampel

Salah satu wilayah yang dapat menangkap siaran yang dipancarkan keempat stasiun pemancar TV sebagaimana yang disebutkan terdahulu, ialah Kota Administratif (Kotif) Depok, Bogor, Jawa Barat. Sebagai salah satu kota yang berbatasan langsung dengan DKI Jakarta, Depok merupakan salah satu alternatif wilayah tempat tinggal bagi mereka yang bekerja atau melakukan aktifitas di Ibukota. Jadi, selain dihuni oleh penduduk setempat, Depok juga dihuni oleh pendatang dari berbagai wilayah yang bekerja atau melakukan kegiatan di DKI Jakarta.

Dalam penelitian ini populasi dibatasi ialah hanya pemirsa yang tinggal di wilayah Kotif Depok, Jawa Barat yang terdaftar sebagai pemilik pesawat TV yang tersebar di 3 kecamatan, 14 desa, 6 kelurahan, 225 rukun warga, dan 1286 rukun tetangga. Adapun jumlah pemilik pesawat TV yang terdaftar sebanyak 27.796 jiwa. Untuk menentukan ukuran sampel digunakan rumus sebagai berikut :

GAMBAR 2: RUMUS UKURAN SAMPEL

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

dimana N = Populasi
d = presisi yang ditetapkan (Rakhmat, 1985)

Dalam penelitian ini, ditetapkan presisi 10 % dengan selang kepercayaan 90 % maka dengan rumus tersebut, diperoleh ukuran sampel $n = 103$. Rancangan sampling yang digunakan adalah sampel berstrata proporsional, di mana setiap strata (kelurahan/desa) diambil sampel yang sebanding dengan besarnya populasi di setiap strata (lih. Tabel 2 : Ukuran Sampel). Untuk selanjutnya, sampel dari masing-masing populasi strata itu ditetapkan secara proporsional, diambil secara acak.

Dengan asumsi bahwa pemirsa yang terdaftar sebagai pemilik pesawat TV adalah orang dewasa maka dapat dikatakan bahwa sampel dalam penelitian ini tentu masuk dalam golongan kelompok usia dewasa. Sehubungan dengan usia sampel tersebut, Hurlock sebagaimana yang disitir Sarlito Wirawan Sarwono (1976:37) mengelompokkan usia sesuai dengan tahap-tahap perkembangan manusia sebagai berikut :

1. - : Prenatal
2. 0 - 2 Minggu : Orok
3. 2 minggu - 2 Tahun : Bayi

TABEL 3
U K U R A N S A M P E L

No.	Desa/Kelurahan	Populasi	%	U. Sampel
1.	Depok	1.530	5,5	6
2.	Depok Jaya	4.368	15,7	16
3.	Pancoran Mas	2.809	10,1	10
4.	Mampang	163	0,6	1
5.	Rangkapan Jaya	171	0,6	1
6.	R. Jaya Baru	378	1,4	1
7.	Kalimulya	500	1,8	2
8.	Kalibaru	129	0,5	1
9.	Sukamaju	1.124	4,1	4
10.	Sukmajaya	837	3	3
11.	Abadi Jaya	4.250	15,3	15
12.	Mekar Jaya	2.567	9,2	9
13.	Cisalak	1.027	3,7	4
14.	Bakti Jaya	2.382	8,6	9
15.	Beji	2.228	8	8
16.	Beji Timur	415	1,5	2
17.	Kemiri Muka	480	1,7	2
18.	Pondok Cina	200	0,7	1
19.	Kukusan	452	1,6	2
20.	Tanah Baru	1.786	6,4	6
	Jumlah	27.796	100	103

4. 2 - 6 tahun	: Anak-anak awal
5. 6 - 12 Tahun	: Anak-anak akhir
6. 12 - 14 tahun	: Pubertas
7. 14 - 17 tahun	: Remaja awal
8. 17 - 21 tahun	: Remaja Akhir
9. 21 - 40 tahun	: Dewasa Awal
10. 40 - 60 tahun	: Setengah Baya
11. 60 tahun ke atas	: Tua

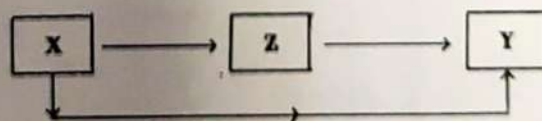
2 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini, ada tiga variabel yang diteliti sebagai berikut :

- (1) Motif pemirsa dengan lambang X.
- (2) Tingkat penggunaan Program Siaran RCTI dilambangkan Z.
- (3) Kepuasan terhadap program siaran RCTI dilambangkan Y.

Hubungan ketiga variabel tersebut digambarkan dalam Gambar 3 sebagai berikut :

GAMBAR 3: HUBUNGAN VARIABEL



Ketiga variabel tersebut, dioperasionalisasikan sebagaimana yang terlihat pada Tabel 4: Operasionalisasi Variabel.

TABEL 4
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Skala	Indikator	Pengukuran
X	Nominal	<p>Informasi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. mencari berita. 2. memenuhi rasa ingin tahu 3. keterlibatan dengan MM. 4. mengambil keputusan tepat. 5. tambah informasi. <p>Pendidikan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. peroleh pengetahuan tentang orang lain 2. dapatkan nilai-nilai. 3. paham diri sendiri. 4. peroleh keterampilan dan kemahiran. 5. menjalankan peran sosial <p>Hiburan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. peroleh kenikmatan. 2. lepas dari masalah. 3. lupa kekesalan hati. 4. mengisi waktu 5. dapat rasa santai 	Berdasarkan jawaban responden terhadap 30 pasang pertanyaan yang diajukan, berdasarkan indikator.
Z	Ordinal	frekuensi menyaksikan, jumlah waktu yang digunakan, jenis program yang disenangi, jumlah acara yang dikonsumsi/minggu di RCTI Jakarta	Berdasarkan nilai skor yang diperoleh terhadap 14 pertanyaan yang diajukan; nilai skor tertinggi jawaban responden, 29 terendah 0. Jadi diperoleh skor untuk variasi penggunaan

lanjutan: TABEL 4

Variabel	Skala	Indikator	Pengukuran
Y	Ordinal	pendapat pemirsa tentang proposi & jumlah waktu tayang untuk masing-masing program siaran RCTI Jakarta.	sebagai berikut: 1. Skor 20 - 29 = tinggi 2. Skor 10 - 19 = Sedang 3. Skor 0 - 9 = rendah Berdasarkan nilai skor yang diperoleh responden terhadap 13 pertanyaan yang diajukan; nilai skor terendah pada nilai jawaban responden ialah 0 dan tertinggi 26. Jadi diperoleh skor untuk variasi kepuasan pemirsa RCTI sebagai berikut: 1. Skor 18 - 26 = tinggi 2. Skor 9 - 17 = sedang 3. Skor 0 - 8 = rendah

3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan survey, yaitu untuk mengukur ketiga variabel yang diteliti. Sebagaimana yang dikemukakan di bagian Populasi dan Sampel bahwa responden penelitian ini adalah yang terdaftar sebagai pemilik pesawat TV dari populasi yang telah disampel. Jadi, survey yang dilakukan dalam penelitian ini ialah survey sampel.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuesioner, yaitu suatu metode pengumpulan data dengan cara mengajukan suatu daftar pertanyaan kepada responden. Dasar pertimbangannya ialah dengan menggunakan metode ini (kuesioner) peneliti dapat mengumpulkan data terhadap sejumlah responden

dalam waktu yang relatif singkat. Bentuk pertanyaan yang diajukan kepada responden merupakan bentuk tertutup, yaitu pertanyaan-pertanyaan yang telah tersedia dalam 2 atau 3 alternatif jawaban dan responden diminta untuk memilih salah satu yang paling tepat menurut mereka.

4 Analisis Data

Dalam penelitian, penulis menganalisis data yang telah terkumpul dengan menggunakan test statistik Chi Square, yaitu untuk menguji perbedaan variasi dari variabel yang diteliti dengan tingkat pengukuran nominal atau ordinal.

Test ini, sesuai dengan hipotesis yang penulis ajukan yang mengungkapkan adanya perbedaan dari variabel yang diteliti dan dengan tingkat pengukuran dari variabelnya adalah nominal dan ordinal. Jadi, Hipotesis Nol (H_0) penelitian ini adalah sebagai berikut :

- (1) H_0 : Proporsi motif pemirsa menyaksikan program siaran TV adalah sama untuk semua kategori tingkat penggunaan program siaran RCTI Jakarta.
- (2) H_0 : Proporsi kepuasan yang dicapai pemirsa adalah sama untuk semua kategori motif.
- (3) H_0 : Proporsi tingkat penggunaan adalah sama untuk semua untuk semua kategori kepuasan pemirsa terhadap program siaran RCTI.

Prosedur pengujian dengan menggunakan test Chi Square adalah sebagai berikut :

- (1) Menyusun frekuensi observasi dalam tabel kontingensi $k \times r$, dimana k merupakan untuk variabel lajur dan r merupakan untuk kelompok variabel kolom.
- (2) Menentukan nilai frekuensi harapan menurut H_0 pada setiap sel dengan cara perkalian total marginal lajur dan baris dibagi dengan N , yaitu total semua frekuensi.
- (3) Menghitung nilai Chi Square dengan rumus sebagai berikut :

GAMBAR 4: RUMUS CHI SQUARE

(1)

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k \frac{(n_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

atau

GAMBAR 5: RUMUS CHI SQUARE

(2)

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k \frac{n_{ij}^2}{E_{ij}}$$

dimana : n_{ij} = angka-angka pengamatan dari kasus yang diobservasi pada baris ke- i dan lajur ke- j .

E_{ij} = Angka-angka harapan menurut kejadian H_0 yang berada pada baris ke- i dan lajur ke- j . (Sigel dan Castelan, 1988:111-124)

- (4) Menentukan tingkat signifikansi pengamatan dari nilai Chi Square dengan menggunakan Tabel C. Dalam penelitian ini tingkat signifikansi di tentukan $\alpha = 0,05$ dan dengan $db = (k-1)(r-1) = (3-1)(3-1) = 4$, diperoleh nilai tabel 9,49. Jika peluang yang dihasilkan melalui perhitungan Chi Square lebih kecil atau sama dengan nilai Tabel C (9,49) pada db 4 dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak. ? (dikering)

GAMBARAN UMUM KOTIF DEPOK

1. Keadaan Umum Kotif Depok

Depok yang kini dikenal sebagai Kota Administratif Depok, pada mulanya hanya sebuah kecamatan yang berada dalam pembinaan Pembantu Bupati Wilayah Parung, Kabupaten Daerah Tingkat II Bogor, Jawa Barat.

Peningkatan status Depok dari kecamatan menjadi kota administratif berdasarkan peraturan pemerintah Nomor 43 tahun 1981 dan peresmiannya dilakukan pada tanggal 18 Maret 1982 oleh Menteri Dalam Negeri H. Amir Machmud (pada waktu itu), atas nama Presiden.

Luas Kotif Depok 6.794,981 ha meliputi 3 Kecamatan, 14 Desa dan 6 Kelurahan, 47 Dusun, 23 Lingkungan, 235 Rukun Warga dan 1.420 Rukun Tetangga (lih. lampiran, Tabel 24 - 25 - 26). Batas-batas wilayah Kotif Depok, adalah sebagai berikut :

- (1) Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Pasar Minggu, DKI Jakarta.
- (2) Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Cimanggis, Kabupaten Daerah Tingkat II Bogor.
- (3) Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Sawangan, Kabupaten Daerah Tingkat II Bogor.
- (4) Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Bojonggede Kabupaten Daerah Tingkat II Bogor.

Jarak dari Pusat Kota Jakarta ke Kota Depok, kurang dari 10 Km, hampir sama dengan jarak Depok ke Pusat Ibukota Kabupaten

Bogor, ini berarti Kotif Depok berada di antara Jakarta dan Bogor. Sedangkan dari Ibukota Propinsi Jawa Barat berjarak kurang lebih 150 Km.

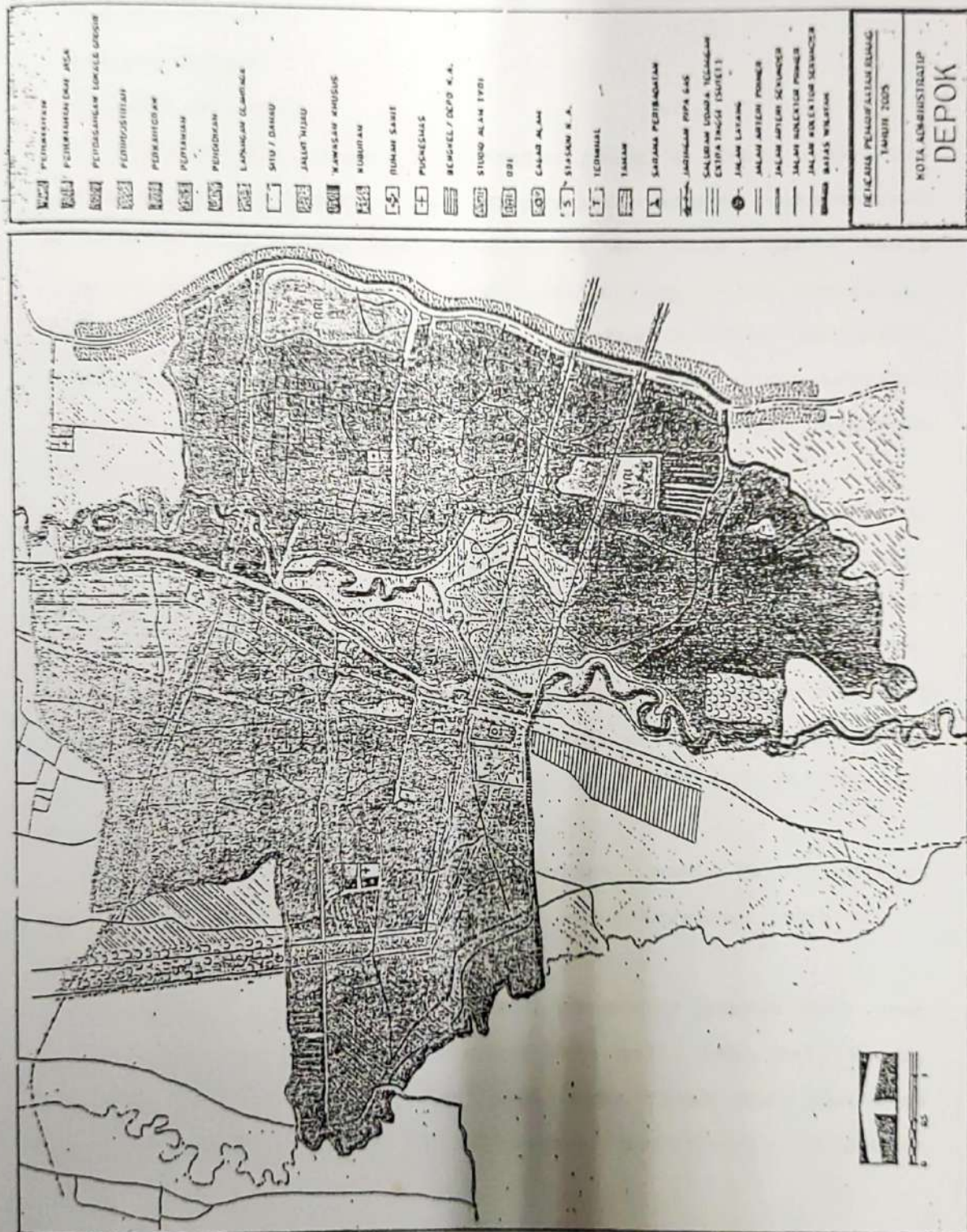
Kedudukan Kotif Depok ini cukup strategis karena letaknya yang berbatasan langsung dengan DKI Jakarta. Dengan demikian kotif Depok merupakan pintu gerbang propinsi Daerah Tingkat I Jawa Barat dan penyangga DKI Jakarta sebagai Ibukota Republik Indonesia.

2. Penggunaan Lahan

Peruntukan ruang dalam kawasan Kotif Depok dibagi dalam kawasan-kawasan yang menunjukkan fungsi pemanfaatan ruang (lih. Gambar 2: Peta Kotif Depok). Kawasan-kawasan itu adalah sebagai berikut :

- Kawasan perumahan
- Kegiatan sosial budaya dan pendidikan
- Kawasan kegiatan olahraga
- Kawasan pelayanan kesehatan
- Kawasan peribadatan
- Kawasan stasiun kereta api
- Kawasan terminal angkutan jalan raya
- Kawasan perdagangan grosir
- Kawasan perdagangan eceran
- Kawasan pariwisata
- Kawasan pemakaman
- Kawasan hijau

Gambar 6 : Peta Kota Administratif Depok



Sumber : Kotif Depok

- Kawasan industri
- Kawasan khusus
- Kawasan lain-lain

Prinsip pada rencana pemanfaatan ruang di Kotif Depok ini adalah prinsip dominasi, dimana dimungkinkan adanya suatu kawasan digunakan oleh lebih dari satu macam kegiatan. Hanya jenis pemanfaatan ruang yang diizinkan, yaitu yang tidak mengganggu fungsi kawasan tersebut. Sebagai contoh kawasan pelayanan kesehatan dapat disisipi oleh ruang rumah, namun untuk kegiatan industri tidak diizinkan karena dapat mengganggu fungsi pelayanan kesehatan.

Sebagian besar wilayah terbangun sebagaimana disebutkan di atas diperuntukkan untuk pemukiman, yaitu sekitar 62% (2.920 ha), dan sekitar 13,7% diperuntukkan untuk jaringan jalan, yaitu 645 Ha. Adapun luas wilayah kota yang merupakan daerah tidak terbangun meliputi kurang lebih 30% (kurang lebih 1.980 ha) dari seluruh luas kota, yang sebagian besar merupakan jalur hijau kurang lebih 1.530 ha, waduk kurang lebih 450 ha (7%, Studio Alam TVRI dan lain-lain).

Sesuai dengan Surat Dirjen Pengairan Nomor IR.0101-DIR/05 tanggal 5 Januari 1991, untuk rencana waduk tersebut masih disusun di tingkat Bppeda Kabupaten Dati II Bogor.

Penyebaran lokasi dari kawasan perumahan sebagaimana yang telah disebutkan itu, ialah kawasan Desa Beji, Desa Beji Timur, Desa Kemiri Muka, Desa Pondok Cina, Desa Tanah Baru dan Desa Kukusan Kecamatan Beji. Di Kelurahan Depok Jaya, Kelurahan

pancoranmas, di Desa Mampang dan Rangkapanjaya, Kecamatan pancoranmas, di Kelurahan Mekarjaya, Desa Sukmajaya, Desa Cisalak, Desa Sukamaju, Kelurahan Abadijaya dan Kelurahan Bhaktijaya Kecamatan Sukamaju.

Kawasan Kegiatan Sosial Budaya dan Pendidikan dilokasikan di Desa Pondok Cina, Desa Kukusan kecamatan Beji dan Kelurahan Pancoranmas, Kecamatan Pancoranmas. Untuk kawasan Pemerintahan dan perkantoran lainnya dilokasikan pada Kelurahan Depok Kecamatan Pancoranmas. Kawasan Pusat Kegiatan Olahraga dilokasikan di Desa Mampang dan Desa Rangkapanjaya Kecamatan Pancoranmas.

Kawasan Pusat Pelayanan Kesehatan dilokasikan di Desa Pondok Cina Kecamatan Beji dan Kecamatan Pancoranmas. Kawasan Pusat Peribadatan dilokasikan di Kelurahan Abadijaya dan Desa Sukmajaya Kecamatan Sukamajaya. Di Desa Mampang Kecamatan Pancoranmas dan Desa Beji Kecamatan Beji. Kawasan Stasiun Kereta Api dilokasikan di Kelurahan Depok Kecamatan Pancoranma. Kawasan Terminal Kota dilokasikan di kelurahan Depok Kecamatan Pancoranmas.

Kawasan Perdagangan Grosir dilokasikan terutama pada Desa Sukamaju Kecamatan Sukmajaya. Kawasan Perdagangan Eceran dengan skala pelayan kota dilokasikan di Desa Kemiri Muka Kecamatan beji dan pada pusat-pusat wilayah kota.

Kawasan Pariwisata dilokasikan di sekitar waduk/danau Cagar Alam Kelurahan Pancoranmas Kecamatan Pancoranmas. Kawasan Pemakaman dilokasikan di Desa Kalimulya kecamatan Sukamajaya. Kawasan Hijau dilokasikan di Desa Kalimulya dan desa Kalibaru

Kecamatan Sukmajaya pada sepanjang aliran sungai dan sekitar tepi waduk/danau. Kawasan Industri dilokasikan pada lokasi-lokasi tertentu sekitar jalan arteri primer di Kecamatan Sukmajaya.

Kawasan khusus/Kompleks ABRI dilokasikan di Desa Kalibaru Kecamatan Sukmajaya. Kawasan lain-lain, yaitu RRI dilokasikan di Desa Cisalak, TVRI dilokasikan di Desa Kalibaru dan Desa Kalimuya Kecamatan Sukmajaya. Depo Kereta Api dilokasikan di Kelurahan Pancoranmas Kecamatan Pancoranmas. Tempat pembuangan akhir sampah dilokasikan di luar wilayah Kotif Depok.

3. Keadaan Penduduk Kotif Depok

Penduduk Kotif Depok, akhir-akhir ini cenderung berkembang. Jiak dibiarkan tak terkendali maka sampai tahun 2005 jumlah penduduk kurang lebih 629.304 jiwa. Perkembangan ini tidak sesuai dengan keseimbangan pengembangan Jabotabek yang diarahkan jumlah penduduk Kotif Depok sekitar kurang lebih 405.388 jiwa.

Bertambahnya jumlah penduduk tersebut, karena Kotif Depok mempunyai daya tarik yang cukup besar, sebagai salah satu kota yang melayani Jakarta, dan daya tarik seperti rumah tinggal dengan dibangunannya dua jalur ganda Kereta Api Pasar Minggu - Depok dan jalur jalan raya Pasar Minggu - Depok, maupun jalan tembus Depok - Cimanggis.

Dengan demikian, perkembangan penduduk kotif depok sebenarnya terutama disebabkan oleh migrasi dari Jakarta yang cukup tinggi, sedangkan pertumbuhan penduduk secara alamiah masih dalam batas kewajaran, yaitu sekitar kurang lebih 2,3% pertahun.

Sebagai Gambaran perkembangan penduduk Kotif depok sebelum adanya Perumnas dan setelah adanya perumnas, serta sebelum dibentuk menjadi Kotif dan setelah menjadi Kotif, dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut :

TABEL 5
PERKEMBANGAN KOTIF DEPOK

No.	Tahun	Jiwa	%	Keterangan
1.	1976	94.144	-	sebelum Perumnas dihuni Setelah perumnas dihuni
2.	1978	133.671	10,74	
3.	1979	131.252	15,07	
4.	1980	203.499	55,04	
5.	1981	215.977	6,13	
1.	1982	230.836	6,88	18-3-1982 pembentukan Kotif
2.	1983	235.122	1,86	
3.	1984	238.122	1,28	
4.	1985	244.734	2,78	
5.	1986	250.047	2,17	
6.	1987	255.082	2,01	
7.	1988	260.690	2,20	
8.	1989	270.377	3,72	
9.	1990	280.416	3.90	
10.	1991	286.531	-----	

Sedangkan berdasarkan sensus penduduk tanggal 15 Maret sampai 31 Oktober 1990 penduduk yang bermukim di wilayah Kotif berjumlah 380.940 jiwa, dengan rata/km2 kepadatannya sebagaimana yang terlihat pada tabel 6 sebagai berikut :

TABEL 6
PROSENTASE LUAS WILAYAH, PENDUDUK DAN RATA-RATA
KEPADATAN PENDUDUK PER KM2 KOTIF DEPOK TAHUN 1992

DESA/KELURAHAN	L U A S %	PENDUDUK %	RATA-RATA/KM2 %
Kec. Pancoranmas	29,34	28,13	5.684
1. D e p o k	6,41	5,79	5.354
2. Pancoranmas	7,06	7,22	6./056
3. Depokjaya	1,68	6,85	24.120
4. Mampang	3,13	2,49	4,716
5. Rangkapanjaya	5,29	2,47	2.854
6. Rkp.jaya Baru	5,77	3,31	3.390
Kec. B e j i	24,04	19,35	4.769
1. Kemiri Muka	3,52	4,56	7.681
2. Pondok Cina	1,64	1,96	7.071
3. Kukusan	4,07	2,00	2.922
4. Tanah baru	3,83	2,96	4.583
5. B e j i	5,78	6,68	6.833
6. Beji Timur	5,20	1,19	1.356
Kec. Sukmajaya	46,62	52,52	6.674
1. Kalimulya	6,81	1,61	1.402
2. Kalibaru	10,41	4,04	2.297
3. Sukamaju	5,78	7,66	7.850
4. Sukmajaya	8,52	3,82	2.656
5. Mekarjaya	3,96	11,06	16.543
6. Abadijaya	3,53	9,84	15.914
7. Cisalak	3,66	3,05	4.927
8. Bhaktijaya	3,95	11,44	17.172
j u m l a h	100	100	5.926

Sumber : Statistik Kecamatan

Sementara jumlah penduduk (populasi) Kotif Depok menurut kelompok umur terlihat pada tabel 7 dan 8 sebagai berikut :

TABEL 7
JUMLAH PENDUDUK MENURUT KELOMPOK UMUR
PEREMPUAN DI KOTIF DEPOK TAHUN 1992

Desa/Kelurahan	0 - 4	5 - 9	10-14	15-19	20-24	25-29
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
<u>Kec. Pancoranmas:</u>	<u>7.994</u>	<u>7.288</u>	<u>6.562</u>	<u>5.762</u>	<u>5.674</u>	<u>4.327</u>
1. D e p o k	1.586	1.446	1.302	1.143	1.126	859
2. Pancoranmas	2.038	1.858	1.673	1.468	1.446	1.104
3. Depok Jaya	2.001	1.825	1.643	1.442	1.420	1.084
4. Mampang	723	659	593	521	513	391
5. Rangkapanjaya	628	622	560	491	484	369
6. Rkp.jaya Baru	964	878	791	697	685	520
<u>Kec. B e j i:</u>	<u>3.806</u>	<u>4.385</u>	<u>4.668</u>	<u>4.931</u>	<u>4.694</u>	<u>3.980</u>
1. Kemiri muka	898	1.035	1.101	1.172	1.106	939
2. Pondok Cina	377	434	462	488	465	394
3. Kukusan	369	425	453	478	455	386
4. Tanah Baru	582	671	714	754	718	609
5. B e j i	1.348	1.552	1.652	1.745	1.661	1.409
6. Beji Timur	232	268	286	294	289	243
<u>Kec. Sukmajaya:</u>	<u>9.966</u>	<u>12.021</u>	<u>13.205</u>	<u>13.693</u>	<u>12.810</u>	<u>10.474</u>
1. Kalimulya	305	368	404	419	392	321
2. Kalibaru	742	894	982	1.019	953	779
3. Sukamaju	1.445	1.743	1.914	1.985	1.857	1.519
4. Sukmajaya	718	867	952	987	924	755
5. Mekarjaya	2.106	2.540	2.791	2.894	2.706	2.214
6. Abadijaya	1.876	2.263	2.486	2.578	2.411	1.972
7. Cisalak	578	696	766	794	743	608
8. Bhaktijaya	2.196	2.650	2.910	3.017	2.824	2.306
<u>j u m l a h</u>	<u>21.766</u>	<u>23.694</u>	<u>24.435</u>	<u>24.386</u>	<u>23.178</u>	<u>18.781</u>

Sumber : Statistik Kecamatan

Tabel 7 : Lanjutan

Desa/Kel.	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59
(1)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
<u>Kec. Pancoranmas:</u>	<u>3.689</u>	<u>3.356</u>	<u>2.449</u>	<u>2.460</u>	<u>2.474</u>	<u>2.225</u>
1. Depok	733	655	485	488	490	441
2. Pancoranmas	942	855	624	627	630	566
3. Depok Jaya	925	839	913	616	618	556
4. Mampang	334	303	212	222	223	201
5. Rangkapanjaya	315	286	209	210	211	190
6. Rkp.jaya Baru	440	408	306	297	302	271
<u>Kec. Beji:</u>	<u>3.229</u>	<u>2.193</u>	<u>1.562</u>	<u>1.183</u>	<u>967</u>	<u>645</u>
1. Kemiri Muka	761	518	368	279	228	152
2. pondok Cina	319	217	154	117	96	64
3. Kukusan	313	213	151	114	94	62
4. Tanah baru	494	336	239	181	148	99
5. Beji	1.142	777	552	419	342	228
6. Beji Timur	200	132	98	73	59	40
<u>Kec. Sukmajaya</u>	<u>8.616</u>	<u>6.810</u>	<u>4.786</u>	<u>3.706</u>	<u>2.637</u>	<u>1.640</u>
1. Kalimulya	264	200	146	114	81	50
2. Kalibaru	641	507	356	276	196	122
3. Sukamaju	1.249	987	694	537	382	238
4. Sukmajaya	621	491	345	267	190	118
5. Mekarjaya	1.821	1.439	1.011	783	553	347
6. Abadijaya	1.622	1.282	901	698	496	309
7. Cislak	500	395	278	215	153	95
8. Bhaktijaya	1.898	1.500	1.055	816	582	361
<u>j u m l a h</u>	<u>15.534</u>	<u>12.359</u>	<u>8.797</u>	<u>7.349</u>	<u>6.078</u>	<u>4.510</u>

Sumber : Statistik kecamatan

Tabel 7 : Lanjutan

Desa/Kel.	60-64	65-69	70-74	75 +	jumlah 2 s/d 17
(1)	(14)	(15)	(16)	(17)	(18)
<u>Kec. Pancoranmas:</u>	<u>1.796</u>	<u>1.053</u>	<u>281</u>	<u>328</u>	<u>57.718</u>
1. Depok	356	206	56	68	11.450
2. Pancoranmas	458	265	72	89	14.715
3. Depok Jaya	449	260	71	87	14.449
4. Mampang	162	94	26	41	5.218
5. Rangkapanjaya	154	89	24	28	4.924
6. Rkp.jaya Baru	217	139	32	15	6.962
<u>Kec. Beji</u>	<u>542</u>	<u>347</u>	<u>253</u>	<u>311</u>	<u>37.696</u>
1. Kemiri Muka	128	82	60	69	8.896
2. Pondok Cina	54	34	25	32	3.732
3. Kukusan	53	33	24	34	3.657
4. Tanah Baru	83	53	39	48	5.768
5. Beji	192	122	89	114	13.344
6. Beji Timur	32	23	16	14	1.299
<u>Kec. Sukmajaya</u>	<u>1.422</u>	<u>778</u>	<u>581</u>	<u>666</u>	<u>103.811</u>
1. Kalimulya	44	24	18	21	3.180
2. Kalibaru	106	58	43	50	7.724
3. Sukamaju	206	113	84	98	15.051
4. Sukmajaya	107	56	42	49	7.484
5. Mekarjaya	301	164	123	141	21.938
6. Abadijaya	268	146	109	125	19.542
7. Cisalak	87	45	34	42	6.024
8. Bhaktijaya	313	172	128	140	22.868
<u>jumlah</u>	<u>3.760</u>	<u>2.178</u>	<u>1.115</u>	<u>1.305</u>	<u>199.225</u>

Sumber : Statistik Kecamatan

TABEL 8
JUMLAH PENDUDUK MENURUT KELOMPOK UMUR
LAKI-LAKI DI KOTIF DEPOK TAHUN 1992

Desa/Kelurahan	0 - 4	5 - 9	10-14	15-19	20-24	25-29
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Kec. Pancoranmas:	<u>7.765</u>	<u>7.095</u>	<u>6.819</u>	<u>5.700</u>	<u>5.694</u>	<u>4.030</u>
1. D e p o k	1.658	1.515	1.456	1.218	1.216	861
2. Pancoranmas	2.005	1.831	1.760	1.472	1.470	1.041
3. Depok Jaya	1.835	1.676	1.611	1.347	1.346	953
4. Mampang	672	613	589	493	492	349
5. Rangkapanjaya	704	643	618	517	516	166
6. Rkp.jaya Baru	891	817	785	653	654	460
Kec. B e j i i:	<u>3.822</u>	<u>4.583</u>	<u>4.515</u>	<u>4.857</u>	<u>5.199</u>	<u>3.802</u>
1. Kemiri muka	912	1.077	1.061	1.078	1.222	894
2. Pondok Cina	400	472	465	472	536	392
3. Kukusan	427	504	496	505	572	418
4. Tanah Baru	594	701	691	702	796	582
5. B e j i i	1.308	1.545	1.521	1.546	1.753	1.281
6. Beji Timur	241	284	281	184	320	235
Kec. Sukmajaya:	<u>9.930</u>	<u>12.893</u>	<u>13.450</u>	<u>12.242</u>	<u>11.454</u>	<u>9.856</u>
1. Kalimulya	305	396	413	376	352	302
2. Kalibaru	787	1.022	1.067	971	908	782
3. Sukamaju	1.456	1.891	1.972	1.795	1.680	1.445
4. Sukmajaya	728	945	986	898	840	723
5. Mekarjaya	2.085	2.707	2.824	2.571	2.405	2.070
6. Abadijaya	1.853	2.406	2.510	2.284	2.137	1.839
7. Cisalak	576	748	780	710	664	572
8. Bhaktijaya	2.140	2.778	2.898	2.637	2.468	2.123
j u m l a h	<u>21.577</u>	<u>24.571</u>	<u>24.784</u>	<u>11.511</u>	<u>22.347</u>	<u>17.688</u>

Sumber : Statistik Kecamatan

Tabel 8 : Lanjutan

Desa/Kel.	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59
(1)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
<u>Kec. Pancoranmas:</u>	<u>3.053</u>	<u>2.288</u>	<u>2.526</u>	<u>2.340</u>	<u>2.062</u>	<u>1.922</u>
1. Depok	652	488	539	500	440	411
2. Pancoranmas	788	590	652	604	532	497
3. Depok Jaya	721	540	597	553	487	455
4. Mampang	264	198	218	202	178	166
5. Rangkapanjaya	277	207	229	212	187	174
6. Rkp. jaya Baru	351	265	291	269	238	219
<u>Kec. B e j i:</u>	<u>3.375</u>	<u>2.823</u>	<u>1.733</u>	<u>1.513</u>	<u>1.153</u>	<u>744</u>
1. Kemiri Muka	793	664	407	355	271	174
2. pondok Cina	348	291	178	156	119	76
3. Kukusan	371	311	191	166	127	82
4. Tanah baru	516	432	265	231	177	114
5. B e j i	1.137	952	584	510	389	250
6. Beji Timur	210	173	108	95	70	48
<u>Kec. Sukmajaya</u>	<u>8.270</u>	<u>7.429</u>	<u>5.769</u>	<u>5.149</u>	<u>3.363</u>	<u>1.828</u>
1. Kalimulya	254	228	177	158	112	56
2. Kalibaru	656	589	457	408	288	145
3. Sukamaju	1.212	1.089	846	755	533	268
4. Sukmajaya	606	545	423	378	267	134
5. Mekarjaya	1.736	1.560	1.211	1.081	763	384
6. Abadijaya	1.543	1.386	1.076	961	678	341
7. Cisalak	480	431	335	299	211	106
8. Bhaktijaya	1.783	1.601	1.244	1.109	784	394
<u>j u m l a h</u>	<u>14.698</u>	<u>12.540</u>	<u>10.028</u>	<u>1.109</u>	<u>6.851</u>	<u>4.494</u>

Sumber : Statistik kecamatan

Tabel 8 : Lanjutan

Desa/Kel.	60-64	65-69	70-74	75 +	jumlah 2 s/d 17
(1)	(14)	(15)	(16)	(17)	(18)
<u>Kec. Pancoranmas:</u>	<u>1.509</u>	<u>852</u>	<u>316</u>	<u>224</u>	<u>54.195</u>
1. Depok	322	182	67	49	11.574
2. Pancoranmas	389	220	81	58	13.990
3. Depok Jaya	356	201	74	55	12.807
4. Mampang	130	74	27	21	4.686
5. Rangkapanjaya	137	77	28	23	4.915
6. Rkp.jaya Baru	175	98	39	18	6.223
<u>Kec. Beji</u>	<u>615</u>	<u>318</u>	<u>216</u>	<u>221</u>	<u>39.280</u>
1. Kemiri Muka	145	75	51	52	9.231
2. Pondok Cina	64	33	22	22	4.046
3. Kukusan	68	35	24	24	4.321
4. Tanah Baru	94	49	33	33	6.010
5. Beji	208	107	73	73	13.237
6. Beji Timur	36	19	13	17	2.435
<u>Kec. Sukmajaya</u>	<u>1.440</u>	<u>830</u>	<u>483</u>	<u>420</u>	<u>105.079</u>
1. Kalimulya	44	25	15	13	3.226
2. Kalibaru	114	66	38	35	8.333
3. Sukamaju	211	122	71	63	15.409
4. Sukmajaya	106	61	35	31	7.706
5. Mekarjaya	302	174	102	91	22.066
6. Abadijaya	269	155	90	78	19.606
7. Cisalak	84	48	28	24	6.096
8. Bhaktijaya	310	179	104	85	22.637
<u>jumlah</u>	<u>356</u>	<u>2.000</u>	<u>1.015</u>	<u>865</u>	<u>198.554</u>

Sumber : Statistik Kecamatan

Untuk melayani penduduk dengan populasi tersebut, sarana dan prasarana yang dimiliki oleh kotif Depok meliputi :

1. Sarana Pendidikan

- T K	: 92 buah
- S D	: 178 buah
- M I	: 50 buah
- S L T P	: 65 buah
- S L T A	: 44 buah
- M Ts	: 14 buah
- M Aly	: 3 buah
- Pondok Pesantren	: 4 buah
- Perguruan Tinggi	: 5 buah

2. Sarana Kesehatan

- Rumah Sakit	: 2 buah
- Puskesmas	: 5 buah
- Puskesmas Pembantu	: 5 buah
- Balai Pengobatan	: 23 buah
- Rumah Bersalin	: 10 buah
- A p o t i k	: 12 buah
- D o k t e r	: 76 orang
- Bidan Praktek	: 31 orang
- Posyandu	: 314 buah
- O p t i k	: 12 buah
- Toko Obat	: 6 buah
- Instalasi Rongent	: 2 buah
- Salon kecantikan	: 63 buah

3. Sarana Peribadatan

- Masjid	: 150 buah
- Mushollah	: 311 buah
- Gereja	: 29 buah
- K u i l	: 1 buah

4. Sarana Rekreasi dan Olahraga

- T a m a n	: 2 buah
- Hutan Lindung	: 1 buah
- Kolam renang	: 2 buah
- Gedung Bioskop	: 12 buah
- B i l y a r d	: 6 lokasi
- Pemancingan	: 5 lokasi
- Lapangan Tenis	: 6 buah
- Lapangan Sepakbola	: 70 buah
- Lapangan Bulutangkis	: 180 buah
- Lapangan Basket	: 8 buah
- Lapangan Bolavolly	: 228 buah

5. Sarana Perekonomian

- P a s a r	: 4 buah
-------------	----------

- Toko	:	475 buah
- Kios	:	1.546 buah
- Koperasi	:	14 buah
- Bank Negeri	:	4 buah
- Bank Swasta/BPR	:	9 buah
- Asuransi	:	4 buah
- Pegadaian	:	1 buah
- L o s	:	864 buah

6. Sarana Pemukiman

- Rumah yang dibangun Perum Perumnas	:	23.026 unit
- Rumah yang dibangun Developer	:	8.722 Unit
- Rumah yang dibangun Penduduk	:	23.755 Unit

7. Sarana Transportasi dan Prasarana Jalan

- KA Jabotabek dengan frekuensi pemberangkatan per 30 menit sekali.	
- Jumlah kendaraan umum yang beroperasi	1.112 buah.
- Jalan arteri/utama	: 13.95 KM
- Kolektor/penghubung	: 53.95 KM
- Lokal/lingkungan	: 113,50 KM

Sementara jumlah pesawat TV/pemilik pesawat di Kotif Depok, Kabupaten Bogor, Jawa Barat yang dirinci perkelurahan ialah sebagaimana yang tertera pada Tabel 9 - 10 - 11, sebagai berikut:

TABEL 9
BANYAKNYA PESAWAT TV DIRINCI PERDESA ATAU
KELURAHAN DI KECAMATAN PANCORANMAS, TAHUN 1989

Desa/Kelurahan	1988	1989
1. Depok	1.500	1.530
2. Depok Jaya	3.640	4.368
3. Pancoran Mas	2.341	2.809
4. Mampang	136	163
5. Rangkapan Jaya	143	171
6. R. Jaya Baru	315	378
J U M L A H	8.075	9.419

SUMBER : Matriks Statistik Kecamatan Pancoran Mas, Kotif Depok,
Jawa Barat, tahun 1989

TABEL 10
BANYAKNYA PESAWAT RADIO DAN TV DIRINCI
PERDESA DI KECAMATAN SUKMAJAYA, TAHUN 1989

Desa/Kelurahan	Radio	TV
1. Kalimulya	320	500
2. Kalibaru	1.520	129
3. Sukamaju	2.501	1.124
4. Sukmajaya	942	837
5. Abadijaya	2.647	4.250
6. Mekarjaya	4.900	2.567
7. Cisalak	1.175	1.027
8. Baktijaya	7.697	2.382
J U M L A H	21.684	12.814

SUMBER : Matriks statistik Kecamatan Sukmajaya, Kotif Depok, Jawa Barat, tahun 1989.

TABEL 11
BANYAKNYA RADIO DAN TC DIRINCI
PERDESA DI KECAMATAN BEJI, TAHUN 1989

D E S A	RADIO	TV
1. Beji	2.957	2.228
2. Beji Timur	348	415
3. Kemiri Muka	1.525	480
4. Pondok Cina	550	200
5. Kukusan	640	452
6. Tanah Baru	1.223	1.786
J U M L A H	7.243	5.561

SUMBER : Matriks Statistik Kecamatan Beji, Kotif Depok, Jawa Barat.

4. Perkembangan Kotif Depok

Tujuan dibentuknya Kotif Depok ialah untuk meningkatkan kegiatan penyelenggaraan pemerintahan secara berdayaguna dan berhasilguna yang merupakan sarana utama bagi pembinaan wilayah,

serta merupakan unsur pendorong yang kuat bagi usaha peningkatan laju pembangunan wilayah.

Dengan adanya Kotif Depok, perkembangan dan kemajuan wilayah Depok sangat pesat. Kondisi ini dapat dilihat dengan semakin pesatnya pembangunan di berbagai bidang, baik fisik maupun mental spritual. Hal ini dapat terjadi karena didukung oleh berbagai faktor penunjang baik langsung maupun tidak langsung sebagai berikut :

- (1) Letak Depok yang strategis menghubungkan Kabupaten Daerah Tingkat II Bogor dengan DKI Jakarta.
- (2) Pemukiman yang mudah dicapai melalui alat transportasi dari berbagai jurusan.
- (3) Masuknya Universitas Indonesia serta perguruan tinggi lainnya.
- (4) Penduduk pendatang dengan latar belakang pendidikan dan profesi menengah ke atas merupakan sumber daya insani yang potensial.

Perkembangan dan pertumbuhan Kotip Depok meliputi berbagai bidang. Dari pengamatan diperoleh gambaran bahwa Kotip Depok merupakan suatu wilayah yang potensi perkembangannya cukup besar. Supaya perkembangan tersebut dapat memberikan manfaat yang besar bagi penduduk kota Depok sendiri serta menunjang perkembangan daerah sekitarnya, maka pola perencanaan yang terarah dan terpadu perlu diciptakan sebaik-baiknya.

Pengembangan kota Depok tidak dapat dilepaskan dari pengembangan wilayah Jabotabek dan DKI Jakarta yang merupakan

pusat utamanya. Rencana kota Depok pun tidak terlepas dari kerangka dan batasan-batasan yang telah ditentukan oleh kebijaksanaan rencana pengembangan Jabotabek.

Bertitik tolak dari perkembangan penduduk kota Jakarta yang sangat pesat, dengan lahan yang terbatas, diperkirakan beberapa tahun mendatang, Jakarta tidak akan dapat menampung pertambahan penduduk lagi. Meskipun tingkat kejenuhan kota Jakarta saat ini memang belum pada titik rawan, tapi kemungkinan pusat-pusat pertumbuhan baru, termasuk Depok perlu pula dipikirkan sedini mungkin.

Dalam rangka pengembangan Kotip Depok sesuai dengan tujuan pembentukan serta tujuannya, suatu pola perencanaan yang terarah dan terpadu memang mutlak diperlukan untuk itu Pemerintah Kabupaten Daerah Tk. II Bogor dengan Peraturan Daerah Nomor I Tahun 1988 telah menetapkan Rencana Umum Tata Ruang Kota Administratif Depok Tahun 1986-2005. RUTR Kotip Depok ini merupakan penjabaran lebih lanjut dari RUTR wilayah Jabotabek.

Kotif Depok yang terletak di dalam wilayah Jabotabek nantinya dalam pengembangannya sampai tahun 2005 akan menjadi :

- (1) Pusat pengembangan Dati II Bogor bagian utara
- (2) Pusat pelayanan pendidikan tinggi wilayah Jabotabek
- (3) Tempat pelayanan Jasa bagian tengah wilayah Jabotabek
- (4) Pusat pemukiman yang bersifat melayani Jakarta
- (5) Obyek wisata dan perumahan yang tertib

B A B IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini, penulis akan menyajikan hasil penelitian dan pembahasan terhadap data yang terkumpul dalam pelaksanaan penelitian lapangan di Kotif Depok, Jawa Barat. Dalam menyajikan data serta melakukan pembahasan hasil penelitian, penulis menggunakan tabel dan juga dengan menggunakan bantuan analisis test statistik, yaitu Chi Square. Dengan demikian, uraian Bab ini, penulis sajikan dalam 4 (empat) bagian sebagai berikut :

1. Karakteristik Responden
2. Analisis Deskriptif
3. Pengujian Hipotesis
 - 3.1. Pengujian Hipotesis I
 - 3.2. Pengujian Hipotesis II
 - 3.3. Pengujian Hipotesis III
4. Pembahasan
 - 4.1. Motif dan Tingkat Penggunaan Program Siaran RCTI
 - 4.2. Motif dan Kepuasan Pemirsa
 - 4.3. Tingkat Penggunaan dan Kepuasan Pemirsa Program Siaran RCTI

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dimaksud dalam uraian ini, menyangkut usia, jenis kelamin, pekerjaan, status perkawinan, dan pendidikan akhir responden. Dari hasil penelitian lapangan, penulis memperoleh data mengenai usia dan jenis kelamin responden adalah sebagai berikut :

TABEL 12
USIA DAN JENIS KELAMIN RESPONDEN

JK usia	Laki-laki		Perempuan		Jumlah	
	f	%	f	%	f	%
21-40	44	42,72	18	17,48	62	60,20
40-60	31	30,10	-	-	31	30,10
> 60	10	9,70	-	-	10	9,70
Jumlah	85	82,52	18	17,48	103	100

Keterangan : JK = Jenis Kelamin

Berdasarkan TABEL 12 (Usian dan Jenis Kelamin Responden) terlihat bahwa kelompok laki-laki adalah responden yang terbanyak, yaitu 82,52% dan kelompok perempuan sebanyak 17,48%. Berdasarkan usia maka kelompok usia 21-40 tahun ke atas adalah kelompok responden terbanyak, yaitu 60,20% masing-masing 42,72% laki-laki dan 17,48% wanita. Kelompok usia 40-60 tahun 31,10% dan usia 60 tahun ke atas 9,70%. Kedua kelompok tersebut, semuanya laki-laki.

Sesuai dengan tahap-tahap perkembangan, menurut Hurloch sebagaimana yang dikemukakan pada Bab II.1. Populasi dan sampel maka responden penelitian ini terdiri dari kelompok dewasa awal sebesar 60,20%, setengah baya 31,10% dan tua 9,70%

Sementara pada TABEL 13 (Status Perkawinan dan Usia Responden) terlihat bahwa responden yang berusia antara 21-40 tahun sebanyak 60,19%, masing-masing yang belum menikah sebanyak 14,56%, nikah 41,75%, cerai mati 0,97% dan cerai hidup sebanyak 2,91%. Kelompok usia 40 - 60 tahun sebanyak 30,10% yang terdiri

dari 27,19% dengan status menikah dan 2,91% dengan status cerai mati. Kelompok usia 60 tahun ke atas terdiri atas 4,85% dengan status nikah dan 4,85% cerai mati.

TABEL 13
STATUS PERKAWINAN DAN USIA RESPONDEN

U s i a	21 - 40		40 - 60		>60		JUMLAH	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Blm nikah	15	14,56	-	-	-	-	15	14,56
Nikah	43	41,75	28	27,19	5	4,85	76	73,76
C. mati	1	0,97	3	2,91	5	4,85	9	8,73
C. hidup	3	2,91	-	-	-	-	3	2,91
Jumlah	62	60,19	31	30,10	10	9,70	103	100

Keterangan : Stawin = Status Perkawinan
C mati = Cerai mati
C hidup = Cerai hidup

Dengan demikian, proporsi responden dengan status belum menikah sebanyak 14,56%, responden dengan status menikah sebanyak 73,79%, cerai mati 8,73%, dan 2,91% dengan status cerai hidup.

Pada Tabel 14 (pekerjaan dan pendidikan akhir responden) diperoleh data; 10,68% responden adalah petani dengan tingkat pendidikan SD 7,77% dan SLTP 2,91%. Pegawai Negeri 29,13%, masing-masing 9,71% berpendidikan akhir SLTA, 19,42% perguruan tinggi. Pegawai swasta sebanyak 21,36%, yaitu 6,80% berpendidikan akhir SLTA dan Perguruan Tinggi 14,56%. Wiraswasta 8,74%, yaitu 2,91% dengan pendidikan akhir SLTA dan 5,83% perguruan tinggi. ABRI 10,68% terdiri atas 7,77% dengan pendidikan SLTA dan 2,91% Perguruan Tinggi. Pensiunan 11,65%, terdiri dari 19,94% yang

berpendidikan SLTP, 6,80% berpendidikan SLTA, dan 2,91% Perguruan Tinggi. Ibu Rumah Tangga 2,91%, masing-masing dengan pendidikan akhir SLTP 1,94% dan SLTA 0,97%. Pelajar/mahasiswa dalam penelitian ini hanya mahasiswa, sebanyak 4,85% dengan pendidikan akhir SLTA.

TABEL 14
PEKERJAAN DAN PENDIDIKAN AKHIR RESPONDEN

Pendidikan Pekerjaan	SD		SLTP		SLTA		PT		JUMLAH	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Petani	8	7,77	3	2,91	-	-	-	-	11	10,68
P. Negeri	-	-	-	-	10	9,71	20	19,42	30	29,13
P. Swasta	-	-	-	-	7	6,80	15	14,56	22	21,36
W. Swasta	-	-	-	-	3	2,91	6	5,83	9	8,74
A B R I	-	-	-	-	8	7,77	3	2,91	11	10,68
Pensiunan	-	-	2	1,94	7	6,80	3	2,91	12	11,65
Ibu RT	-	-	2	1,94	1	0,97	-	-	3	2,91
Plj/Mhs	-	-	-	-	5	4,85	-	-	5	4,85
Jumlah	8	7,77	7	6,79	41	39,81	47	45,13	103	100

2. Analisis Deskriptif

Sebelum melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan bantuan tes statistik Chi Square, terlebih dahulu penulis akan melakukan analisis deskriptif terhadap data lapangan yang menyangkut motif, tingkat penggunaan siaran RCTI dan kepuasan pemirsa menyaksikan siaran RCTI Jakarta.

IV.2.1. Motif Responden

Motif dalam penelitian ini diartikan sebagai penggerak atau pendorong untuk bertindak (menyaksikan program siaran TV) yang ada dalam diri individu untuk mencapai suatu tujuan tertentu, yaitu terpenuhinya kepuasan. Sesuai dengan orientasi motif sebagaimana yang dikemukakan oleh Blumler (Rakhmat, 1985) dan fungsi media massa sebagaimana yang dikemukakan oleh Onong Uchyana Effendy (Effendy, 1990) maka motif dalam penelitian ini digolongkan dalam tiga (3) kategori, yaitu motif pendidikan, motif informasi, dan motif hiburan.

Untuk menentukan kategori motif responden, dilakukan dengan cara melihat arah kecenderungan pilihan jawaban responden terhadap 30 (tiga puluh) pertanyaan yang diajukan untuk mengukur motif responden.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, data yang terkumpul menyangkut motif responden menyaksikan siaran TV penulis tuangkan pada tabel 15 (Motif Pemirsa menyaksikan Siaran TV) sebagai berikut :

TABEL 15
MOTIF PEMIRSA MENYAKSIKAN SIARAN TV

Motif	f	%
Pendidikan	20	19,42
Informasi	40	38,83
Hiburan	43	41,75
J U M L A H	103	100

Tabel 15 menggambarkan, proporsi pemirsa menyaksikan siaran TV untuk tujuan pendidikan sebesar 19,42%, informasi 38,83%, dan hiburan 41,75%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa bagian terbesar dari responden menyaksikan siaran TV untuk memuaskan kebutuhan - untuk tujuan- hiburan dan informasi, yaitu 41,75% dan 38,83%. Jadi dapat dikatakan bahwa media TV lebih banyak dimanfaatkan sebagai media hiburan dan informasi daripada sebagai media pendidikan oleh penduduk kotif Depok. Sejalan dengan yang dikemukakan oleh Tan (1981:212), "*Television is the mass medium most trusted by adults and the most used for news and entertainment.*"

IV.2.2. Penggunaan Siaran RCTI

Penggunaan siaran RCTI dalam penelitian ini dimaksudkan sebagai jumlah waktu yang digunakan pemirsa menyaksikan siaran RCTI, yang dikatagorikan dalam 3 (tiga) kelompok, yaitu Tinggi, Sedang, dan Rendah. Pengelompokan responden ke dalam katagori tersebut didasarkan pada skor yang didapatkan dengan menjawab 14 (empat belas) nomor pertanyaan yang menyangkut jumlah waktu yang digunakan, frekuensi menyaksikan siaran RCTI, jenis paket yang paling disenangi, jumlah acara yang dikonsumsi, serta penggunaan waktu senggang.

Penelitian yang dilaksanakan penulis menyangkut penggunaan program siaran RCTI, ditampilkan pada Tabel 16. Dari tabel tersebut, terlihat bahwa 32,04 % responden tinggi menggunakan program siaran RCTI, 39,80 % responden menggunakan program siaran RCTI dalam kategori sedang, dan dalam kategori rendah sebanyak 28,16 %. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa program siaran

RCTI tidak menjadi sumber utama bagi pemenuhan kebutuhan responden. Dalam hal ini, kebutuhan akan pendidikan, kebutuhan akan informasi, dan kebutuhan akan hiburan. Meskipun 32,04 % responden tingkat penggunaan program siaran RCTI-nya tinggi, namun ternyata tidak berbeda jauh dengan yang tingkat penggunaannya rendah, yaitu 28,16 %.

TABEL 16
PENGUNAAN PROGRAM SIARAN RCTI

PENGUNAAN	f	%
Tinggi	33	32,04
Sedang	41	39,80
Rendah	29	28,16
JUMLAH	103	100

Jadi, data yang ditampilkan pada tabel 16 menguatkan asumsi dari model *Mass Media Uses and Gratifications*, yang menyatakan bahwa adanya kebutuhan dalam diri individu yang menuntut pemuasan membimbing seseorang untuk mencari sumber pemenuhan kebutuhan. Sumber tersebut dapat diperoleh dari media massa atau non media. Sumber media yang dimaksud disini dapat berupa isi, jenis media. Sedangkan non-media ialah keluarga, teman, hobi, tidur, mabuk, dan lain sebagainya (Tan, 1981:299).

IV.2.3. Kepuasan Pemirsa

Umumnya kita lebih tertarik kepada bukan kepada apa yang kita lakukan pada media, tetapi kepada apa yang dilakukan media kepada kita. Inilah yang disebut sebagai efek komunikasi massa

(Rakhmat, 1989). Dalam penelitian ini, efek media diartikan sebagai kemampuan media, dalam hal media TV -RCTI-, memberi kepuasan kepada pemirsanya, yang dikelompokkan dalam 3 (tiga) katefori, yaitu puas, kurang puas, dan tidak puas.

Untuk mengukur kepuasan pemirsa RCTI, diajukan 13 (tiga belas) pertanyaan berupa penilaian responden terhadap program siaran RCTI. Jawaban terhadap pertanyaan tersebut, diberi nilai skor. Nilai skor akhir yang diperoleh responden menentukan pada kategori yang mana responden tersebut, pada variabel kepuasan, puas, kurang puas, atau tidak puas.

TABEL 17
KEPUASAN PEMIRSA RCTI

Kepuasan	f	%
Tinggi	39	37,87
Sedang	39	37,87
Rendah	25	24,26
J U M L A H	103	100

Penelitian penulis menyangkut kepuasan pemirsa RCTI, ditampilkan pada tabel 17. Dari tabel tersebut, terlihat bahwa 37,87% pemirsa RCTI puas terhadap program siaran RCTI, 37,87% kurang puas, dan 24,46% yang tidak puas. Dengan demikian, antara yang puas dan kurang puas tidak ada perbedaan, namun kedua kategori tersebut, berbeda dengan kategori tidak puas.

Jadi, data itu mengisyaratkan bahwa untuk memenuhi kepuasan pemirsa TV, banyak sumber yang dapat digunakan. Dalam hal ini,

media TV -RCTI-, harus bersaing dengan jenis media lainnya atau sumber non-media untuk memuaskan kebutuhan pemirsa akan pendidikan, informasi, dan hiburan. Guna memenuhi kebutuhan akan pendidikan, pemirsa dapat menggunakan sumber keluarga, media cetak atau radio dan lain-lain. Demikian juga kebutuhan pemirsa akan informasi dapat diperoleh melalui sumber-sumber itu. Kebutuhan akan hiburan dapat diperoleh pula dari sumber itu, atau teman, hobi, mabuk-mabukan, dan sebagainya.

3. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis penelitian yang penulis ajukan, digunakan bantuan test statistik, yaitu test Chi Square. Prosedur pengujian dengan menggunakan test ini, sebagaimana yang diungkapkan pada Bab II.2. (Analisis Data).

3.1. Hipotesis I

Ho : Proporsi motif pemirsa menyaksikan program siaran TV adalah sama untuk semua kategori tingkat penggunaan program siaran RCTI Jakarta.

H1 : Terdapat perbedaan motif menyaksikan program siaran TV menurut tingkat penggunaan terhadap program siaran RCTI Jakarta.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh data motif dan tingkat penggunaan program siaran RCTI di Kotif Depok, Jawa barat, sebagaimana yang terlihat pada Tabel 18.

TABEL 18
MOTIF PEMIRSA DAN TINGKAT PENGGUNAAN PROGRAM SIARAN RCTI

Penggunaan M o t i f	tinggi		Sedang		Rendah		Jumlah	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Pendidikan	7	6,79	7	6,79	6	5,83	2 0	19,41
Informasi	9	8,74	2 0	19,42	1 1	10,68	4 0	38,84
Hiburan	1 7	16,51	1 4	13,59	1 2	11,65	4 3	41,75
Jumlah	3 3	32,04	4 1	39,80	2 9	28,16	1 0 3	100

Dari Tabel 18 dapat dihitung nilai frekuensi harapan menurut H_0 pada setiap sel dengan cara perkalian total marginal lajur dan baris dibagi $N = 103$, maka diperoleh angka sebagaimana yang terlihat pada Tabel 19.

TABEL 19
FREKUENSI HARAPAN
MOTIF DAN PENGGUNAAN PROGRAM SIARAN RCTI

Penggunaan M o t i f	Tinggi	Sedang	Rendah	Jumlah
Pendidikan	6,41	7,96	5,63	2 0
Informasi	12,81	15,92	11,27	4 0
Hiburan	13,78	17,12	12,10	4 3
Jumlah	3 3	4 1	2 9	1 0 3

Dengan nilai frekuensi harapan pada Tabel 19 dan nilai frekuensi observasi pada Tabel 18 maka dapat dihitung nilai Chi Square dengan menggunakan rumus nomor 2 yang tercantum pada Bab II.4

Analisis Data, yaitu :

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k \frac{n_{ij}^2}{E_{ij}} - N$$

$$\begin{aligned} &= (7,64 + 6,16 + 6,39 + 6,32 + 25,13 + 10,75 + 20,97 + 11,45 + \\ & \quad 11,89) - 103 \\ &= 106,44 - 103 \\ &= 3,6 \end{aligned}$$

Untuk menentukan signifikansi pengamatan (nilai hitung) dari Chi Square, digunakan Tabel C. Dengan Tabel C tersebut, dan penentuan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ dengan $db = 4$ maka diperoleh nilai tabel 9,49. Jadi, dengan demikian karena peluang yang dihasilkan melalui perhitungan Chi Square, yaitu 3,6, lebih kecil daripada nilai tabel, 9,49, maka H_0 diterima. Jadi, H_1 , yaitu hipotesis penelitian, ditolak.

3.2. Hipotesis II

H_0 : Proporsi kepuasan yang dicapai terhadap program siaran RCTI Jakarta adalah sama untuk semua kategori motif.

H_1 : Terdapat perbedaan kepuasan yang dicapai terhadap program siaran RCTI Jakarta di antara pemirsa yang bermotifkan pendidikan, informasi, dan hiburan.

Hasil penelitian lapangan yang menyangkut kepuasan pemirsa terhadap program siaran RCTI dan motif mereka menyaksikan siaran TV, diperoleh data sebagaimana yang tertera pada Tabel 20.

TABEL 20
MOTIF DAN KEPUASAN PEMIRSA RCTI

Kepuasan Motif	Tinggi		Sedang		Rendah		Jumlah	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Pendidikan	7	6,79	6	5,83	7	6,79	20	19,41
Informasi	9	8,74	19	18,45	12	11,65	40	38,84
Hiburan	23	22,33	14	13,59	6	5,83	43	41,75
Jumlah	39	37,86	39	37,87	25	24,27	103	100

Dari Tabel 20 dapat dihitung nilai frekuensi harapan menurut H_0 pada setiap sel, sebagaimana yang penulis tuangkan pada Tabel 21. Dengan nilai frekuensi observasi pada Tabel 20 dan nilai frekuensi harapan pada Tabel 21 tersebut, dapat dihitung nilai Chi Square.

TABEL 21
FREKUENSI HARAPAN
MOTIF DAN KEPUASAN PEMIRSA RCTI

Kepuasan Motif	Tinggi	Sedang	Rendah	Jumlah
	Pendidikan	7,57	7,57	4,86
Informasi	15,15	15,15	9,70	40
Hiburan	16,28	16,28	10,44	43
Jumlah	39	39	25	103

$$\begin{aligned}
 \chi^2 &= \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k \frac{n_{ij}^2}{E_{ij}} - N \\
 &= (6,47 + 5,35 + 32,49 + 4,76 + 23,83 + 12,04 + 10,08 + 14,85 \\
 &\quad + 3,45) - 103 \\
 &= 113,32 - 103 \\
 &= 10,32
 \end{aligned}$$

Jadi, nilai hitung Chi Square diperoleh sebesar 10,32, karena peluang yang dihasilkan melalui perhitungan Chi Square lebih besar dari nilai Tabel C = 9,49 dengan db = 4 pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 , yaitu hipotesis penelitian, diterima.

3.3. Hipotesis III

H_0 : Proporsi tingkat penggunaan adalah di antara pemirsa yang puas, kurang puas dan tidak puas terhadap program siaran RCTI Jakarta.

H_1 : Terdapat perbedaan tingkat penggunaan di antara pemirsa yang puas, kurang puas dan tidak puas terhadap program siaran RCTI Jakarta.

Data hasil penelitian yang menyangkut penggunaan program siaran RCTI dan kepuasan yang dicapai pemirsa RCTI di Kotif Depok, penulis tuangkan ke dalam Tabel 22. Berdasarkan frekuensi nilai amatan pada Tabel 22, maka dapat disusun nilai frekuensi harapan menurut pada H_0 . Hasilnya, dituangkan pada Tabel 23.

Sesuai dengan frekuensi nilai observasi pada Tabel 22 dan nilai frekuensi harapan pada Tabel 23 maka dapat dihitung nilai Chi Square.

TABEL 22
PENGUNAAN PROGRAM SIARAN RCTI DAN KEPUASAN PEMIRSA

Kepuasan P.gunaan	Tinggi		Sedang		Rendah		Jumlah	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Tinggi	2 1	20,39	7	6 81	5	4,85	3 3	32,05
Sedang	1 0	9,71	1 6	15,53	1 5	14,56	4 1	39,80
Rendah	8	7,77	1 6	15,13	5	4,85	2 9	28,15
Jumlah	3 9	37,87	3 9	37,87	2 5	26,24	103	100

TABEL 23
FREKUENSI HARAPAN
PENGUNAAN PROGRAM SIARAN
RCTI DAN KEPUASAN PEMIRSA

Kepuasan P.gunaan	Tinggi	Sedang	Rendah	Jumlah
	Tinggi	12,50	12,50	8,00
Sedang	15,52	15,52	9,96	4 1
Rendah	10,98	10,98	7,04	2 9
Jumlah	3 9	3 9	2 5	1 0 3

$$\begin{aligned}
 \chi^2 &= \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k \frac{n_{ij}^2}{E_{ij}} - N \\
 &= (35,28 + 6,44 + 5,83 + 3,92 + 16,49 + 23,32 + 3,13 + 22,59 + \\
 &\quad 3,55) - 103 \\
 &= 120,55 - 103 \\
 &= 17,55
 \end{aligned}$$

Jadi peluang yang dihasilkan melalui perhitungan Chi Square didapatkan nilai sebesar 17,55, yaitu lebih besar dari nilai Tabel C dengan db = 4 dan pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 , yaitu hipotesis penelitian ini diterima.

4. Pembahasan

Teori Fungsionalisme Individu merupakan suatu teori yang memusatkan perhatian pada perilaku individu, motif, dan konsekuensinya pada individu. Asumsinya ialah beberapa fungsi penting dalam masyarakat dipegang oleh media (yang keberadaannya tergantung pada penerimaan sukarela para individu) pada akhirnya menuntut adanya pola pemakaian kompleks yang ditentukan oleh individu (McQuail dalam Dharma & Ram, 1991:71)

Teori ini kemudian dikembangkan dalam bidang penelitian komunikasi yang dikenal dengan nama *Mass Media Uses and Gratifications*, yaitu suatu model penelitian komunikasi yang memusatkan perhatian pada unsur penerima pesan. Menurut

Jalaluddin Rakhmat (1992:205) model ini memandang individu sebagai makhluk suprarasional dan sangat selektif. Dalam model ini perhatian bergeser dari proses pengiriman pesan ke proses penerimaan pesan.

McQuail (1991:216) menyatakan bahwa studi tentang media audience dalam tradisi yang diberi label 'penggunaan dan kepuasan' telah siap menentang gagasan audience pasif. Salah satu asumsinya ialah anggota audience secara individual, dalam ukuran tertentu memilih secara sadar dan termotivasi di antara berbagai pokok isi.

Menurut para pendirinya Katz, Blumer, dan Gurevitch, model ini meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial. Hal ini menimbulkan harapan-harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain dan yang termasuk juga yang tidak diinginkan.

Jadi Variabel utama dalam model ini ialah lingkungan sosial dan psikologis, menimbulkan kebutuhan yang memotivasi seseorang, menggunakan media atau melakukan tindakan lain untuk mencapai tujuan, yaitu kepuasan. Penelitian ini dibatasi hanya pada Variabel motif, tingkat penggunaan, dan kepuasan pemirsa.

4.1. Motif dan Tingkat Penggunaan Program Siaran RCTI

Dalam pendekatan penggunaan dan pemuasan media massa, faktor yang dapat mengarahkan motif seseorang dalam mengkonsumsi media dikemukakan oleh Tan (1981:298) sebagai berikut : ... *the model starts with the social environment, which determinis our need.*

The social environment includes our demographic characteristics, group affiliations, and personality characteristics.

Sehubungan dengan pendapat tersebut Schraam dan Roberts (1977) mensitir Barelson dan Steiner mengatakan bahwa individu biasanya melihat atau mendengar isi dari suatu pesan komunikasi yang sesuai dengan kecenderungan mereka. Yang dimaksud dengan kecenderungan disini, ialah pendidikan, usia, jenis kelamin, status perkawian, dan yang menyangkut demografi penerima.

Pandangan lainnya yang berhubungan dengan tindakan penggunaan media dan motif pemirsa menyaksikan siaran TV dikemukakan oleh Thomas (Johnson, 1986) dengan mengatakan bahwa tingkahlaku manusia tidak dapat dimengerti melalui pengukuran stimulus - respon saja, tetapi perlu diperhatikan proses definisi subyektif yang berada di antara stimulus respon tersebut. Menurutnya, mengawali setiap tindakan perilaku yang ditentukan, selalu ada satu tahap pengujian dan pertimbangan yang dapat kita sebut sebagai "definisi subyektif". Analisa situasi ini berlangsung selama sosialisasi, secara bertahap individu mempelajari definisi-definisi yang terdapat di dalam kebudayaan yang bersifat standart mengenai situasi-situasi yang khas ditemui. Dalam hal ini perilaku individu secara bertahap dibentuk oleh lingkungan sosial budayanya.

Menurut Johnson (1986), teori Thomas ini dapat menjelaskan mengapa orang mempunyai sikap berbeda atau orang-orang yang sudah mendapat sosialisasi dalam lingkungan sosial budaya atau sub-kultur berlainan tidak memberi respon terhadap stimulus yang sama. Perbedaan-perbedaan dalam respon terhadap suatu situasi

tertentu merupakan hasil perbedaan definisi subyektif. Kemungkinan-kemungkinan untuk salah paham dan konflik menjadi lebih besar di sekitar masyarakat-masyarakat yang berbeda kebudayaannya. Menurut penulis, juga dalam memilih menggunakan program siaran RCTI.

Pandangan-pandangan tersebut mengarahkan penulis untuk menyimpulkan bahwa kebutuhan yang bersumber dari lingkungan sosial dan psikologis penerima memotivasi mereka dalam menggunakan media atau isi media. Jadi, media atau isi media yang tidak sesuai dengan kebutuhan yang mengarahkan motif penerima, cenderung untuk diabaikan atau tidak digunakan.

Data yang diperoleh menyangkut Proporsi Program Jam Siaran TV di DKI Jakarta (lih. Tabel 1) memperlihatkan bahwa ternyata program siaran RCTI menampilkan lebih banyak program hiburan, 72,30 jam/minggu. Kemudian informasi 23 jam/minggu, dan pendidikan 10 jam/minggu. Dihubungkan dengan motif pemirsa menyaksikan siaran TV penulis menduga bahwa perbedaan motif pemirsa dalam menyaksikan akan membedakan pula tingkat penggunaan program siaran RCTI pemirsa.

Berdasarkan hasil pengujian Hipotesis I ternyata menunjukkan bahwa nilai hitung chi square = 3,71 ternyata lebih kecil dari nilai tabel C pada db = 4 dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, yaitu 9,49 dengan demikian dugaan penulis yang dituangkan dalam bentuk hipotesis, yaitu jawaban sementara terhadap masalah penelitian ini, ditolak sesuai dengan temuan di lapangan.

Menurut McQuail (Dharma dan Ram, 1991:73) sulit untuk

mengaitkan motif, harapan, dan pemakaian dengan tipe isi tertentu, karena pada umumnya pemakaian media dapat dikatakan adakalanya memberikan semua manfaat sesuai dengan fungsinya. Artinya satu program siaran tertentu mungkin saja dapat memenuhi semua kebutuhan (sesuai dengan fungsi media) yang mendorong atau memotivasi pemirsa menggunakan media.

Selain itu sebagaimana yang dijelaskan bahwa motivasi menunjuk kepada seluruh proses gerakan (penulis penggunaan siaran RCTI) dalam hal ini termasuk situasi yang mendorong. Maksudnya meskipun telah terbentuk motif namun karena situasi tidak memungkinkan untuk melakukan gerakan maka motif tersebut tidak akan diujikan.

Dengan kata lain meskipun ada motivasi untuk menyaksikan program siaran TV tetapi karena ada faktor situasi maka tidak ada tindakan penggunaan program siaran RCTI.

Data TABEL 18 (Motif pemirsa dan Penggunaan Program Siaran RCTI) menunjukkan, ternyata:

1. Pemirsa yang bermotifkan hiburan dalam menyaksikan program siaran TV sebesar 41,75 % dengan rincian :
 - 1.1. pemirsa yang termasuk dalam kategori tingkat penggunaan program siaran RCTI, tinggi sebesar 16,51 %.
 - 1.2. pemirsa yang termasuk dalam kategori tingkat penggunaan program siaran RCTI, sedang sebesar 13,59 %
 - 1.3. Pemirsa yang termasuk dalam kategori tingkat penggunaan program siaran RCTI, rendah sebesar 11,65 %
2. Pemirsa yang bermotifkan informasi sebesar 38,84 % dengan perincian :

- 2.1. pemirsa yang tingkat penggunaannya tinggi, 8,74 %.
- 2.2. pemirsa yang tingkat penggunaannya sedang, 19,42 %.
- 2.3. pemirsa yang tingkat penggunaannya rendah, 10,68 %.
3. Pemirsa yang bermotifkan pendidikan, 19,41 % dengan rincian :
 - 3.1. pemirsa yang tingkat penggunaannya tinggi, 6,79 %.
 - 3.2. pemirsa yang tingkat penggunaannya sedang, 6,79 %.
 - 3.3. pemirsa yang tingkat penggunaannya rendah, 5,83 %.

Dengan demikian dapat dikatakan, ternyata terdapat kecenderungan bahwa jika motif pemirsa menyaksikan siaran TV adalah hiburan, tingkat penggunaan program siaran RCTI pemirsa tinggi (16,51 %). Jika motif pemirsa menyaksikan siaran TV adalah informasi, penggunaan program siaran RCTI pemirsa sedang (19,42 %). Sementara pemirsa yang motifnya menyaksikan siaran TV adalah pendidikan, tidak terlihat adanya arah kecenderungan bahwa penggunaan program siaran RCTI pemirsa tersebut rendah. Antara kategori tinggi dan yang sedang tidak berbeda, bahkan yang rendah lebih kecil dari dari kedua kategori tingkat penggunaan tersebut. Data ini tidak dapat menguatkan hipotesis penulis. Kecenderungan data ini tidak memperlihatkan adanya hubungan positif terhadap variabel yang diteliti.

4.2. Motif dan Kepuasan Pemirsa RCTI

Salah satu penerapan studi motivasi audience adalah pengkajian proses dampak media, sesuai dengan gagasan bahwa kadar dan jenis dampak itu akan bergantung pada kebutuhan penerima (McQuail, 1991:218). Menyangkut kebutuhan penerima, Jalaluddin Rakhmat (1992:207) mengatakan bahwa ada berbagai kebutuhan yang

dipuaskan oleh media massa. Pada saat yang sama kebutuhan ini dapat dipuaskan oleh sumber-sumber lain selain media massa.

Dihubungkan dengan penelitian ini maka dapat dikatakan bahwa terdapat kebutuhan berbeda dalam memotivasi pemirsa menyaksikan program siaran TV yang pada gilirannya juga membedakan kepuasan yang dicapai pemirsa terhadap program siaran RCTI. Masalah dalam penelitian ini ialah apakah kebutuhan berbeda-beda yang memotivasi pemirsa dalam menyaksikan program siaran TV membedakan kepuasan yang dicapainya terhadap tayangan program siaran RCTI?

Sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, disebutkan bahwa pada aliran penggunaan dan pemuasan media, massa, perbedaan motif penerima dalam mengkonsumsi media massa menyebabkan mereka bereaksi secara berbeda-beda. Ini berarti efek media massa juga berlainan pada setiap orang. Dengan demikian, pemirsa yang motifnya menyaksikan siaran TV untuk hiburan akan berbeda kepuasannya dengan pemirsa yang motifnya informasi atau pendidikan. Demikian halnya dengan pemirsa yang motifnya pendidikan akan berbeda kepuasan yang dicapainya dengan pemirsa yang motifnya informasi atau hiburan.

Hasil pengujian hipotesis II menunjukkan bahwa ternyata peluang yang dihasilkan melalui perhitung Chi Square, sebesar 10,32 ternyata lebih besar daripada nilai Tabel C pada $df = 4$ dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, sebesar 9,49. Hal ini menandakan bahwa ternyata terdapat perbedaan nyata kepuasan yang dicapai di antara pemirsa RCTI yang bermotifkan pendidikan, informasi, dan hiburan dalam menyaksikan program siaran TV.

pada TABEL 20 (Motif dan Kepuasan Pemirsa Menyaksikan program Siaran RCTI) terlihat kecenderungan bahwa pemirsa yang motifnya menyaksikan program siaran TV untuk pendidikan, kepuasan yang dicapai terhadap program siaran RCTI rendah (6,79%) pemirsa yang motifnya informasi, kepuasan yang dicapai terhadap program siaran RCTI sedang (18,45%) sementara pemirsa yang motifnya hiburan, kepuasan yang dicapai terhadap program siaran RCTI rendah (22,33%).

Data tersebut menunjukkan adanya hubungan positif terhadap

B A B V

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Permasalahan pokok yang ditelaah penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut :

- (1). Apakah motivasi pemirsa menyaksikan program siaran TV membedakan tingkat penggunaan terhadap program siaran RCTI Jakarta?
- (2). Apakah motivasi pemirsa menyaksikan program siaran TV menyebabkan kepuasan yang dicapai terhadap program siaran RCTI Jakarta berbeda?
- (3). Apakah tingkat penggunaan yang berbeda menyebabkan perbedaan kepuasan yang dicapai pemirsa terhadap program siaran RCTI Jakarta?

Dalam usaha memecahkan masalah pokok penelitian tersebut, penulis menyusun satu kerangka pemikiran teoritis yang berlandaskan pada model penelitian *Komunikasi Mass Media Uses and Gratifications* (penggunaan dan pemuasan media massa).

Hasil pemikiran yang penulis tuangkan pada bagian kerangka pemikiran melahirkan jawaban sementara (Hipotesis) dari masalah pokok penelitian ini yaitu :

- (1). Terdapat perbedaan motivasi pemirsa menyaksikan program siaran TV menurut tingkat penggunaan terhadap program siaran RCTI Jakarta.
- (2). Terdapat perbedaan motivasi pemirsa menyaksikan program siaran TV yang menyebabkan kepuasan yang dicapai terhadap

program siaran RCTI Jakarta berbeda.

- (3). Terdapat perbedaan tingkat penggunaan yang menyebabkan perbedaan kepuasan yang dicapai terhadap program siaran RCTI Jakarta.

Berdasarkan hipotesis tersebut, penulis mengadakan penelitian lapangan di Kotif Depok, Bogor Jawa Barat, di mana terdaftar 27.796 buah pesawat TV. Dengan demikian populasi penelitian ini dibatasi pada individu yang terdaftar sebagai pemilik pesawat TV tersebut.

Metode yang digunakan untuk menentukan sample ialah *Stratified Random Sampling* secara proporsional. Penelitian ini dilakukan terhadap 103 orang yang terpilih sebagai sampel. Hasilnya disajikan dalam bentuk tabel kontingensi. Dengan menggunakan data pada tabel tersebut, dilakukan pengujian terhadap 3 (tiga) hipotesis penelitian yang diajukan. Hasilnya :

1.1. Motif Pemirsa dan Tingkat Penggunaan Program Siaran RCTI

Berdasarkan hasil uji hipotesis pertama diperoleh hasil bahwa ternyata terdapat perbedaan motivasi pemirsa menyaksikan program siaran TV menurut tingkat penggunaan terhadap program siaran RCTI Jakarta.

Selain itu diperoleh data, ternyata sebagian besar pemirsa motifnya menyaksikan siaran TV ialah hiburan (41,75%) dan pemirsa yang motifnya informasi sebesar 38,83%. Kedua kategori motif ini ternyata lebih besar dibandingkan dengan pemirsa yang motifnya pendidikan (19,42%). Jadi dapat dikatakan bahwa media massa TV

dikonsumsi oleh pemirsa TV ternyata untuk memuaskan kebutuhannya akan hiburan dan informasi. Sementara untuk tingkat penggunaan program siaran RCTI, ternyata sebagian besar tingkat penggunaan pemirsa sedang (39,80%) lebih besar jika dibandingkan dengan kategori tinggi (32,04 %) dan rendah (28,16 %).

Sementara jika kita melihat Tabel 18, ternyata pemirsa yang motifnya pendidikan dan termasuk dalam kategori tingkat penggunaan tinggi sama besarnya dengan pemirsa yang termasuk dalam kategori penggunaan sedang (6,79%) dan lebih besar jika dibandingkan dengan pemirsa yang tingkat penggunaan program siaran RCTInya rendah (5,83%). Pemirsa yang motifnya informasi sebagian besar termasuk dalam kategori tingkat penggunaan program siaran RCTI sedang (19,42%) lebih besar jika dibandingkan pemirsa yang tingkat penggunaannya rendah (10,68%). Kedua kategori tersebut, lebih besar dibanding dengan pemirsa yang tingkat penggunaannya tinggi (8,74%). Pemirsa yang motifnya hiburan sebagian besar termasuk dalam kategori penggunaan program siaran RCTI tinggi (16,51%) lebih besar jika dibandingkan dengan pemirsa yang termasuk dalam kategori tingkat penggunaan sedang (13,59%) dan rendah (11,65%).

1.2. Motif Pemirsa dan Kepuasan Terhadap Program Siaran RCTI

Hasil uji hipotesis kedua memperlihatkan bahwa ternyata tidak terdapat perbedaan motivasi pemirsa menyaksikan program siaran TV yang menyebabkan kepuasan yang dicapai terhadap program program siaran RCTI Jakarta berbeda.

Sementara, data yang didapatkan menyangkut kepuasan pemirsa terhadap program siaran RCTI, yaitu kepuasan pemirsa terhadap program siaran RCTI tinggi sebesar 37,87 %, sama besarnya dengan pemirsa yang kepuasannya sedang terhadap program siaran RCTI (37,87%). Pemirsa yang tergolong dalam kategori kepuasannya rendah terhadap program siaran RCTI sebesar 24,46 %.

Selain itu, data yang ditampilkan TABEL 20 memperlihatkan, ternyata pemirsa yang motifnya hiburan dan termasuk dalam kelompok pemirsa yang kepuasannya tinggi adalah bagian terbesar prosentasenya (22,33%), pemirsa yang motifnya informasi dan termasuk dalam kategori sedang adalah yang kedua terbesar (18,45%), yang ketiga adalah pemirsa yang motifnya informasi dan termasuk dalam kategori rendah (11,65%). Sedang yang terkecil prosentasenya ialah pemirsa yang motifnya pendidikan dengan kategori sedang puas dan pemirsa dengan motif hiburan dengan kategori rendah (5,83%).

Jadi ada hubungan yang positif antara motif pemirsa dengan kepuasannya terhadap program siaran RCTI Jakarta.

1.3. Tingkat Penggunaan dan Kepuasan Pemirsa Program Siaran RCTI

Pengujian terhadap hipotesis ketiga menampakkan bahwa ternyata tidak terdapat perbedaan tingkat penggunaan yang menyebabkan perbedaan kepuasan yang dicapai pemirsa terhadap program siaran RCTI Jakarta.

Data mengenai tingkat penggunaan program siaran RCTI dan kepuasan pemirsa (lihat tabel 22) memperlihatkan, ternyata

pemirsa yang tingkat penggunaan program siaran RCTI tinggi dengan kategori kepuasan tinggi (20,39%) adalah pemirsa yang bagian terbesar prosentasenya. Kemudian yang kedua adalah pemirsa yang tingkat penggunaan sedang dan rendah dengan kategori kepuasan sedang (15,53%), yang ketiga adalah pemirsa yang tingkat penggunaannya sedang dengan kategori kepuasan rendah (19,50 %). Selanjutnya ialah pemirsa dengan tingkat penggunaan program siaran RCTI sedang dengan kategori kepuasan tinggi 9,71 %, tingkat penggunaan rendah dengan kategori kepuasan tinggi 7,77 %, pemirsa dengan tingkat penggunaan tinggi termasuk dalam kategori kepuasan sedang 6,81 %, dan yang terkecil persentasenya ialah pemirsa dengan kategori tingkat penggunaan program siaran RCTI tinggi dan rendah dengan kategori kepuasan rendah sebesar 4,85 %.

Jadi dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif antara tingkat penggunaan dengan kepuasan yang dicapai pemirsa terhadap program siaran RCTI Jakarta.

Selain kesimpulan diatas diperoleh temuan-temuan yang menarik dari data hasil penelitian ini, yaitu :

1. Media TV ternyata cenderung lebih difungsikan oleh pemirsa sebagai media hiburan dan informasi.
2. Walaupun RCTI menyajikan banyak materi hiburan (sebagaimana yang terlihat pada Tabel 1) dalam program siarannya dan media TV difungsikan pemirsa sebagai media hiburan dan informasi, namun tingkat penggunaan terhadap program siaran RCTI ternyata bagian terbesar berada pada kategori sedang, yaitu 39,80 % (lihat Tabel 16). Hal ini mengisyaratkan bahwa saluran

siaran RCTI tidaklah menjadi yang utama bagi pemirsa dalam usaha memenuhi kebutuhannya akan hiburan dengan menggunakan media massa TV.

3. Kepuasan yang didapatkan pemirsa dengan menyaksikan tayangan RCTI ternyata tidak berbeda dengan mereka puas dan yang kurang puas terhadap program siaran RCTI.

2. S a r a n

Sesuai dengan kegunaan penelitian ini yaitu teoritis dan praktis, maka penulis berusaha mengajukan saran yang bermanfaat untuk pengembangan ilmu (teoritis), khususnya pengembangan dalam kegiatan penelitian mengenai *Mass Media Uses and Gratifications* yaitu untuk pengembangan ilmu komunikasi dan saran praktis yang mungkin dapat digunakan oleh penyelenggara siaran RCTI khususnya dan penyelenggara siaran TV pada umumnya dalam menyusun program yang dapat memuaskan pemirsa dan sekaligus mendidik.

2.1. Untuk Pengembangan Ilmu

1. Walaupun hipotesis penelitian pertama diperoleh temuan berdasarkan data, non signifikan, namun kedua variabel yang diteliti tersebut perlu mendapat perhatian dari peneliti-peneliti selanjutnya. Sebab secara teoritis dijelaskan dalam studi tentang motivasi dan tingkahlaku, motif yang berbeda melahirkan tingkahlaku yang berbeda pula. Namun yang ditemukan motif yang berbeda tidak membedakan tingkahlaku penggunaan program siaran RCTI. Oleh karena itu penulis menyarankan pengkajian lebih mendalam mengenai kedua variabel itu, dengan

menelaah variabel situasi yang menghambat atau menguatkan motivasi.

2. Selain itu, temuan lain dari penelitian ini, hipotesis penelitian kedua dan ketiga ternyata terbukti signifikan. Hal tersebut mendorong penulis untuk menyarankan perlunya penelitian lanjutan yang lebih mendalam menyangkut hubungan variabel-variabel tersebut. Artinya diperlukan kajian yang lebih umum baik dari segi cakupan populasi dan sampel yang diteliti, maupun variabel-variabel yang diteliti. Seperti lingkungan sosial dan psikologis pemirsa maupun variabel penggunaan yang dapat diperluas dengan tidak hanya meneliti penggunaan program siaran RCTI (telaah mengenai isi) tetapi meneliti juga penggunaan media.

2.2. Untuk Penyelenggara Siaran RCTI

1. Secara umum siaran TV di Indonesia lebih banyak menyajikan materi hiburan dibandingkan dengan materi informasi atau pendidikan. Sementara di pihak pemirsa, media TV untuk saat ini memang ditempatkannya sebagai media hiburan daripada sebagai media informasi atau pendidikan. Untuk menghindari akibat-akibat yang tidak diharapkan, hendaknya RCTI sebagai saluran hiburan dan informasi lebih banyak menyajikan materi-materi hiburan yang bermutu dengan kata lain. Semaksimal mungkin menampilkan adegan kekerasan dan seks. Sementara kepada pihak pemerintah dalam hal ini Deppen hendaknya dapat mendorong terciptanya program siaran yang

proporsional dengan membuat aturan sebagaimana yang telah diterapkan kepada media cetak mengenai proporsi muatan berita dengan iklan.

2. Untuk memuaskan kebutuhan informasi pemirsa, hendaknya RCTI seminimal mungkin menampilkan tayangan iklan disela tayangan program siaran informasi. Selain itu, mengingat animo pemirsa terhadap program siaran informasi tersebut, cukup tinggi (38,84%) maka sangat diharapkan adanya sikap seimbang dan menginterpretasikan secara tepat masalah yang diinformasikan ke masyarakat serta penyeleksian yang ketat terhadap informasi yang perlu dan tidak perlu disampaikan kepada masyarakat, terutama jika menyangkut SARA. Sebab pemberian informasi dapat saja menimbulkan efek yang diinginkan atau yang tidak diinginkan.
3. Meskipun animo pemirsa terhadap program siaran TV yang bermateri pendidikan secara umum prosentasenya kecil (19,41%) namun hendaknya RCTI sebagai salah satu media massa yang juga berfungsi sebagai media pendidikan, hendaknya menambah proporsi jam tayang program siaran yang bermaterikan pendidikan, minimal menyajikan materi hiburan yang memiliki bobot/misi pendidikan
4. Walaupun sumber utama pemasukan dana RCTI adalah pemasok siaran iklan (produsen barang/jasa), namun hendaknya frekuensi tayangan iklan tidak sesering saat sekarang ini minimal menyediakan suatu paket siaran yang diberi label "Siaran Niaga", misalnya, sebagaimana yang dilakukan TVRI sewaktu

siaran iklan di stasiun TV pemerintah tersebut, masih diizinkan penayangannya.

D A F T A R P U S T A K A

- As'ad, Mohammad. 1982. *Kepemimpinan Efektif Dalam Perusahaan, Suatu Pendekatan Psikologik*, Liberty, Yogyakarta.
- Blumler, Jay G and Elihu Katz (ed.). 1974. *The Uses of Mass Communications, Current Perspective on Gratifications Research*, Sage Publication, Beverly Hills.
- Davidson, W.P. and F.T.C. Yu. 1974. *Mass Communication Research, Major issues and Future Direction*, Praeger Publishers, Inc., New York.
- Depari, Eduard dan Colin MacAdreus (ed). 1985. *Peranan Komunikasi dalam Pembangunan, suatu Kumpulan Karangan*, Gajah Mada University, Yogyakarta.
- Dharma, A. dan Ram, A. 1991. *Teori Komunikasi Massa*. Erlangga. Jakarta.
- Effendy, Onong Uchyana. 1981. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, Alumni, Bandung.
- Effendy, Onong Uchyana. 1990. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, Remaja Karya, Bandung.
- Francois, W.E.J. 1977. *Introduction of Mass Communication and the Media*, Grid Inc., Chicago.
- Garna, Yudistira K. 1991. *Teori-Teori Ilmu Sosial*, Program Pascasarjana, Universitas Padjadjaran, Bandung.
- Idris, H. Sahara dan H. Lisman Jamal. 1992. *Pengantar Pendidikan*, PT. Gramedia Widiasarana, Jakarta, Indonesia.
- Klapner, Otto. 1973. *Advertising Procedure*, Prentice Hall Inc., New Jersey
- Krech, David, Crutchfield, Richard S., & Ballachey, Eberton L. 1962. *Individual in Society*, McGraw Hill Book Company Inc., New york.
- Lawang, Robert MZ. *Teori-Teori Sosiologi Klasik dan Modern II*. Gramedia, Jakarta.
- Lowe, Vincent dan Bin Hasan, Abdullah. 1988. *Teori Komunikasi. Dewan Bahasa dan Pustaka Kementerian Pendidikan Malaysia*, Kualalumpur.
- Muchtar Rusdi. 1985. *Televisi di Indonesia Dulu, Kini dan Masa Depan*. Majalah Komunika, nomor 1, tahun IV, LIPI Jakarta.

- Nurkancana, Wayan. 1993. *Pemahaman Individu*, usaha nasional, Surabaya, Indonesia.
- Pember, Don R. 1981. *Mass Media in America*, Science Research Associates Inc., Chicago.
- pendit, Putu Laxman. 1985. *Model-model Komunikasi*, IISIP, Jakarta
- Rakhmat, Jalaluddin. 1985. *Metode Penelitian Komunikasi*, Remaja Karya, Bandung.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1992. *Psikologi Komunikasi*, Remaja Karya, Bandung.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 1976. *Pengantar Umum Psikologi*, Bulan Bintang, Jakarta, Indonesia
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 1987. *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Rajawali, Jakarta.
- Schramm, W. and D.f. Robert. 1977. *The Process and Effect of Mass Communication*, Revised Edition, University of Illinois Press, Urbana.
- Sembiring, R.K. dan Mallow, Manasse. 1983. *Memahami Data. Statistika untuk Ilmu Sosial*, LP3ES, Jakarta
- Siegel, Sidney and N. John Castellan, Jr. 1988. *Nonparametric Statistics, for Behavioral Science*, Second Edition, McGraw Hill Book Company, New York.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi (penyunting). 1983. *Metode Penelitian Survey*, LP3S, Jakarta.
- Supratiknya, A. 1987. *Mazhab ketiga, Psikologi Humanistik Abraham Maslow*, Kanisius, Jakarta.
- Susanto Astrid S. 1977. *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek II*, Bina Cipta, Bandung.
- Sari, Endang S. 1993. *Audience Research. Pengantar Studi Penelitian Terhadap Pembaca, Pendengar dan Pemirsa*. Andi